



Les obligations juridiques de votre application mobile

Ce qu'il faut savoir avant de publier votre application

RESPONSABILITÉ, RGPD, RÈGLES DES STORES ET PROTECTION JURIDIQUE

Romain Mirabile

Avocat au Barreau de Paris

Ce document n'est en aucun cas une consultation et Mirabile Avocat ne prendra aucune responsabilité si les informations ne sont pas vérifiées.

Sommaire

Introduction	3
01. Qui est responsable de quoi quand on lance une application mobile ?	4
1.1 Côté B2C : vous êtes « éditeur », pas juste un développeur	4
1.2 Côté B2B : les CGU standard ne suffisent (presque) jamais	4
1.3 Point commun : la checklist minimale avant publication	4
02. Quelles obligations RGPD spécifiques à une application mobile ?	5
2.1 Côté B2C : ce que la CNIL attend de l'éditeur d'une app grand public	5
2.2 Côté B2B : l'éditeur comme sous-traitant au sens de l'article 28 du RGPD	5
03. Quelles règles les stores (Apple/Google) imposent-ils à l'éditeur ?	6
3.1 Côté B2C : achats intégrés, avis clients, rétractation	6
3.2 Côté B2B : l'impact du Digital Markets Act (un sujet à surveiller)	6
3.3 Point commun : un contrat d'adhésion difficile à négocier	7
04. Comment protéger et engager sa responsabilité quand on exploite une application ?	8
4.1 Côté B2C : quand un utilisateur se plaint de l'application	8
4.2 Côté B2B : sécuriser la relation avec le prestataire ou l'éditeur	8
Annexe : sources et périmètres	9

Introduction

La conformité d'une application mobile ne se limite pas à l'affichage d'une politique de confidentialité. Les obligations varient selon que l'application est destinée au grand public ou commercialisée auprès d'entreprises, et les stores imposent leurs propres exigences avant toute publication.

Ce Livre Blanc présente les règles applicables à l'éditeur d'une application mobile, en distinguant systématiquement les obligations B2C (application grand public) et B2B (application professionnelle ou SaaS mobile).

Il s'adresse aux développeurs indépendants et startups qui lancent leur première application, aux éditeurs d'applications B2C (santé, fintech, marketplace, jeux) ou de SaaS mobile B2B, ainsi qu'aux directions juridiques et DPO d'entreprises qui font développer une application par un prestataire.

Un avocat spécialisé devrait intervenir dès la conception de l'application, ou dès qu'un défaut de conformité est identifié.

Bonne lecture.

01

Qui est responsable de quoi quand on lance une application mobile ?

1.1 Côté B2C : vous êtes « éditeur », pas juste un développeur

Quand une entreprise publie une application mobile destinée au grand public, elle est qualifiée d'éditeur du service en droit français. Les stores (App Store, Google Play) ne sont que des hébergeurs techniques : c'est l'éditeur qui répond juridiquement du contenu et du fonctionnement de l'application.

Avant le premier téléchargement, l'éditeur doit publier des mentions légales complètes (identité, RCS, TVA, coordonnées, responsable de publication), une politique de confidentialité et des CGU. Ces informations doivent être accessibles depuis la fiche du store, sans téléchargement préalable.

1.2 Côté B2B : les CGU standard ne suffisent (presque) jamais

Pour une application vendue à des entreprises (SaaS mobile B2B), des CGU génériques ne couvrent pas les enjeux d'une relation commerciale négociée : niveaux de service garantis, conditions de résiliation, répartition des responsabilités en cas de panne. L'usage professionnel privilégie donc un contrat-cadre négocié, qui s'ajoute, voire se substitue, aux CGU standard.

Ce contrat-cadre comprend généralement des CGV encadrant la relation commerciale, un DPA (accord de traitement des données) dès lors que des données personnelles sont traitées pour le compte du client, et un SLA fixant des engagements mesurables de disponibilité et de délais d'intervention.

