

GUIDE PRATIQUE

Lancer votre app en maîtrisant le risque pour maximiser son impact

ORCHESTRATION • SOFT LAUNCH • HARD LAUNCH • COMMUNICATION • STORES

AVRIL 2026

USERADGENTS

Ce que vous allez trouver dans ce guide

00 — Avant-propos

Pourquoi un lancement maîtrisé n'est pas optionnel

01

Une orchestration en 2 temps, 3 séquences

02

Soft Launch : 2 beta tests en conditions réelles

03

Hard Launch : un déploiement progressif supervisé

04

Communiquer à chaque étape clé

05 — En résumé

Un lancement bien orchestré

06 — Point d'attention

Anticiper la soumission sur les stores

00 — Avant-propos

Pourquoi un lancement maîtrisé
n'est pas optionnel

La première impression est primordiale

Lancer ou refondre une app, c'est choisir de changer quelque chose dans la vie quotidienne de vos utilisateurs.

Le niveau des expériences attendues n'a jamais été aussi élevé que sur mobile, que ce soit sur le plan technique, ergonomique ou serviciel.

La première impression est toujours critique, et sur mobile elle se mesure en minutes, voire secondes.

Dans le cadre d'une refonte, le changement implique du risque : modifier les habitudes, parfois bien ancrées depuis des années, peut générer des résistances. Une refonte mal accompagnée peut provoquer un rejet même quand l'expérience s'améliore objectivement.

IMPACT IMMÉDIAT

Réseaux sociaux & SAV

Les retours négatifs se propagent rapidement et saturent les équipes support avant même le lancement en grande pompe.

IMPACT À MOYEN TERME

Notes et avis stores

Si une mauvaise note ponctuelle n'affecte que légèrement une note moyenne globale élevée, des avis négatifs seront eux visibles durablement par tous les futurs utilisateurs.

Cadencer pour mieux maîtriser

Lancer progressivement sa nouvelle (version d')app permet de minimiser les risques d'un déploiement précipité et d'éprouver en conditions réelles le travail accompli. Au-delà de la réduction des risques, cette approche implique toutes les parties prenantes dans l'amélioration d'un produit souvent stratégique.

OBJECTIF 1

Recette* fonctionnelle et technique

Valider la compréhension de nouveaux parcours et évolutions fonctionnelles.

Détecter les bugs via des cas d'usage non anticipés.

Éprouver l'infrastructure : APIs, services tiers, charge serveurs.

OBJECTIF 2

Amélioration produit

Évaluer l'accueil de nouveaux parcours et évolutions fonctionnelles.
Faire remonter des besoins non prévus pour enrichir le backlog V2,
ou faire évoluer la V1 avant le lancement officiel.

***PRÉREQUIS**

Les recettes projet et les tests réalisés pendant le développement doivent être finalisés avant d'entrer dans le soft launch. Ce guide ne couvre pas ces phases.

Nouvelle app vs. refonte : 2 logiques différentes

NOUVELLE APPLICATION

- **Pas d'utilisateurs existants à préserver**
Liberté totale sur le périmètre du soft launch
- **Enjeu de recrutement**
Taux de désinstallation post-téléchargement, acquisition des premiers utilisateurs
- **Communication minime au démarrage**
Montée en puissance progressive une fois l'app stabilisée

MISE À JOUR MAJEURE

- **Base d'utilisateurs existants à préserver**
Mesurer l'impact des évolutions sur les usages
- **Enjeu de rétention**
Suivi des indicateurs clés, notes et avis sur les stores
- **Communication d'accompagnement**
Informar et guider (emailing, notifications, tutos inApp...)

