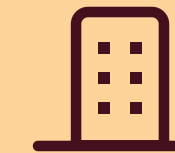


UAPP Observer

MAI 2026

Retail



65

Acteurs scannés



20,1

Mises a jour /an



4,45/5

Note moyenne



Techno



Natif



63%

React Native



Flutter



18%

14%

Xamarin



Cordova



3%

2%

65

acteurs scannés

Le secteur du retail présente une réalité mobile plus homogène qu'il n'y paraît, mais cette homogénéité est en trompe-l'œil.

Avec une note moyenne de 4,45/5 sur 130 applications étudiées (iOS et Android confondues) supérieure à la moyennes du marché*, on constate un niveau de qualité généralisé.

Néanmoins, les algorithmes des stores créent une pression à la hausse artificielle : en dessous de 4/5, une application disparaît progressivement des résultats de recherche organique. La note n'est donc plus seulement un indicateur de qualité perçue, elle est devenue une condition de survie commerciale.

Ce qui distingue réellement les acteurs, c'est la combinaison entre audience, fréquence de maintenance et enjeux business.

Les acteurs multisectoriels et la mode accumulent des millions d'avis et maintiennent un rythme de release soutenu, signe d'une organisation produit mature.

L'alimentation, à l'inverse, cumule la note la plus basse, la maintenance la plus faible et l'écart iOS/Android le plus marqué. C'est précisément dans cet espace, fonctionnel et contraint par la logistique, que l'investissement mobile reste le plus difficile à justifier en ROI immédiat, et pourtant le plus différenciant pour qui s'y engage vraiment.



ALIMENTATION

14 acteurs

BEAUTÉ

4 acteurs

MODE ET HABILLEMENT

21 acteurs

MAISON

9 acteurs

MULTISECTEURS

17 acteurs



Séverine Dumont - Directrice de la Communication et des Études



BEAUTÉ

	Beauté privée	Beauté privée
	Nocibé	Nocibé La beauté pa...
	Sephora	Sephora - Maquilla...
	Yves Rocher	Yves Rocher : beauté...

MAISON

	Back Market	Back Market, Achat...
	Bou langer	Bou langer - Achat en...
	Castorama	Castorama - Bricolag...
	Darty	Darty Magasin & Ach...
	Fnac	FNAC - Achat en ligne
	Groupe ADEO	LEROY MERLIN

	Inter IKEA System B.V	IKEA
	ManoMano	ManoMano - Bricola...
	Selency	Selency : brocante en...

MODE & HABILLEMENT

	Adidas	adidas : streetwear et...
	Asos	ASOS : toute la mo...
	BUNSHA	KIABI Mode, Bébé &...
	Decathlon	Decathlon Shopping
	Etam	ETAM Lingerie & prêt...
	H&M	H&M - on aime la m...
	Inditex	Zara
	JD Sports Fashion PLC	JD Sports

	LABOUTIQUEOFFIC...	La boutique officielle
	MANGO MNG, S.A	mango
	Nike	Nike : mode et sneak...
	Orchestra	Orchestra
	Place des Tendances	Place des Tendances
	Roadget Business P...	SHEIN-Achat en ligne
	Sarenza	Sarenza
	Sézane	Sézane App Mode &...
	Snipes SE	snipes
	Tape à L'oeil	Tape à L'oeil
	Uniqlo	UNIQLO - LifeWear
	Vestiaire de Copine	Vestiaire Collective...
	Zalando	Zalando – la mode e...