Sans clause de hiérarchie explicite entre ces documents, des contradictions peuvent apparaître. La rédaction doit donc préciser quel document prévaut en cas de divergence.

1.3 Point commun : la checklist minimale avant publication

Qu'il s'agisse d'un modèle B2C ou B2B, une application ne devrait pas être publiée sans les éléments suivants : mentions légales complètes, CGU adaptées à l'usage réel, politique de confidentialité conforme au RGPD dès lors que des données personnelles sont collectées, DPA signé avec chaque sous-traitant technique (et, en B2B, avec le client si l'éditeur traite ses données), vérification de conformité aux règles des stores, et, en B2B, contrat-cadre ou SLA négocié.

Que risque une entreprise qui publie une application mobile sans mentions légales ?

L'article 1-2 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 (LCEN) punit l'absence de mentions d'identification d'un an d'emprisonnement et de 75 000 € d'amende pour la personne physique responsable. Pour une personne morale, l'amende est portée à 375 000 €. Une interdiction d'exercer pouvant aller jusqu'à cinq ans peut s'y ajouter.

02

Quelles obligations RGPD spécifiques à une application mobile ?

2.1 Côté B2C : ce que la CNIL attend de l'éditeur d'une app grand public

En avril 2025, la CNIL a mis à jour sa recommandation relative aux applications mobiles. Ce texte concerne les éditeurs, les systèmes d'exploitation et les stores. Depuis le printemps 2025, il donne lieu à des campagnes de contrôle ciblées.

Tout SDK publicitaire ou traceur suppose le consentement préalable de l'utilisateur, y compris lorsqu'il est déposé par un tiers. Les permissions du téléphone doivent être demandées de façon granulaire, et non en bloc à l'installation. Concernant les mineurs, la loi SREN a fixé la majorité numérique à 15 ans : en-deçà, l'inscription suppose l'accord conjoint du mineur et d'un titulaire de l'autorité parentale.

2.2 Côté B2B : l'éditeur comme sous-traitant au sens de l'article 28 du RGPD

Lorsque l'application est développée ou opérée pour le compte d'un client professionnel, l'éditeur est généralement sous-traitant au sens du RGPD. Le client reste responsable de traitement, mais l'article 28 impose un contrat écrit (DPA) couvrant le traitement sur instruction documentée, la confidentialité du personnel, les mesures de sécurité, l'encadrement des sous-traitants ultérieurs et l'assistance en cas de violation de données.

Plusieurs SDK couramment intégrés aux applications mobiles (analytics, notifications push, régies publicitaires) sont opérés par des prestataires hors Union européenne. Ces transferts doivent reposer sur un mécanisme prévu par le RGPD (clauses contractuelles types, décision d'adéquation) et figurer dans le registre des traitements comme dans le DPA.

Quel est le montant maximum d'une amende RGPD, et une application mobile a-t-elle déjà été sanctionnée en France ?

Les amendes RGPD peuvent atteindre 20 millions d'euros ou 4 % du chiffre d'affaires annuel mondial, le montant le plus élevé étant retenu. Le 29 décembre 2022, la CNIL a sanctionné l'éditeur de jeux mobiles VODOO à hauteur de 3 millions d'euros pour avoir continué à lire un identifiant publicitaire malgré le refus de suivi exprimé par l'utilisateur.

03

Quelles règles les stores (Apple/Google) imposent-ils à l'éditeur ?

3.1 Côté B2C : achats intégrés, avis clients, rétractation

Un éditeur qui vend des abonnements ou des achats intégrés via l'App Store ou le Play Store reste soumis au droit de la consommation français. L'article L. 111-1 du Code de la consommation lui impose de communiquer au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les caractéristiques essentielles du service ou du contenu numérique, son prix, la date ou le délai de fourniture, les informations relatives à son identité, ses coordonnées, les modalités de résiliation, les modes de règlement des litiges, les garanties légales, ainsi que les fonctionnalités, la compatibilité et l'interopérabilité du contenu ou du service numérique.