01

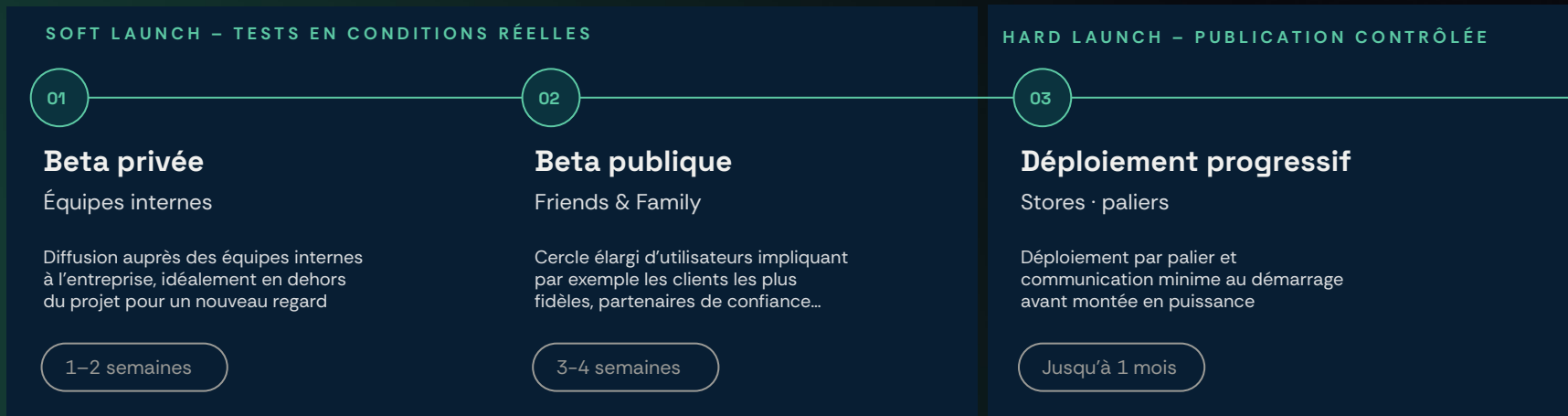
Une orchestration en 2 temps, 3 séquences

- 01 — UNE ORCHESTRATION EN 2 TEMPS, 3 SÉQUENCES

Du soft launch au hard launch

Deux grandes phases de lancement sont à distinguer : le **“Soft launch”** couvre les versions beta partagées à des testeurs ciblés ; le **“hard launch”** correspond à la publication sur les stores.

Dans les faits, le cadencement se fait en 3 séquences distinctes : la Bêta publique et la Bêta privée ayant chacune ses objectifs, ses testeurs et ses mécaniques propres. Le déploiement progressif sur les stores signe la bascule vers des utilisateurs utilisant votre produit en autonomie.



Les essentiels pour réussir son lancement

01

En amont — définir ses KPIs

Dashboard de suivi des remontées.
Critères de passage entre chaque étape définis avant le lancement.

02

Dès que possible — prévoir d'ancrer dans un temps fort

Événementialiser le lancement : code promo, avant-première, offre exclusive app pour lui donner du poids commercial.

03

1 mois avant — embarquer les parties prenantes

CRM, Web, SAV, Social Media, infogérance.
Planifier la mise à jour les supports internes.

04

Bêta publique — équipes dédiées aux retours

Catégoriser les criticités, prioriser les corrections avant le passage au palier suivant.

05

Au lancement — monitorer tous les KPIs

S'assurer que les services répondent correctement avant chaque passage de palier.

Cette stratégie nécessite davantage de ressources : équipes supplémentaires, délai allongé, budget pour intégrer les retours. À anticiper en amont.

02

Soft Launch : 2 beta tests en conditions réelles

Versions Beta : la recette gagnante

Mettre l'application entre les mains d'un cercle restreint et identifié, d'abord les équipes internes, puis utilisateurs de confiance, pour valider les parcours sur de vrais usages, d'éprouver l'infrastructure, et de collecter des retours actionnables avant toute exposition publique.

À chacune de ces étapes, les utilisateurs doivent être accompagnés, écoutés et leurs usages mesurés, pour parfaire le produit avant son déploiement sur les stores.

01

Beta privée

Équipes internes

Diffusion auprès des équipes internes à l'entreprise, idéalement en dehors du projet pour un nouveau regard

1-2 semaines

02

Beta publique

Friends & Family

Cercle élargi d'utilisateurs impliquant par exemple les clients les plus fidèles, partenaires de confiance...

3-4 semaines

PASSAGE EN PRODUCTION

Ces tests se distinguent des recettes menées pendant le projet : ils impliquent de vrais utilisateurs, en autonomie sur leurs propres devices, et selon les modalités de diffusion, nécessitent une soumission sur les stores.

iOS

TestFlight, l'outil d'Apple

Solution officielle pour tester des applications sur iOS, iPadOS, watchOS... Les testeurs accèdent aux betas via l'app TestFlight, qui centralise distribution, mises à jour et remontées de bugs. Une bêta est testable pendant 90 jours.

