



Méta contre l'Union européenne, un résumé juridique

Actualité législative publié le 27/01/2025, vu 89 fois, Auteur : [Yanis MOUHOU](#)

Le contentieux entre Meta et l'Union européenne met en lumière les tensions croissantes entre la puissance des géants du numérique et la volonté des autorités européennes de protéger la concurrence

Le **contentieux entre l'Union européenne (UE) et Meta**, anciennement connue sous le nom de **Facebook Inc.**, est l'un des plus importants dans le domaine de la régulation des grandes entreprises numériques. L'UE, par le biais de la **Commission européenne**, a lancé plusieurs enquêtes et ouvert des procédures antitrust contre Meta, concernant des pratiques jugées anticoncurrentielles. Ces procédures ont touché différents aspects des activités de Meta, en particulier ses pratiques sur les marchés de la publicité en ligne, des réseaux sociaux, ainsi que dans le cadre de ses acquisitions stratégiques, telles que l'achat d'Instagram et WhatsApp. Ce contentieux met en lumière les défis croissants auxquels les régulateurs sont confrontés face à la domination des géants du numérique, ainsi que les conséquences juridiques pour ces entreprises.

Cet article propose une analyse approfondie du contentieux entre l'Union européenne et Meta, en explorant les affaires principales, les arguments juridiques, ainsi que les implications pour l'entreprise et la régulation du marché numérique en Europe.

1. Contexte du Contentieux : Meta et le Pouvoir de Marché

Meta est l'une des plus grandes entreprises numériques au monde, offrant une gamme étendue de services numériques allant des réseaux sociaux avec **Facebook**, **Instagram** et **WhatsApp**, à des plateformes publicitaires en ligne puissantes. L'entreprise génère une grande partie de ses revenus par la publicité ciblée, en utilisant les vastes quantités de données personnelles des utilisateurs de ses plateformes pour affiner ses annonces publicitaires.

Au fil des années, l'Union européenne a surveillé de près les pratiques de Meta, estimant que l'entreprise pourrait abuser de sa position dominante sur plusieurs marchés clés, notamment la publicité en ligne, les réseaux sociaux, et la collecte de données. L'UE a ouvert plusieurs enquêtes pour examiner si les pratiques de Meta entraînent en conflit avec le droit européen de la concurrence, qui interdit l'abus de position dominante et les ententes anticoncurrentielles, en vertu de l'**article 102 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE)**.

2. Les Principaux Litiges entre Meta et l'Union Européenne

Les principaux litiges entre Meta et l'Union européenne concernent l'abus de position dominante, les pratiques anticoncurrentielles en matière de publicité en ligne et de traitement des données personnelles, ainsi que certaines acquisitions stratégiques de la société.

2.1. L'Affaire de la Publicité en Ligne et des Pratiques Anticoncurrentielles

L'un des aspects les plus discutés du contentieux entre Meta et l'UE concerne la domination de Meta sur le marché de la **publicité en ligne**. En 2020, la **Commission européenne** a lancé une enquête antitrust concernant la manière dont Meta utilise sa plateforme Facebook pour favoriser ses propres services publicitaires au détriment de ses concurrents. L'accusation portait sur le fait que Meta aurait utilisé les informations collectées via ses services de réseaux sociaux pour fausser la concurrence dans le secteur de la publicité en ligne.

Plus spécifiquement, la Commission a mis en lumière un certain nombre de pratiques jugées anticoncurrentielles, telles que le **repliement de l'activité publicitaire** de ses services au détriment des acteurs tiers. Meta, par exemple, aurait utilisé ses plateformes de manière à favoriser ses propres annonces, ce qui empêche les autres entreprises de concurrencer efficacement sur des espaces publicitaires similaires. En outre, l'UE a soulevé des inquiétudes quant à la collecte et à l'utilisation des données personnelles à des fins publicitaires, notamment en ce qui concerne la transparence et le consentement des utilisateurs.

2.2. L'Affaire WhatsApp et Instagram : Les Acquisitions Stratégiques

Une autre facette importante du contentieux réside dans les **acquisitions stratégiques** réalisées par Meta, notamment l'achat de **WhatsApp** en 2014 et d'**Instagram** en 2012. La Commission européenne a ouvert des enquêtes approfondies sur ces acquisitions, craignant qu'elles ne renforcent de manière disproportionnée la position dominante de Meta dans le secteur des réseaux sociaux et de la messagerie instantanée.

L'enquête a porté sur la manière dont Meta a intégré ces deux plateformes à son réseau, renforçant ainsi son pouvoir de monopole dans le secteur de la communication numérique. La Commission a notamment examiné si ces acquisitions étaient susceptibles de réduire la concurrence et d'entraver le développement d'acteurs alternatifs.