L'article L. 221-5 complète ces exigences pour les contrats conclus à distance en imposant des informations spécifiques : conditions, délai et modalités du droit de rétractation (accompagnées du formulaire type), frais de renvoi éventuels, obligation de payer des frais en cas de rétractation d'un service dont l'exécution a commencé, information sur la perte du droit de rétractation dans les cas prévus, et possibilité de recourir à un médiateur de la consommation. Les prix doivent être affichés en euros de manière compréhensible, ce qui pose problème pour les applications recourant à des monnaies virtuelles sans équivalence lisible.

Les avis laissés sur la fiche de l'application sont des avis en ligne au sens de la réglementation consommation. L'éditeur ne peut ni les manipuler ni supprimer les avis négatifs légitimes. Toute manœuvre en ce sens constitue une pratique commerciale trompeuse.

Le consommateur dispose d'un délai de rétractation de 14 jours pour tout achat à distance, y compris un abonnement in-app. Si le consommateur demande que l'exécution d'un service commence avant la fin de ce délai, l'article L. 221-25 impose à l'éditeur de recueillir sa demande expresse et de lui faire reconnaître qu'il perdra son droit de rétractation une fois le contrat intégralement exécuté. En cas de rétractation alors que l'exécution a déjà commencé, le consommateur verse un montant proportionné au service fourni.

3.2 Côté B2B : l'impact du Digital Markets Act (un sujet à surveiller)

Le Digital Markets Act a contraint Apple à ouvrir son écosystème dans l'Union européenne depuis 2024-2025 : sideloading, magasins alternatifs, distribution directe depuis le web. Apple a été sanctionnée en avril 2025 à hauteur d'environ 500 millions d'euros pour des clauses restreignant la possibilité pour les développeurs de rediriger leurs utilisateurs hors App Store.

Pour un éditeur B2B envisageant une distribution hors store, les modalités continuent d'évoluer et justifient une veille régulière.

3.3 Point commun : un contrat d'adhésion difficile à négocier

En B2C comme en B2B, les conditions de distribution imposées par Apple et Google sont des contrats d'adhésion, acceptés en bloc. L'éditeur n'a aucune marge de négociation sur les clauses. Sa seule latitude porte sur la configuration de son offre à l'intérieur de ce cadre.

Un client peut-il se rétracter après avoir acheté un abonnement dans mon application ?

Oui, dans un délai de 14 jours. L'éditeur peut toutefois faire perdre ce droit pour un contenu numérique sans support matériel. Deux conditions cumulatives sont requises : recueillir l'accord exprès du consommateur pour une exécution immédiate et obtenir sa reconnaissance expresse de la perte du droit de rétractation. Sans ce double formalisme, le droit de rétractation subsiste même après le début d'utilisation du contenu.

04

Comment protéger et engager sa responsabilité quand on exploite une application ?

4.1 Côté B2C : quand un utilisateur se plaint de l'application

L'éditeur qui propose une application ou une fonctionnalité payante à des consommateurs est soumis à la garantie légale de conformité numérique. Si l'application ne fonctionne pas comme annoncé, l'utilisateur peut demander sa mise en conformité, une réduction de prix ou la résolution du contrat. Ce droit court deux ans à compter de la fourniture, ou pendant toute la durée de l'abonnement pour une fourniture continue.

En cas de faille de sécurité causant un préjudice, la responsabilité contractuelle de l'éditeur peut être engagée si le dommage résulte d'un manquement à ses obligations : sécurisation insuffisante, absence de correctif dans un délai raisonnable. Les tests de sécurité avant mise en production sont un minimum.

4.2 Côté B2B : sécuriser la relation avec le prestataire ou l'éditeur

Quand l'application est développée par un prestataire externe ou repose sur une solution SaaS tierce, le contrat doit couvrir la propriété du code, les clauses de responsabilité en cas de défaillance (plafonds d'indemnisation, exclusions, garanties sur les livrables) et la disponibilité du service via un SLA chiffré (taux de disponibilité garanti, pénalités).