TEST INTERNE* (pas de soumission)



Jusqu'à 100 testeurs

Dédié aux équipes projets membres du Developer Program. Autonomie totale vis-à-vis d'Apple, disponible dès le début du cycle de développement.

TESTS EXTERNES* (validation Apple requise)



Jusqu'à 10 000 testeurs

Invitation par email.
Permet de cibler un cercle élargi : clients fidèles, partenaires de confiance.
Avantage : contrôle total sur la liste des testeurs.

Via lien public (URL)

Recrutement simplifié : les testeurs s'inscrivent eux-mêmes.
Inconvénient : accès ouvert à toute personne disposant du lien.

🚫 APP NON RÉPERTORIÉE : À ÉVITER POUR UNE BETA

Disponible depuis 2021, la distribution en app non répertoriée permet de rendre une app accessible uniquement via un lien direct, sans apparaître dans les résultats de recherche du Store. **Apple l'interdit explicitement pour les builds beta ou en pré-production : les demandes sont systématiquement refusées.** Par ailleurs, cette conversion est irréversible : une app non répertoriée ne peut jamais redevenir une app publique sur le Store. À réserver donc aux cas d'usage légitimes (apps internes, outils partenaires, ressources employés).

ANDROID

Google Play Console, l'outil de Google

La Play Console distingue trois types de tests officiels, progressifs par audience.
La meilleure approche dépendra de la cible et de l'échelle visée.

TEST INTERNE* (pas de soumission)



Jusqu'à 100 testeurs

Contrôles qualité initiaux, accessible sans configuration complète de l'app. Peut être exécuté en parallèle des autres types de tests.

TEST FERMÉ* (pas de soumission)



Groupe restreint de confiance

Retours ciblés auprès de collaborateurs ou partenaires. Possibilité de créer plusieurs canaux nommés selon les besoins.

TEST OUVERT* (validation par Google)



Grand public sur Google Play

La version de test est publiée sur le Play Store. Tout utilisateur peut rejoindre le programme et envoyer des retours privés.

ALTERNATIVE : FIREBASE DISTRIBUTION



Mise à disposition via une URL publique pour éviter l'ajout manuel. Jusqu'à 200 emails. Fonctionne avec iOS et Android. Les testeurs reçoivent un email Firebase et téléchargent l'app via un App Tester.

Briefer ses testeurs : la clé d'un feedback utile

Un testeur non briefé est un testeur qui renvoie du bruit.

Qu'importe la méthode de test et les utilisateurs visés, partager vos enjeux en amont transforme la qualité des retours.

Outils de remontée

IOS NATIF

Captures d'écran via TestFlight envoyées directement au développeur.

ANDROID NATIF

Commentaires privés depuis Google Play, visibles uniquement de l'éditeur.

SOLUTIONS DÉDIÉES

Typeform (étape intermédiaire simple) ou GetFeedback (intégré dans l'app).

COLLECTER, HISTORISER ET INTÉGRER LES RETOURS UTILISATEURS

Anticiper le processus de gestion des remontées des différents testeurs correspondant à votre organisation projet :

- Centralisation des retours dans le dashboard d'amélioration/correction de l'application
- Priorisation, évaluation et qualification des remontées
- Intégration dans la roadmap produit / backlog d'évolutions

03

Hard Launch : un déploiement progressif supervisé

Contrôler la publication sur les stores

Passage de “testeurs identifiés” à “utilisateurs non identifiés” en total autonomie.

03

Déploiement progressif

Stores · paliers

Déploiement par palier et communication minime au démarrage avant montée en puissance

Jusqu'à 1 mois

PRINCIPES DE PALIERS : DISTINCTION ENTRE DISTRIBUTION ET COMMUNICATION

Mise à jour (iOS et Android) – l'application est accessible sur les stores pour tous, seule la mise à jour automatique est déployée progressivement par paliers.

