

Les clauses qu'impose Apple pour vendre l'iPhone irritent les opérateurs et les fabricants concurrents

Les pratiques d'Apple à propos des conditions de commercialisation de l'iPhone par les opérateurs français suscitent encore des interrogations, selon une enquête des Echos.

Malgré la clôture de la procédure contentieuse menée par [l'Autorité de la concurrence](#) (qui a abouti à la fin de l'exclusivité de distribution du smartphone d'Apple par Orange), de nouvelles batailles juridiques pourraient prendre le relais.

"Les préoccupations étaient ciblées sur l'exclusivité consentie par Apple à Orange, pour la commercialisation sur le territoire français de l'iPhone" précise l'Autorité de la concurrence sur son site Internet. "Elles ne concernaient pas les autres aspects des contrats conclus entre Apple et les opérateurs de téléphonie mobile, sur lesquels l'Autorité n'a pas pris parti".

Et pourtant, il y aurait des choses à dire à en croire un bouquet d'acteurs de la téléphonie mobile comme SFR, Samsung ou LG qui se tournent de nouveau vers l'Autorité de la concurrence pour signaler d'autres points d'achoppement en dehors de la dimension de l'exclusivité.

Même Orange souligne *"un certain nombre de clauses et de pratiques susceptibles d'être contraire au droit de la concurrence"*.

L'opérateur mobile, [qui vient pourtant de passer un Noël aux couleurs des ventes de l'iPhone](#), se [montre perplexe](#) vis-à-vis de diverses clauses : subventionnement, contributions aux fonds de publicité iPhone et distribution la plus favorable dans les points de vente.

Sur le simple volet du subventionnement, le déséquilibre entre marques de smartphones est flagrants : Orange, SFR et Bouygues Telecom peuvent subventionner un iPhone jusqu'à 320 euros. Les autres fabricants ne bénéficient pas d'une telle largesse (comptez 160 euros en moyenne).