63%

d'apps natives

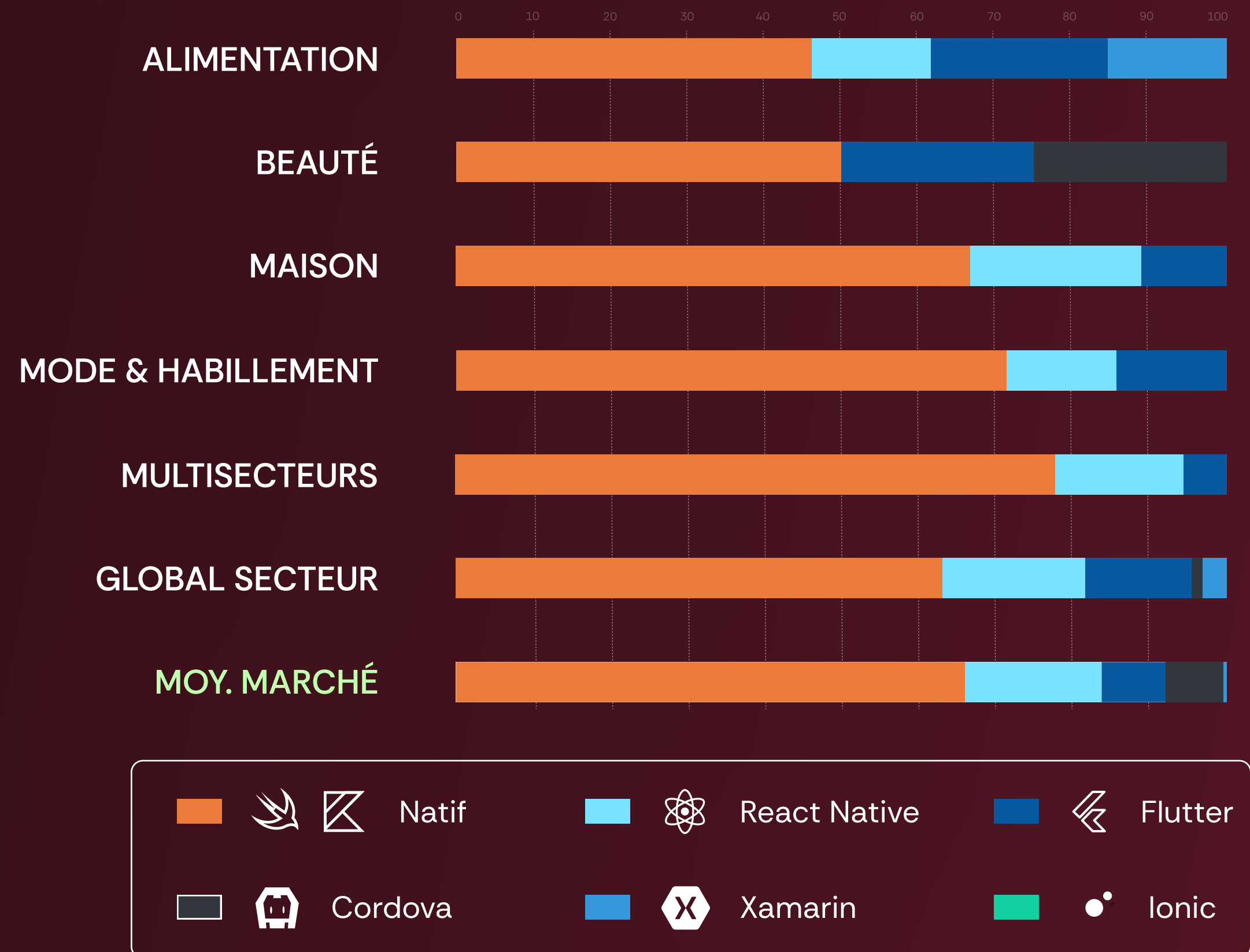
Les choix technologiques du retail révèlent une logique de marché en stabilisation. Le natif reste majoritaire à 63 %, porté par les acteurs historiques dont les apps ont été construites avant la maturité des solutions cross-platform.

Mais la donnée la plus structurante est ailleurs : React Native affiche exactement la même note moyenne que le natif, avec une audience trois fois plus faible. La technologie n'est plus un déterminant de la satisfaction utilisateur : le débat natif versus cross-platform est désormais tranché sur le terrain de l'expérience perçue.

Étonnamment, Flutter présente des notes plus basses et une fréquence de release deux fois inférieure au natif, alors même que la technologie est davantage orientée écosystème mobile que React Native. Faut-il y voir l'héritage d'une technologie plus jeune, arrivée à maturité ces deux dernières années, ou simplement une montée en compétence plus récente des équipes techniques qui défrichent encore le terrain ?