Première version (Android uniquement) – la visibilité sur le Play Store est elle-même limitée au palier en cours.

iOS

ANDROID

Orchestration du déploiement progressif

iOS - PHASED RELEASE

Disponible pour les mises à jour uniquement.

Calendrier automatique sur 7 jours, non modifiable.

J1 · 1%

J2 · 2%

J3 · 5%

J4 · 10%

J5 · 20%

J6 · 50%

J7 · 100%

Pause possible jusqu'à 30 jours :
nombre de pauses illimité, mais le crédit de 30 jours est
partagé entre toutes les pauses de la version.

ANDROID - STAGED ROLLOUT

Disponible dès la première publication.

Pourcentage et durée fixés librement, permettant d'observer
les usages avant de passer au palier suivant.

Première publication : le % définit la part d'utilisateurs pour qui l'app apparaît
dans le Playstore et peut être téléchargée.

Mise à jour : le % s'applique aux utilisateurs existants recevant la nouvelle version.

Interruption (halt) possible à tout moment :
stoppe la distribution aux nouveaux utilisateurs.

PAS DE ROLLBACK POSSIBLE

Une fois l'app téléchargée ou mise à jour, l'utilisateur ne peut pas revenir à la version précédente.
Il convient de mettre en place des filets de sécurité pour corriger rapidement l'app.

Ne jamais déployer à l'aveugle

Le déploiement progressif n'a de sens que si vous observez activement ce qui se passe à chaque palier. Sans monitoring, passer de 1% à 100% n'est qu'une question de chance.

MONITORER LA STABILITÉ TECHNIQUE

L'app ne plante pas

Crash rate, temps de réponse APIs, disponibilité des services tiers.

Firebase Crashlytics

Sentry

...

ANALYSER LES COMPORTEMENTS UTILISATEURS

Les utilisateurs comprennent l'app

Parcours clés complétés, KPIs métier stables vs. version précédente, taux de conversion.

Firebase Analytics

Google Analytics

Matomo

Contentsquare

...

EVALUER LA SATISFACTION UTILISATEURS

Les utilisateurs évaluent l'app

Notes et avis stores, stats de désinstallation, retours service client et réseaux sociaux.

App Store Connect

Google Play Console

RS

...

Stopper le rollout si...

Le crash rate dépasse le double du taux de la version précédente

Chute de note store de plus de 0,5 point

Remontées SAV en hausse anormale sur un même sujet

KPI métier clé en régression de plus de 15%

Prévoir des filets de sécurité

Sans rollback natif sur iOS ni Android, trois niveaux d'intervention à distance permettent de corriger votre app.

NIVEAU 1 — FEATURE FLAG

Désactiver une fonctionnalité

Masquer ou désactiver à distance un parcours ou une feature problématique, sans toucher au reste de l'app.

→ *Bug isolé sur un écran ou un parcours spécifique*

NIVEAU 2 — MODE MAINTENANCE

Bloquer temporairement l'accès

Afficher un écran d'information bloquant à l'ouverture. L'utilisateur est informé, l'accès est suspendu.

→ *Incident serveur grave ou indisponibilité d'un service critique*

NIVEAU 3 — FORCE UPDATE

Forcer la mise à jour

Bloquer l'accès et rediriger vers le store pour imposer l'installation de la version corrigée (ou de la version précédente stable).

→ *Bug critique affectant toutes les versions en production*

PILOTABLE EN TEMPS RÉEL SANS NOUVELLE SOUMISSION SUR LES STORES

via un outil unique : [Firebase Remote Config](#)

LIMITATIONS

Une utilisation pour contourner la review ou modifier du fonctionnel sans resoumission vous expose à une résiliation de compte développeur.

NOUVELLE SOUMISSION STORE

Implique un nouveau cycle de validation

04

Communiquer à chaque étape clé

Caler la communication sur le lancement

Un lancement progressif n'a pas de "jour J" unique. La communication doit suivre exactement le rythme de votre déploiement : ni en avance, ni en retard.



NOTRE RÈGLE D'OR

Pas de communication externe massive avant le déploiement total ET une parfaite stabilité de l'app. Néanmoins, un déploiement progressif n'implique pas le silence total. Une communication ciblée est envisageable, à condition que l'application soit suffisamment stable.

