

BLACK ADS AGENCY

Senior TikTok LIVE Partner · MENA · Europe · Amérique du Nord

MARKET INTELLIGENCE REPORT

VOLUME 01 — TUNISIE

Réseaux sociaux · TikTok · TikTok LIVE

Données officielles · Sources vérifiées · Analyse de marché

Édition Mai 2026 · Publié par Black Ads Agency

SOMMAIRE

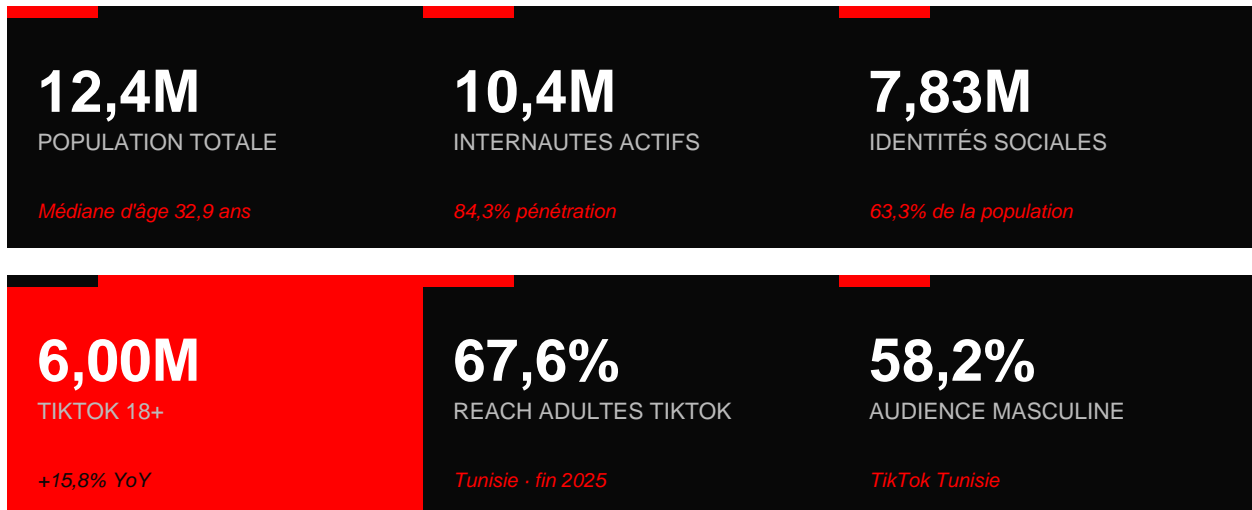
01	SYNTHÈSE EXÉCUTIVE	<i>p. 03</i>
02	CONTEXTE PAYS · Démographie & économie numérique	<i>p. 04</i>
03	INFRASTRUCTURE DIGITALE · Internet, mobile, connectivité	<i>p. 05</i>
04	PAYSAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX	<i>p. 06</i>
05	ZOOM TIKTOK · Audience, démographie, croissance	<i>p. 08</i>
06	TIKTOK LIVE · Monétisation & écosystème créateur	<i>p. 11</i>
07	PERSPECTIVES 2026 — 2027	<i>p. 14</i>
08	SOURCES & MÉTHODOLOGIE	<i>p. 15</i>

À PROPOS DE CETTE ÉDITION

Ce rapport ouvre une série dédiée aux marchés MENA dans l'écosystème TikTok. Le volume 01 traite la Tunisie ; suivront l'Algérie, le Maroc, l'Égypte et le GCC (Arabie Saoudite). Chaque volume suit une logique en entonnoir — macro digital → réseaux sociaux → TikTok → TikTok LIVE — et s'appuie exclusivement sur des sources primaires (DataReportal/Kepios, Banque Mondiale, GSMA Intelligence, Ookla) et des analyses sectorielles reconnues. L'objectif est de fournir une lecture de marché claire, datée et exploitable.

01 Synthèse exécutive

La Tunisie présente un profil de marché digital mature, atypique en Afrique du Nord, avec une pénétration internet de 84,3% et un taux d'usage des réseaux sociaux qui atteint 75,2% des internautes. Dans ce contexte, TikTok s'impose comme la plateforme à plus forte dynamique de croissance, portée par une infrastructure mobile en pleine modernisation.