En 2017, la Commission a finalement autorisé l'acquisition d'Instagram, mais sous réserve d'engagements de la part de Meta concernant l'interopérabilité et la confidentialité des données. En revanche, l'acquisition de WhatsApp a été autorisée sans restrictions majeures, mais cela n'a pas empêché la Commission de maintenir une vigilance accrue concernant l'intégration de ces services dans l'écosystème de Meta.

2.3. L'Affaire des Pratiques de Collecte de Données et du RGPD

Une autre dimension du contentieux entre Meta et l'UE concerne la **protection des données personnelles** et le respect du **Règlement général sur la protection des données (RGPD)**. Meta, et plus particulièrement Facebook, a été l'objet de multiples enquêtes pour des violations présumées du RGPD. En 2018, l'UE a ouvert une enquête concernant les pratiques de **collecte de données personnelles**, estimant que Meta n'offrait pas une transparence suffisante sur la manière dont les données des utilisateurs étaient utilisées à des fins publicitaires.

Plusieurs plaintes ont été déposées contre Meta, notamment au sujet de la manière dont l'entreprise recueillait le consentement des utilisateurs et gérait les informations personnelles. Ces

préoccupations ont abouti à une **amende** de 110 millions d'euros infligée par la Commission européenne en 2017, en raison de la fausse déclaration de Meta lors de l'acquisition de WhatsApp, concernant la fusion des bases de données des utilisateurs de WhatsApp et de Facebook.

3. Les Défenses de Meta : Arguments Juridiques et Position de l'Entreprise

Meta a vigoureusement contesté les accusations et les sanctions imposées par la Commission européenne, en avançant plusieurs arguments juridiques pour justifier ses pratiques.

3.1. Argument de la Concurrence Améliorée

Meta a défendu l'idée que ses pratiques, notamment dans la publicité en ligne, visaient à améliorer les services pour les utilisateurs et les annonceurs. L'entreprise a souligné que ses systèmes publicitaires permettent une meilleure expérience pour les utilisateurs, grâce à des publicités plus ciblées et pertinentes, et qu'elles sont bénéfiques pour les petites et moyennes entreprises, qui peuvent ainsi atteindre un public plus large.

3.2. Argument de l'Innovation et des Effets Positifs sur le Marché

En ce qui concerne les acquisitions, Meta a argumenté que l'achat d'Instagram et de WhatsApp a permis d'apporter de l'innovation sur le marché des réseaux sociaux et des services de messagerie instantanée, tout en créant de nouvelles opportunités pour les utilisateurs et les développeurs. Meta a soutenu que l'intégration de ces plateformes n'a pas réduit la concurrence, mais au contraire, a renforcé la dynamique de l'industrie et a permis à ces services de se développer au sein de l'écosystème global de Meta.

3.3. Argument de Conformité avec le RGPD

Dans les affaires relatives au RGPD, Meta a mis en avant ses efforts pour se conformer aux règles européennes en matière de protection des données. L'entreprise a souligné qu'elle avait pris des mesures pour garantir la sécurité et la confidentialité des données des utilisateurs et avait mis en place des mécanismes de consentement plus transparents et accessibles.

4. Les Réactions de la Commission Européenne et les Conséquences

4.1. Sanctions Imposées

L'UE a imposé plusieurs amendes à Meta pour ses pratiques anticoncurrentielles et ses violations des règles de la protection des données. En 2022, la Commission a infligé à Meta une amende de 390 millions d'euros pour non-respect du RGPD, en particulier concernant son traitement des données dans le cadre de la publicité ciblée. Par ailleurs, la Commission a continué d'examiner les acquisitions stratégiques de Meta, notamment en ce qui concerne la fusion de WhatsApp et Facebook, afin de déterminer si ces pratiques nuisaient à la concurrence.

4.2. Évolution de la Régulation du Marché Numérique

Les affaires impliquant Meta illustrent les défis auxquels sont confrontées les autorités européennes en matière de régulation des grandes plateformes numériques. Les autorités de concurrence de l'UE ont intensifié leur surveillance des grandes entreprises technologiques,

cherchant à assurer une concurrence équitable tout en protégeant la vie privée des utilisateurs.

Les réformes législatives récentes, telles que le **Digital Markets Act (DMA)** et le **Digital Services Act (DSA)**, visent à renforcer la régulation des entreprises numériques et à encadrer les pratiques des géants du numérique, avec une attention particulière portée sur la gestion des données personnelles et les abus de position dominante.