M-1 : préparer le terrain en interne

L'étape la plus sous-estimée, et celle dont dépend la fluidité de tout le reste.
Plus les équipes sont briefées tard, plus elles improviseront.

→ SAV / Service client

Scripts de réponse mis à jour, FAQ, tutoriel(s), anticipation des questions à venir.

→ CRM

Séquences d'emailing d'annonce préparées, base segmentée selon le profil utilisateur app.

→ Infogérance / équipes tech

Environnements de production prêts à encaisser la charge dès le passage à 100%.

→ Web

Liens de téléchargement, pages dédiées prêts à être activés.

→ Media / Social media

Messages RP préparés, visuels et posts préparés, publications planifiées selon les paliers prévus.

ANTICIPER

Embarquer vos équipes au minimum 1 mois avant le lancement (ou plus selon les assets de comm et du site à produire).
Prévoir également la non maîtrise des délais de validation des stores, pouvant avoir une incidence sur votre planning.

Beta privée & beta publique : premiers contacts externes

Beta privée

Zéro communication externe, pas même un teaser.
L'app n'est pas encore prête à être jugée publiquement.

→ Feedbacks en interne

Tenir les parties prenantes informées des bugs trouvés, corrections apportées, délais ajustés.

→ Produire les assets

C'est le bon moment pour finaliser visuels, présentation des services, emailings et supports SAV.

Beta publique

Un partage d'informations bien maîtrisé.
Deux objectifs distincts.

→ Briefer et remercier les testeurs

Attentes claires, suivi de l'avancement, reconnaissance.
Ce sont vos premiers ambassadeurs.

→ Valider tous les assets

Visuels stores, posts, FAQ publique, page de téléchargement.
Tout doit être prêt avant le go live.

COLLECTER DES PREMIERS AVIS

Solliciter les testeurs pour les premiers avis stores au bon moment → ils conditionnent la note initiale.

Déploiement progressif : une communication adaptée

Le déploiement par étapes est aléatoire : ni Apple ni Google ne permettent de savoir qui a téléchargé votre app ou installé la mise à jour. Impossible donc de cibler une communication auprès de ces utilisateurs dans cette période.

Néanmoins, dans le cadre d'une mise à jour, votre application est disponible pour tous sur les stores (elle est "poussée" en màj automatique par paliers), une communication ciblée auprès de vos clients pour les inciter au téléchargement est donc envisageable, à condition que l'application soit suffisamment stable.

1% → 5%

Silencieuse

Monitoring uniquement.
Observer, corriger, stabiliser
avant toute communication.

5% → 20%

Confidentielle

Newsletter interne, cercle
proche. Communication
informatrice, pas de push large.

20% → 50%

Ciblée – si l'app est stable

Communication 1to1 via
emailing base clients, réseaux
sociaux. Début des campagnes
d'acquisition ciblées.

50% → 100%

Large

Communication synchronisée
avec un temps fort
commercial.
Tous canaux, RP si pertinent,
campagnes paid.

Déploiement progressif : communication 1to1

Une communication ciblée peut être activée dès lors que certains pré-requis sont remplis.

PRÉ-REQUIS

Aucun bug critique en cours · KPIs dans les seuils définis par l'équipe · Crash rate stable

CONTEXTE	VISIBILITÉ STORE	COMMUNICATION 1TO1
Mise à jour iOS & ANDROID	App visible par tous. Seule la mise à jour automatique est progressive.	Activable dès les prérequis atteints — l'utilisateur peut mettre à jour manuellement, quel que soit le palier.
1ère publication iOS	App visible à 100% dès publication.	Activable dès les prérequis atteints — l'utilisateur peut télécharger manuellement, quel que soit le palier.
1ère publication ANDROID	App visible uniquement par le % du palier en cours.	À activer à l'issue du staged rollout uniquement.

Onboarding in-app : guider et accompagner

Qu'il s'agisse d'une nouvelle application ou d'une mise à jour majeure, l'onboarding in-app conditionne la compréhension, l'adhésion et la rétention. C'est le premier contact de l'utilisateur avec le produit, ou avec une nouvelle version de son produit, qui peut générer de la résistance au changement chez certains utilisateurs.