LECTURE DU MARCHÉ EN 5 POINTS

- 01 Un marché digital mature mais économiquement contraint.**

La Tunisie combine une connectivité élevée (84,3% d'internautes, vitesse mobile médiane de 67,12 Mbps en hausse de +153% sur un an) et une jeunesse fortement digitale. Mais le PIB peine à croître (+2,5% en 2025) et le chômage des jeunes atteint 38%, ce qui fait de l'économie de créateur un débouché économique réel et croissant.
- 02 TikTok consolide sa position de plateforme dominante chez les adultes.**

Avec 6,00M d'utilisateurs adultes fin 2025 — soit 67,6% de la population 18+ — TikTok dépasse désormais Instagram (3,65M) en reach publicitaire. Facebook reste hégémonique (7,80M) mais TikTok capte l'attention et le temps d'écran chez les moins de 35 ans.
- 03 Une croissance à deux vitesses qui re-accélère en 2025.**

Le reach 18+ a progressé de +15,8% entre début et fin 2025 (5,18M → 6,00M), après un recul temporaire fin 2024 attribué aux corrections d'algorithmes publicitaires. Le marché est en phase d'expansion nette.
- 04 TikTok LIVE comme principal levier de monétisation directe.**

Le Creator Rewards Program n'est pas disponible en Tunisie. Les revenus directs des créateurs passent donc majoritairement par les gifts en LIVE et les partenariats B2B, ce qui place le LIVE streaming au cœur de l'économie créateur locale.

05 Un marché en transition structurelle.

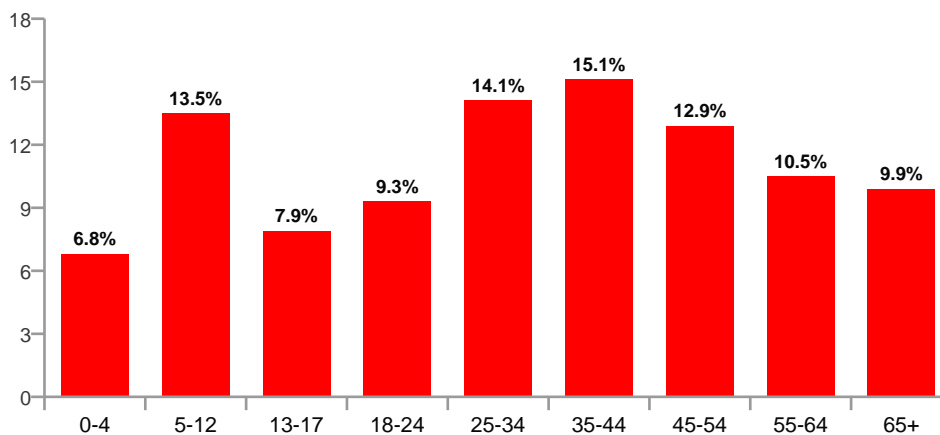
L'accélération des vitesses mobile, l'arrivée progressive du LIVE Shopping et la professionnalisation des créateurs locaux convergent vers une économie créateur tunisienne plus structurée dès 2026-2027.

02 Contexte pays

DÉMOGRAPHIE & PROFIL POPULATIONNEL

La Tunisie comptait **12,4 millions d'habitants** fin 2025 selon les Nations Unies, avec une croissance démographique modeste (+0,6% YoY). La population est **urbaine à 71,3%**, concentrée principalement dans le Grand Tunis et la bande côtière. La médiane d'âge se situe à **32,9 ans**, et le pays présente une structure d'âge favorable à l'usage intensif des plateformes vidéo : 9,3% de 18-24 ans, 14,1% de 25-34 ans et 15,1% de 35-44 ans. La cohorte 13-44 ans représente environ 46% de la population — soit près de 5,7M de personnes — qui constitue le cœur démographique de l'audience TikTok.