Technologie par sous-secteur





MULTISECTEURS

Action	 
AliExpress Shopping App	 
Amazon FR	
Cdiscount	 
Choose : Lifestyle et Cadeaux	
eBay : Achat et vente en ligne	 
Etsy : un marché mondial	 
Galleries Lafayette	 
GIFI	
La Redoute Maison, Mode, Déco	 
leboncoin, petites annonces	 
Rakuten Achat & Vente en ligne	 

Showroomprivé	 
Temu : Achats et Mode en Ligne	 
The Bradery – Ventes privées	
Veepee by vente-privee outlet	 
Vinted : vêtements d'occasion	 
Wish	 

ALIMENTATION

Aldi France	 
Auchan FR – Courses & fidélité	
Carrefour & sa carte Club	 
Chronodrive	 
Courses U : Magasin en ligne	

Grandfrais	
Intermarché – courses en ligne	 
La fourche magasin bio	
Leclerc drive	
Lidl Plus	
Mon E.Leclerc	
Monoprix.fr Courses	 
Picard – Courses en ligne	





BEAUTÉ

Beauté privée	
Nocibé La beauté partagée	
Sephora – Maquillage & Parfum	
Yves Rocher : beauté & makeup	

MAISON

Back Market, Achat & Vente	
Boulangier – Achat en ligne	
Castorama – Bricolage, jardin	
Darty Magasin & Achat en ligne	
FNAC – Achat en ligne	
IKEA	

LEROY MERLIN	
ManoMano – Bricolage et Jardin	
Selency : brocante en ligne	

MODE & HABILLEMENT

adidas : streetwear et sneakers	
ASOS : toute la mode en ligne	
Decathlon Shopping	
ETAM Lingerie & prêt à porter	
H&M – on aime la mode	
JD Sports	
KIABI Mode, Bébé & Déco Maison	
La boutique officielle	

mango	
Nike : mode et sneakers	
Orchestra	
Place des Tendances	
Sarenza	
SHEIN–Achat en ligne	
Sézane App Mode & Maroquinerie	
snipes	
Tape à L’oeil	
UNIQLO – LifeWear	
Vestiaire Collective mode luxe	
Zalando – la mode en ligne	
Zara	

4,45

Note moyenne



L'analyse du retail révèle deux dynamiques UX majeures.

Côté sectoriel, mode, beauté et multisecteurs dominent grâce à des interfaces immersives. À l'inverse, l'Alimentation subit sa complexité fonctionnelle (gestion des stocks, paniers volumineux).