NOUVELLE APPLICATION

Amener au premier usage significatif

- Présenter la proposition de valeur dès les premiers écrans
- Guider vers les fonctionnalités clés sans surcharger
- Réduire le temps entre installation et premier usage réussi

MISE À JOUR MAJEURE

Signaler ce qui a changé et valoriser le gain d'expérience

- Nouvelle navigation — indiquer explicitement les points de rupture
- Fonctionnalités déplacées ou supprimées — informer
- Améliorations — présenter les bénéfices liés aux évolutions

ONBOARDER ON-DEMAND

L'onboarding doit être contextuel, pas systématique. Un tooltip au bon moment vaut mieux qu'un carrousel ignoré à l'ouverture.

Formats

Tooltips contextuels

Écrans de présentation au 1er lancement

Coach marks

Vidéo courte

Walkthroughs interactifs

Post-lancement : ne pas relâcher dans les 30 premiers jours

Le lancement n'est pas la ligne d'arrivée, c'est la ligne de départ de la vie réelle du produit.

J+1 à J+7

→ Répondre aux premiers avis stores

Signal fort pour les futurs téléchargeurs. Peut transformer un avis négatif en réévaluation positive.

→ Activer les campagnes d'acquisition

Paid, ASO, référencement app store selon les objectifs définis en amont.

→ Premier bilan interne

KPIs, retours qualitatifs, correctifs en cours — partager avec toutes les équipes.

J+7 à J+30

→ Analyser les KPIs de rétention

D1, D7, D30 — indicateurs clés de la santé du lancement à moyen terme.

→ Identifier les points de friction

Avis stores et remontées SAV à verser dans le backlog priorisé.

→ Préparer la première mise à jour

La réactivité post-lancement conditionne la note à long terme.

[Téléchargez notre Guide Pratique de notation des Apps](#)

05 — En résumé

Stratégie de déploiement progressif

Un lancement bien orchestré

	Alpha - J-30 (ou +)	Beta privée	Beta publique	Déploiement progressif	Sortie publique
OBJECTIFS	Préparer l'équipe & les outils	Stabilisation + amélioration produit	Stabilisation + amélioration produit	Monitoring, stabilisation par palier	Rétention & évolution continue
iOS	Compte Developer 99€/an	TestFlight interne ≤ 100 testeurs <i>ou Firebase Distribution ≤ 200</i>	TestFlight externe ≤ 10 000 testeurs <i>ou Firebase Distribution ≤ 200</i>	Phased release – 7J auto <i>Maj uniquement · App visible par tous · Mise à jour auto progressive</i>	Notes & avis App Store Connect
ANDROID	Google Play Console 25€ unique	Firebase Distribution ≤ 200 testeurs <i>ou Firebase Distribution ≤ 200</i>	Google Play Test ouvert / fermé <i>ou Firebase Distribution ≤ 200</i>	Staged rollout – % libre & manuel <i>Maj : app visible par tous, maj auto progressive 1ère publi : visibilité limitée au palier en cours</i>	Notes & avis Play Console
COMMUNICATION	Briefing interne SAV · CRM · Web · Social	Feedbacks en interne Silence externe	Testeurs briefés Assets finalisés	Comm 1to1 activable si app stable <i>Pas de communication externe large</i>	Comm externe <i>Onboarding in-app</i>
ACTIONS STORES	Créer comptes	Compléter fiches Soumissions à blanc	Soumission externe Validation Apple / Google	Review · Publication Checklist complétée	Répondre aux avis Suivi ASO

Du lancement à la roadmap produit

La création (ou la refonte) de votre app a nécessité d'importants investissements humains et financiers.

Afin d'évaluer rapidement l'appétence de votre service par ses utilisateurs, nous recommandons une approche MVP (Minimum Viable Product). Cette première version de votre app centrée sur les fonctionnalités essentielles, sans couvrir l'intégralité des besoins identifiés, constitue le cœur de votre service. Démarrer par un MVP est un choix stratégique pour construire votre roadmap produit en adéquation avec les attentes du marché.

Après le lancement de votre app, une seconde phase de la vie de votre produit débute : celle de son enrichissement et de son évolution continue, guidée par les précieuses évaluations utilisateurs collectées tout au long du lancement, et par les outils de monitoring mis en place.

Une veille continue sur vos KPIs, notes et avis utilisateurs seront vos meilleures boussoles pour vous orienter dans votre roadmap produit.