Distribution de la population par tranche d'âge (%)



Source : Nations Unies / DataReportal Digital 2026, données octobre 2025

CONTEXTE ÉCONOMIQUE

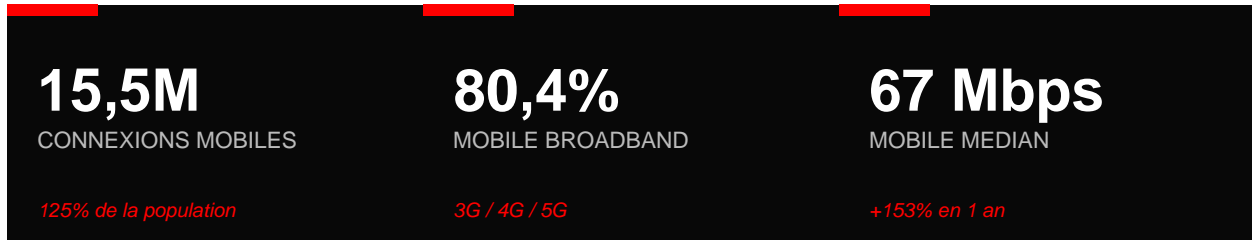
L'économie tunisienne reste en croissance lente. Le PIB a progressé de **+2,5% en 2025**, porté par une reprise agricole, l'industrie des composants et la consommation privée, mais demeure inférieur à son niveau pré-Covid. Le chômage s'établit à **15,2% au Q4 2025** (en baisse depuis 16,5% un an plus tôt), tandis que le chômage des jeunes 15-24 ans atteint **38%** selon la Banque mondiale. Cette pression sur l'emploi des jeunes explique structurellement l'attractivité de l'économie de créateur comme alternative ou complément de revenu — un facteur déterminant dans la lecture du marché.

STRATÉGIE DIGITALE NATIONALE

Le gouvernement tunisien a inscrit la transformation numérique comme axe stratégique via la « Stratégie Numérique 2021-2025 » (Digital Tunisia 2025). Cette politique a accompagné la modernisation des infrastructures télécom et la formation d'environ **65 000 diplômés annuels du supérieur dont ~16% en filières TIC**, créant un vivier technique mature qui soutient l'adoption des nouveaux usages numériques.

03 Infrastructure digitale

L'infrastructure numérique tunisienne est l'une des plus avancées d'Afrique du Nord et constitue le socle qui rend possible un usage intensif de TikTok et du LIVE streaming. Les vitesses de connexion ont connu une accélération spectaculaire en 2025.



CONNECTIVITÉ MOBILE

GSMA Intelligence dénombre **15,5M de connexions cellulaires actives** fin 2025 — soit 125% de la population, signe d'une forte multi-équipement (cartes SIM secondaires, eSIM, usages professionnels). Le taux de connexions « broadband » mobile (3G/4G/5G) atteint **80,4%**. Le marché est dominé par trois opérateurs (Ooredoo, Orange, Tunisie Telecom) qui se livrent une concurrence tarifaire favorable à l'usage data.

VITESSES INTERNET — UNE ACCÉLÉRATION HISTORIQUE

Ookla mesure une vitesse mobile médiane de **67,12 Mbps** en download (août 2025), en hausse de **+153%** sur 12 mois. Le fixe progresse également à 16,99 Mbps (+60,6%). Cette amélioration est critique pour le LIVE streaming : elle réduit la friction technique côté créateurs (qualité broadcast, latence) et côté viewers (consommation prolongée, interactions temps réel sans buffering).

USAGE INTERNET

10,4M de Tunisiens utilisaient internet en octobre 2025, soit 84,3% de la population. Le pays compte parmi les leaders nord-africains en pénétration internet, devant le Maroc (92,2%, mais sur une base démographique plus large) et largement devant l'Égypte (82,7%). Environ 1,95M de Tunisiens restent « hors-ligne », majoritairement âgés ou ruraux — une réserve de croissance limitée mais structurelle.

Indicateur	Tunisie	Maroc	Égypte	Arabie Saoudite
Population (M)	12,4	38,5	118,7	34,7
Internautes (M)	10,4	35,5	98,2	34,4
Pénétration internet	84,3%	92,2%	82,7%	99,0%
Identités sociales (M)	7,83	22,8	51,6	38,6
TikTok 18+ (M)	6,00	16,7	48,8	38,6