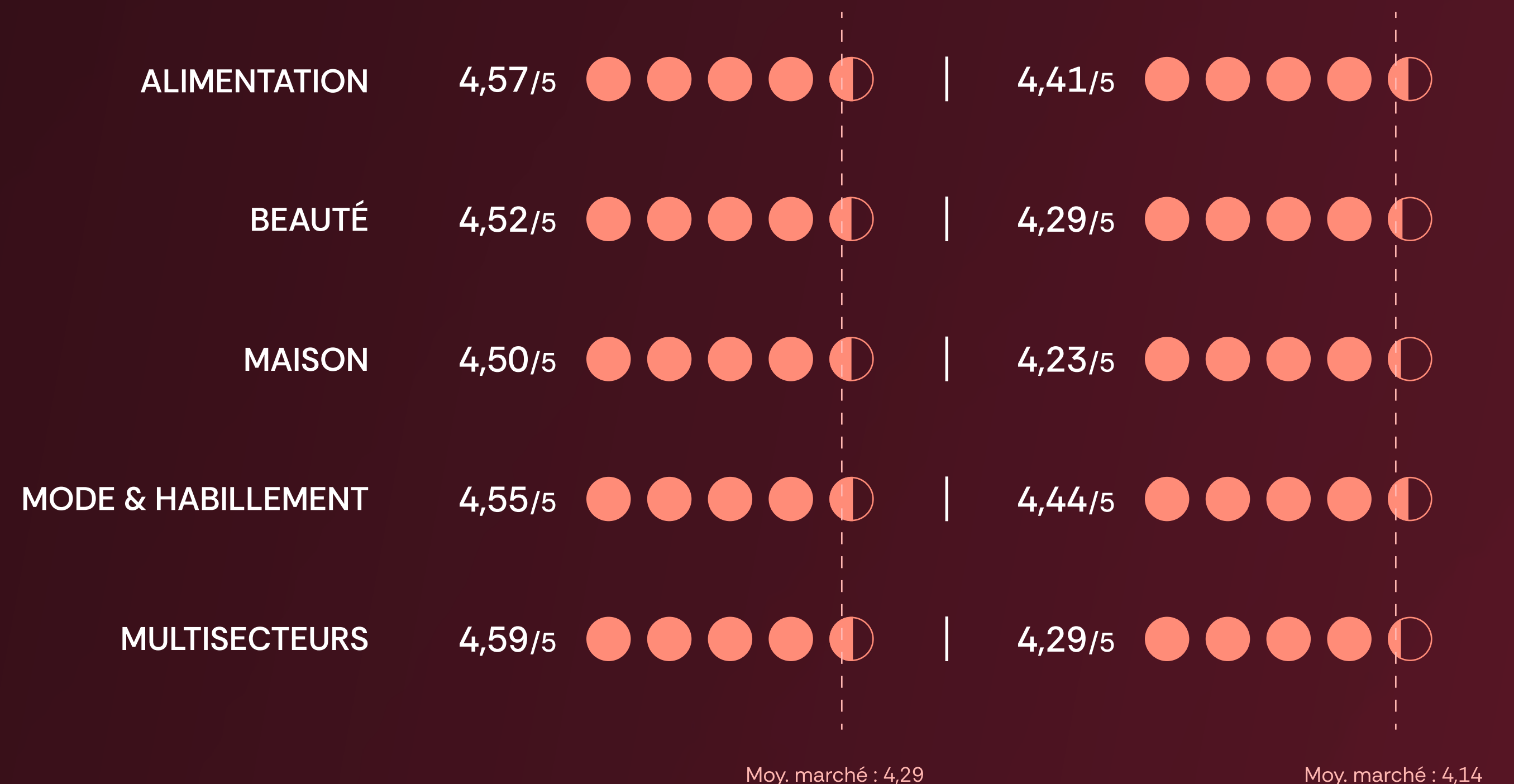
Le second niveau de lecture, plus critique, concerne l'asymétrie entre les OS. iOS surperforme systématiquement Android sur l'ensemble des sous-secteurs étudiés. Cet écart, qui culmine sur le multisecteurs et la maison, trahit un biais historique d'investissement. Les équipes produit ont longtemps concentré leurs efforts de design et d'assurance qualité sur Apple, souvent perçu comme le standard des utilisateurs premium.

Dans un marché mobile où Android représente pourtant la majorité des utilisateurs (70% du parc), ce déficit d'optimisation (fluidité moindre, bugs graphiques non résolus) pénalise ces clients. Pour les retailers, combler cette dette UX n'est plus une option, mais un impératif commercial direct pour débloquer les taux de conversion sur Android.



Fabienne Latxague - Head of UX

Notes par sous-secteur



Showroomprivé

4,75/5 | 4,62/5

ALIMENTATION



Grandfrais

4,33/5 | -

An illustration of a smartphone displaying a shopping application. The app features a dark blue header with a white search bar containing a magnifying glass icon and the word "Search". Below the header is a grid of four product cards. Each card has a light blue placeholder for an image, a heart icon in the top right corner, and text at the bottom: "Nom du produit" (Product Name), "Description" (Description), and a price (e.g., "42,00€" or "63,00€"). The phone is shown at an angle, with a soft orange glow behind it.

mango	4,83/5		4,50/5
Nike : mode et sneakers	4,82/5		4,60/5
Orchestra	2,00/5		2,21/5
Place des Tendances	3,58/5		3,59/5
Sarenza	4,58/5		3,91/5

SHEIN-Achat en ligne	4,52/5		4,65/5
Sézane App Mode & Mar...	4,88/5		4,90/5
snipes	4,69/5		4,62/5
Tape à L'oeil	4,75/5		4,72/5
UNIQLO – LifeWear	4,76/5		4,61/5
Vestiaire Collective mod...	4,51/5		4,48/5
Zalando – la mode en lig...	4,77/5		4,67/5
Zara	4,78/5		4,71/5

20,1

mises à jour / an



Dans le retail, la fréquence de mises à jour trahit souvent mieux que n'importe quel autre indicateur l'attention réelle portée au produit mobile.