06 — Point d'attention

Anticiper la soumission sur les stores

Créer ses comptes développeur

Plus tôt ces comptes sont créés, plus tôt vous pouvez tester sur de vrais devices et fiabiliser le lancement. Le processus de validation peut être long.

APPLE DEVELOPER PROGRAM



- Entité juridique + D-U-N-S number
- 99 € / an par carte bancaire
- ! Titulaire = **personne physique, non morale**

GOOGLE PLAY CONSOLE



- Entité juridique
- 25 € une seule fois par carte bancaire
- Compte Google propriétaire (boîte fonctionnelle)

Préparer les fiches stores

Avant de pouvoir publier, la fiche store doit être complétée. Elle contient les données nécessaires à la review Apple / Google, mais aussi vos assets de communication en “vitrine” des stores. Il convient donc de soigner le descriptif, les visuels et vidéos, ainsi que les mots clés, pour favoriser votre visibilité sur les stores (approche ASO). Créer votre fiche en amont du projet permet également de “déposer” le nom de l’app pour assurer sa disponibilité.

APPLE DEVELOPER PROGRAM

Plateforme, nom, langue principale, identifiant de bundle, UGS (identifiant unique).

GOOGLE PLAY CONSOLE

Nom, langue par défaut, type (jeu/app), modèle économique (gratuit/payant).

Apple et Google vérifient que les données utilisateur déclarées correspondent aux permissions demandées dans votre application (ATT, géolocalisation...). Une incohérence entraîne un refus.

[Téléchargez notre Guide Pratique ASO - App stores Optimization](#)

Signer et packager son application

iOS — fichier .ipa

Deux éléments requis pour signer :

Certificat de distribution

Preuve d'identité de l'organisation. Commun à toutes les apps.
Durée de vie : 1 an.

Profil de provision

Autorisation Apple propre à chaque app : identité, permissions, devices. Durée de vie : 1 an.

ANDROID — .apk ou .aab

Le format AAB (depuis 2021) ne contient que les éléments nécessaires au device ciblé ; plus léger que l'APK.

Clé de signature

Générée à la première publication. Identique pour toute la durée de vie de l'app.

Si cette clé est perdue, aucune mise à jour n'est plus possible.
À stocker avec le code source.

Profiter des soumissions à blanc

Il est recommandé de soumettre le plus tôt possible, et autant de fois que nécessaire, pour anticiper les problèmes avant la soumission finale, afin d'obtenir rapidement les retours des équipes de validation. Si des erreurs sont détectées, vous avez plus de temps pour les corriger.

DÉLAIS THÉORIQUES DE VALIDATION iOS

50% dans les 24 heures, 90% dans les 48h.

→ [Guideline APPLE](#)

DÉLAIS THÉORIQUES DE VALIDATION ANDROID

48h à 96h, mais parfois jusqu'à 7 jours.

→ [Guideline GOOGLE](#)

EN CAS DE REFUS iOS

Échange possible avec le validateur via la section "Vérification de l'app". Review sous 48h en moyenne.

EN CAS DE REFUS ANDROID

Aucun échange possible. Une nouvelle release est obligatoire pour obtenir un nouveau retour. Délai : 48h à 7 jours.

EN CAS DE VALIDATION

La validation n'impose pas la publication immédiate : vous pouvez programmer la date de déploiement au moment le plus opportun.

Checklist avant soumission

- ☐ Compte Apple Developer / Google Developer créé
- ☐ Application créée avec nom et icône
- ☐ Application signée pour une release
- ☐ Fiches stores entièrement complétées
- ☐ Captures d'écran cohérentes, sans lorem ipsum ni "test"
- ☐ Données utilisateur collectées déclarées sur les fiches
- ☐ Aucune donnée de test dans l'app (lorem ipsum, "beta" ...)
- ☐ Tous les services câblés sur la production (APIs, push, tracking)
- ☐ Consentements utilisateurs intégrés — CMP ? ATT sur iOS ?
- ☐ L'équipe de review a un compte de test (limites géographiques ?)

**Vous souhaitez être accompagné
dans la stratégie de lancement
de votre application mobile ?**

Contactez-nous

USER\ADGENTS