Comparatif régional · Source : DataReportal Digital 2026, octobre 2025

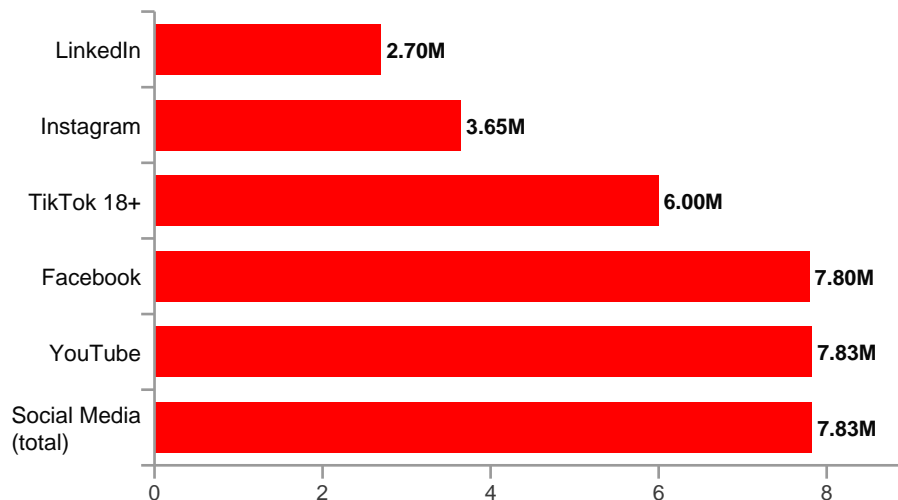
04 **Paysage des réseaux sociaux**

Le paysage social tunisien est dominé par Meta (Facebook + Instagram) mais a basculé en 2024-2025 vers une co-dominance avec TikTok, qui talonne désormais Facebook en termes d'audience adulte.

VOLUME ET REACH PAR PLATEFORME (FIN 2025)

Kepios identifie **7,83M d'identités sociales actives** en Tunisie en octobre 2025, soit **63,3% de la population** et **75,2% des internautes**. La croissance YoY est forte (+9,5%, +680k identités), tirée par TikTok et la montée d'Instagram chez les jeunes adultes.

Audience publicitaire par plateforme en Tunisie (millions, fin 2025)



Source : DataReportal Digital 2026 · Données des outils publicitaires respectifs (Meta, Google, TikTok, LinkedIn) — octobre 2025

LECTURE PAR PLATEFORME

FACEBOOK · 7,80M

Reste la plateforme la plus large en reach publicitaire (+9,1% YoY). Sa pénétration sur la population éligible (13+) atteint 79,1%, et 87,3% des adultes. Plateforme dominante pour les groupes, le commerce informel, et la communication communautaire — mais perd progressivement en engagement chez les moins de 30 ans.

YOUTUBE · 7,83M

Reach publicitaire en forte hausse (+11,7% YoY, +820k). Utilisé massivement pour la consommation passive de musique et de divertissement, mais avec une part communautaire et LIVE faible. Parité hommes-femmes (50/50).

TIKTOK 18+ · 6,00M

La grande gagnante en valeur : +15,8% sur l'année 2025. Domine désormais le temps d'attention chez les 18-34 ans. Audience masculine (58,2%) — une spécificité tunisienne par rapport aux moyennes mondiales (où l'écart H/F est plus serré).

INSTAGRAM · 3,65M

Croissance soutenue (+12,3% YoY). 52% d'audience féminine, fortement représentée dans le 18-24 (+1,17M de femmes dans ce segment). C'est la plateforme « beauté / mode / lifestyle » de référence chez les jeunes femmes urbaines.

LINKEDIN - 2,70M

+12,5% YoY (~+300k membres). Indicateur intéressant du tissu professionnel structuré et de la part B2B exploitable. La plateforme reste limitée par rapport au secteur informel (66% de l'emploi).

MESSENGER (MENTION)

Bien que non-mesuré en reach publicitaire, Messenger reste le canal de messagerie dominant chez les 25+, devant WhatsApp dans certains segments. Important à intégrer dans les stratégies de communication directe.

RÉPARTITION DU TEMPS D'ATTENTION

Au-delà du reach publicitaire, le temps d'attention est l'indicateur clé pour évaluer le potentiel monétisable d'une plateforme. Selon DataReportal Digital 2026, TikTok détient **la plus grande durée moyenne d'usage quotidien par utilisateur dans le monde** (~55 minutes/jour). En Tunisie, les patterns observés convergent vers 60 à 90 minutes par jour chez les utilisateurs actifs.