Le retail présente sur ce point un spectre très large, qui dessine en creux la cartographie des ambitions produit du secteur.

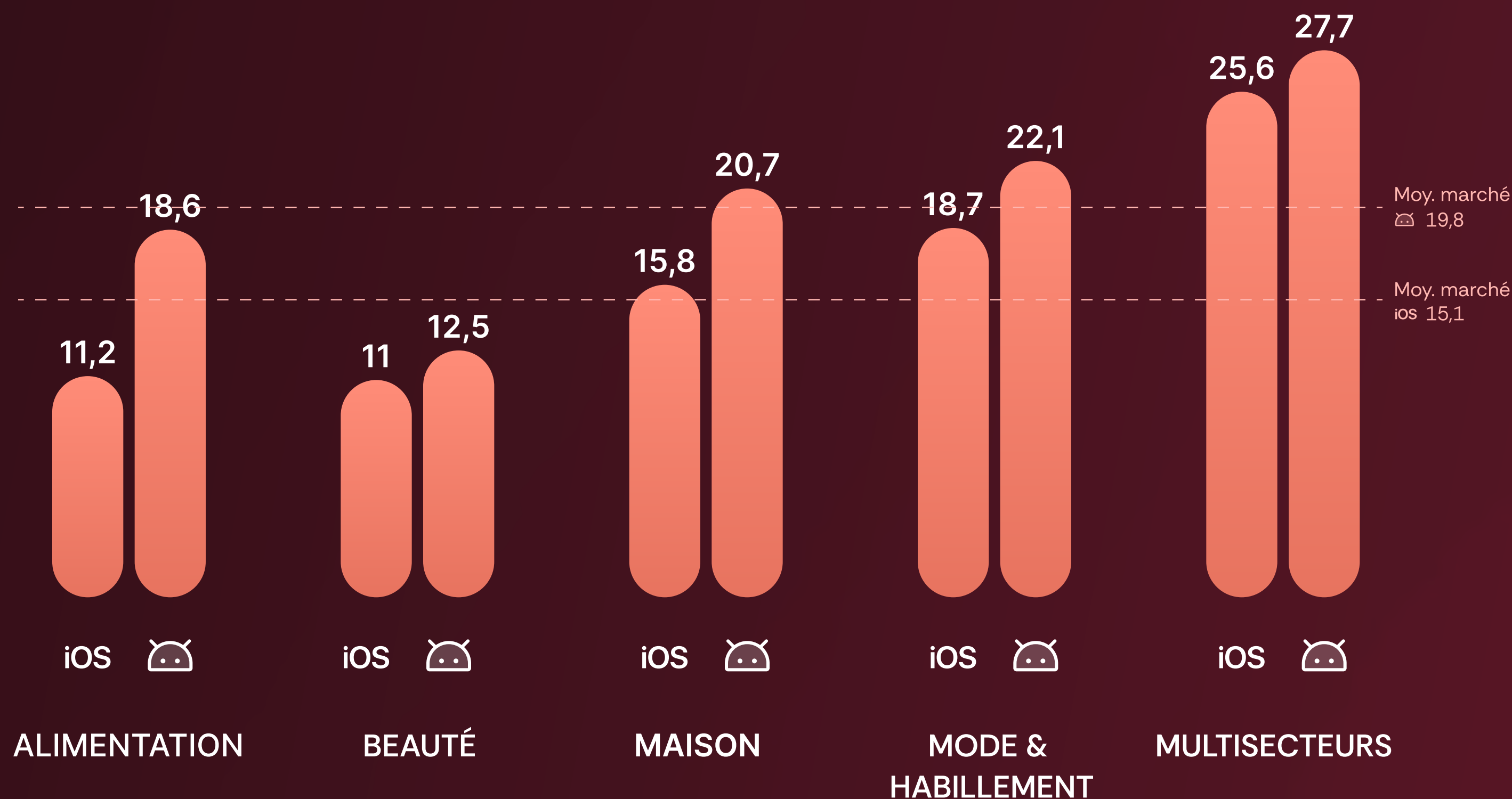
Les multisecteurs affichent la vélocité la plus soutenue avec environ 26 releases annuelles, soit une mise à jour toutes les deux semaines : un rythme qui traduit une complexité fonctionnelle assumée, pas une instabilité.