La clause de réversibilité doit être prévue dès la signature, pas en urgence au moment de la rupture. Elle fixe le périmètre des actifs à restituer (code source, base de données, documentation), leur format, les délais et un coût plafonné. Sans elle, l'entreprise risque de rester captive de son prestataire technique.

Le client d'un prestataire qui a développé une application en devient-il automatiquement propriétaire du code source ?

Non. En droit français, l'auteur du logiciel reste titulaire des droits patrimoniaux sur son code, même après avoir été intégralement payé pour le développer. C'est un piège récurrent dans les relations clients-prestataires. Seule une cession expresse et écrite des droits transfère la propriété au client, avec un formalisme précis : chaque droit cédé doit être mentionné distinctement et le domaine d'exploitation délimité (étendue, destination, territoire, durée). À défaut, le client n'a qu'un droit d'usage, pas la propriété du code.

Annexe : sources et périmètres

Ce guide s'appuie sur les textes légaux et réglementaires applicables aux applications mobiles en France et dans l'Union européenne. Nous distinguons les textes contraignants (lois, codes, règlements) des recommandations et décisions de contrôle (recommandation CNIL, sanctions publiées, position des plateformes), qui n'ont pas la même valeur juridique. Le droit du numérique évoluant régulièrement, certains montants, délais ou seuils cités peuvent être modifiés postérieurement à la rédaction de ce document.

- Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN), articles 1-1 et 1-2 (mentions d'identification de l'éditeur).
- Règlement général sur la protection des données (RGPD), articles 28 (sous-traitance), 82 (consentement aux traceurs, renvoi à la loi Informatique et Libertés) et 83 (sanctions).
- Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, article 82.
- Loi n° 2024-449 du 21 mai 2024 visant à sécuriser et à réguler l'espace numérique (SREN), dispositions relatives à la majorité numérique.
- CNIL, recommandation relative aux applications mobiles (mise à jour avril 2025) et sanction de la société Voodoo du 29 décembre 2022.
- Code de la consommation, notamment les articles L.111-1, L.111-7-2, L.112-1 à L.112-4, L.221-5, L.221-18, L.221-25, L.221-28 et L.224-25-12 et suivants (information précontractuelle, droit de rétractation, garantie de conformité numérique).
- Code de la propriété intellectuelle, articles L.131-3 (formalisme de la cession de droits d'auteur) et L.113-9 (logiciels).
- Règlement (UE) 2022/1925 sur les marchés numériques (Digital Markets Act) et Apple Developer, « Update on apps distributed in the EU ».

Document arrêté à juillet 2026. Le droit du numérique évoluant, ces informations doivent être vérifiées avant toute application.

Sécurisons ensemble votre application mobile

MIRABILE AVOCAT

Avocat au Barreau de Paris

11 rue de Portalis, 75008 Paris

Tél : 01 87 66 90 27 | rmirabile@mirabile-avocat.com

Toque C 0619

Le cabinet Mirabile Avocat vous accompagne pour le lancement juridique de votre site e-commerce, la vérification de la conformité de vos mentions et documents en ligne, et les démarches devant les Autorités compétentes.

Vous pouvez m'appeler si vous souhaitez me faire part de votre projet.

Tous mes domaines d'expertise consultables sur mon site www.mirabile-avocat.com.



Classements et distinctions

- Best Lawyers 2027, Ones to Watch (droit de l'informatique)
- Best Lawyers 2027, Ones to Watch (droit de la protection des données)
- Leaders League 2026, droit de la distribution (pratique réputée)
- Leaders League 2026, données & cybersécurité (pratique réputée)
- Leaders League 2026, plateformes numériques & applications (pratique réputée)
- Le Point 2026, Meilleur cabinet en droit des nouvelles technologies (4 étoiles)
- Le Point 2026, Meilleur cabinet en droit de la consommation (4 étoiles)

Bénéficiez d'une première prise de contact de 15 minutes.

Prendre rendez-vous