TENDANCES D'ENGAGEMENT

Plusieurs signaux observés en 2024-2025 confirment l'inflexion :

- Croissance explosive du format short-video (TikTok + Instagram Reels) chez les créateurs tunisiens : viewership en hausse d'environ **+130% YoY** selon plusieurs trackers d'influence.
- Bilinguisme arabe-darija / français domine les contenus à fort engagement local. Le contenu monolingue arabe touche aussi la diaspora MENA, ce qui amplifie le potentiel transfrontalier.
- Pics saisonniers majeurs : Ramadan (consommation +30 à 40%), Eid, rentrée scolaire, été touristique.
- Émergence rapide de catégories sponsorisables : beauté, gaming, food, finance personnelle, immobilier, automobile.

RÉPARTITION DE GENRE — UNE CLÉ STRATÉGIQUE

À l'échelle des identités sociales globales, la Tunisie présente un léger déséquilibre (46,5% femmes vs 53,5% hommes). Mais ce ratio cache des disparités fortes par plateforme : Instagram est majoritairement féminin (52% F), tandis que TikTok est nettement masculin (58,2% H). Cette asymétrie a des implications directes sur l'écosystème créateur et les stratégies de catégorisation des contenus.

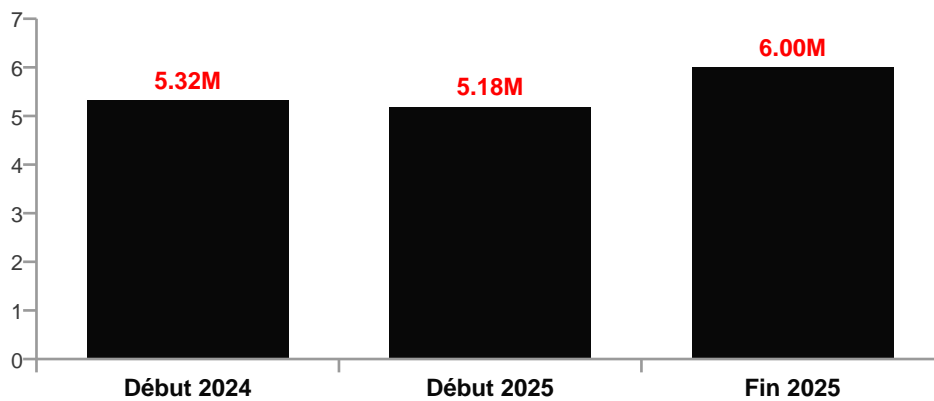
05 Zoom TikTok

TikTok s'est imposé en Tunisie comme la plateforme la plus dynamique du paysage social, avec une trajectoire de croissance qui a doublé en accélération depuis le second semestre 2025.

AUDIENCE — 6 MILLIONS D'ADULTES

Les outils publicitaires de TikTok recensent **6,00M d'utilisateurs aged 18+** en Tunisie fin 2025, soit **67,6% des adultes**. Si l'on ajoute les 13-17 ans (non publiés par TikTok mais estimés via DataReportal entre 800k et 1,2M), le reach total approche les 7 millions — c'est-à-dire pratiquement la totalité des Tunisiens connectés aux réseaux sociaux.

Évolution de l'audience adulte TikTok en Tunisie



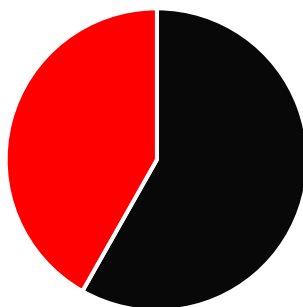
Sources : DataReportal Digital 2024, 2025 et 2026 — outils publicitaires TikTok

LECTURE DE LA COURBE

Le trimestre Q4 2024 a connu une baisse temporaire (-7,9% entre octobre 2024 et janvier 2025), interprétée comme un effet de « correction » des comptes inactifs dans les outils publicitaires plutôt qu'un déclin réel de l'usage. La **reprise nette en 2025** (+820k utilisateurs sur l'année) confirme que la plateforme est en phase d'expansion active sur le marché tunisien.