À l'opposé, beauté et alimentation affichent des cadences faibles, pouvant s'expliquer soit par un produit stabilisé, soit par un sous-investissement sur mobile.

L'observation la plus contre-intuitive reste celle de Xamarin et Cordova : les apps les moins fréquemment mises à jour sont aussi les mieux notées. Au-delà d'un certain seuil de stabilité, multiplier les releases introduirait des régressions pour ces techno vieillissantes.

Plus généralement, un produit qui a trouvé son équilibre n'a pas besoin d'être en perpétuel chantier pour satisfaire ses utilisateurs.

Mises à jour par sous-secteur



MULTISECTEURS

	iOS	Android
Action	17	21
AliExpress Shopping App	27	34
Amazon FR	9	21
Cdiscount	3	2
Choose : Lifestyle et Cadeaux	52	42
eBay : Achat et vente en ligne	32	42
Etsy : un marché mondial	39	37
Galeries Lafayette	13	1
GIFI	0	0
La Redoute Maison, Mode, Déco	14	25
leboncoin, petites annonces	57	55
Rakuten Achat & Vente en ligne	17	24

Showroomprivé

	18	16
Temu : Achats et Mode en Ligne	64	61
The Bradery – Ventes privées	31	23
Veepee by vente-privee outlet	30	44
Vinted : vêtements d’occasion	30	30
Wish	8	20

ALIMENTATION

	iOS	Android
Aldi France	4	3
Auchan FR – Courses & fidélité	10	17
Carrefour & sa carte Club	16	25
Courses U : Magasin en ligne	11	13
Chronodrive	15	22

Grandfrais

	0	0
Intermarché – courses en ligne	11	16
La fourche magasin bio	9	10
Leclerc drive	16	15
Lidl Plus	29	0
Mon E.Leclerc	12	12
Monoprix.fr Courses	2	39
Picard – Courses en ligne	11	17





BEAUTÉ

iOS 

Beauté privée	13		11
Nocibé La beauté partagée	9		10
Sephora – Maquillage & Parfum	12		18
Yves Rocher : beauté & makeup	10		11

MAISON

iOS 

Back Market, Achat & Vente	26		31
Boulangier – Achat en ligne	20		15
Castorama – Bricolage, jardin	7		11
Darty Magasin & Achat en ligne	4		6
FNAC – Achat en ligne	9		14
IKEA	19		26

LEROY MERLIN	30		37
ManoMano – Bricolage et Jardin	24		26
Selency : brocante en ligne	3		20

MODE & HABILLEMENT

iOS 

adidas : streetwear et sneakers	16		30
ASOS : toute la mode en ligne	27		40
Decathlon Shopping	22		35
ETAM Lingerie & prêt à porter	7		5
H&M – on aime la mode	15		19
JD Sports	8		7
KIABI Mode, Bébé & Déco Maison	26		18
La boutique officielle	45		31

mango	20		24
Nike : mode et sneakers	31		37
Orchestra	0		1
Place des Tendances	3		7
Sarenza	9		18
SHEIN–Achat en ligne	33		43
Sézane App Mode & Maroquinerie	13		13
snipes	7		5
Tape à L’oeil	9		11
UNIQLO – LifeWear	7		8
Vestiaire Collective mode luxe	36		45
Zalando – la mode en ligne	24		24
Zara	35		43



Rencontrez

nos experts



Séverine Dumont

Directrice de la Communication
et des Études – USERADGENTS



Matthieu Pisonero

CTO – USERADGENTS



Fabienne Latxague

Head of UX – USERADGENTS



Nicolas Noel

Directeur de production –
USERADGENTS

Vous souhaitez réaliser une étude sur mesure
adaptée aux enjeux de votre secteur ?

Contactez-nous !



uainfo@useradgents.com



Découvrez

nos éditions précédentes



LUXE
2026



BANQUE &
FINANCE
2026



TOURISME
2026



FOOD
2025



MOBILITÉS
2025



ASSURANCE
& MUTUELLE
2025

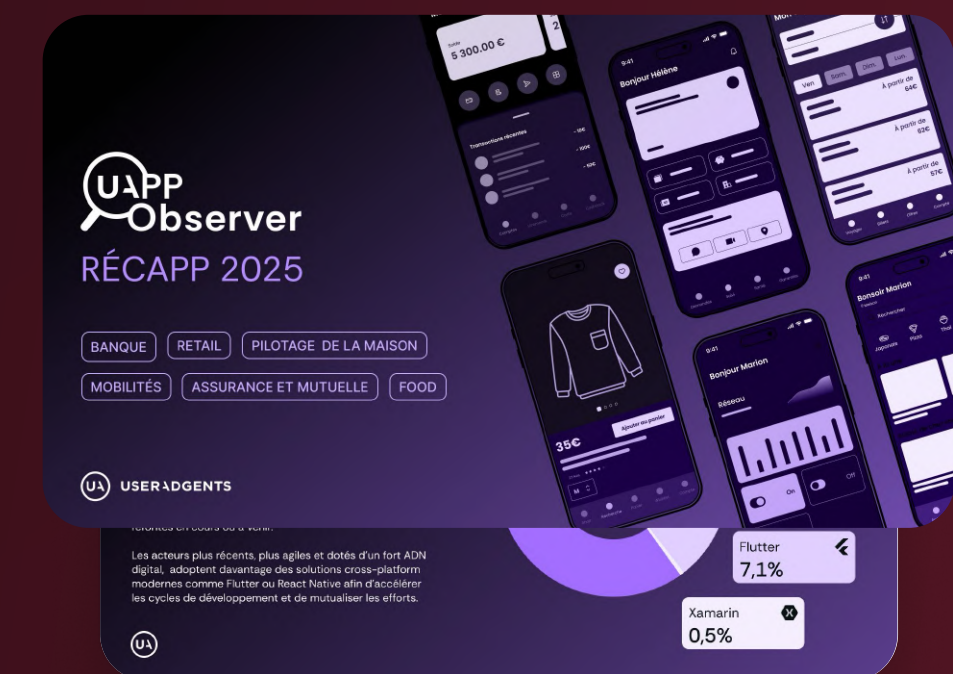


PILOTAGE DE
LA MAISON
2025



RETAIL
2025

Téléchargez notre RÉCAPP 2025,
incluant l'étude des 20 applications
parmi les plus téléchargées en France





MAI 2026

Retail

Étude réalisée par USERADGENTS du 15 avril au 15 mai 2026.

Technologies :

Différents langages peuvent cohabiter au sein d'un même code. Il est donc possible que certaines catégorisations ne traduisent qu'en partie la réalité technique du code.

Notes :

Data.ai – mai 2026. Cumul des notes de toutes les versions, sur les magasins d'applications App Store et Google Play Store.

Mises à jour :

De mai 2025 à mai 2026.

Moyennes marché :

Source : RÉCAPP 2025 par USERADGENTS



À PROPOS DE USERADGENTS

USERADGENTS, agence digitale mobile first (groupe HighCo), accompagne les entreprises dans leur stratégie digitale, du design au développement de produits et services : sites web, applications mobiles, IA, expériences in-store, univers AR/VR et virtual stores.

www.useradgents.com | Mobile First User Centric | 35 rue du Louvre 75002 Paris