PROFIL DE L'AUDIENCE TIKTOK

Une audience masculine



■ Hommes 58.2%
■ Femmes 41.8%

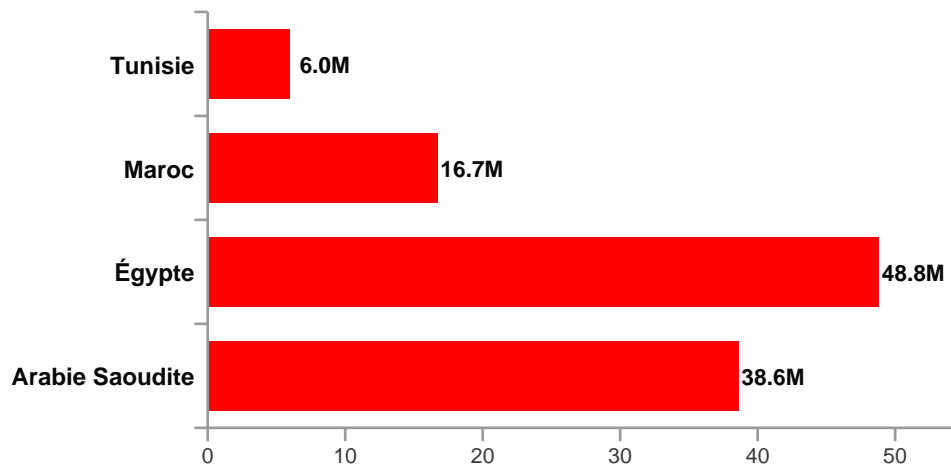
Avec 58,2% d'hommes et 41,8% de femmes, TikTok Tunisie suit la tendance MENA où l'écart H/F est plus marqué qu'en Europe ou Amérique. Implications observées :

- Catégories à dominance masculine sur-représentées (gaming, sport, automobile, débat)
- Sous-représentation des créatrices = niche en croissance
- Le LIVE PK (battles) — fortement masculin — y trouve un terrain favorable

POSITIONNEMENT RÉGIONAL DE LA TUNISIE

Dans l'écosystème MENA, la Tunisie est un marché de taille modeste mais à forte pénétration unitaire :

Audience TikTok 18+ — comparatif MENA (millions d'utilisateurs, fin 2025)



Source : DataReportal Digital 2026 · TikTok ad planning tools

Mais en termes de **taux de pénétration sur la population adulte**, la Tunisie figure parmi les marchés les plus matures du MENA (67,6%), juste derrière l'Arabie Saoudite (qui dépasse 100% en raison de comptes dupliqués et expatriés). Cette maturité explique pourquoi le pays sert régulièrement de marché-pilote pour les nouvelles fonctionnalités TikTok déployées en région.

CATÉGORIES DE CONTENU DOMINANTES

L'analyse qualitative des top créateurs tunisiens (classements Favikon, Kapitalis, StarNgage) révèle plusieurs catégories saturées et plusieurs niches à fort potentiel :

Catégorie	Maturité	Volume créateurs	Densité LIVE
Humour / sketches	Saturé	Élevé	Moyenne
Musique / covers	Mature	Élevé	Forte (LIVE concerts)
Gaming	Mature	Moyen	Très forte (PK, tournois)
Beauté / mode	En croissance	Moyen	Forte (haul, tutoriels)
Food / cuisine	En croissance	Moyen	Moyenne
Lifestyle / couples	En croissance	Élevé	Forte (Q&A, daily)
Sport / fitness	Émergent	Faible	Très forte (coaching)
Éducation / langues	Émergent	Faible	Forte (cours LIVE)
Finance personnelle	Niche	Très faible	Très forte
Diaspora / voyages	Niche	Moyen	Forte

Lecture qualitative — Mai 2026

TOP CRÉATEURS TUNISIENS - APERÇU

Le top 5 du classement Favikon 2025 (Douha Laribi, Rahma Laribi, Hagani, Ghofran Khmiri, Ayoub Meftah) illustre une caractéristique du marché : **les créateurs vidéo courte ne sont pas tous des créateurs LIVE**. La compétence LIVE — qui demande endurance, interactivité et discipline — est encore concentrée sur un sous-ensemble restreint. C'est précisément cette compétence qui sépare le créateur viral du créateur professionnellement monétisable en LIVE streaming.

Notons aussi que Karim Kroubi, récompensé aux **Digital Creator Awards 2024 au Qatar** comme « meilleur créateur de contenu en direct », illustre la reconnaissance régionale qui commence à émerger autour du LIVE arabophone.

06 TikTok LIVE

TikTok LIVE est le canal de monétisation directe le plus accessible en Tunisie, en l'absence d'éligibilité au Creator Rewards Program (CRP). Cette section décrit les mécanismes économiques globaux, leur adaptation au marché tunisien et l'ordre de grandeur du potentiel.

MÉCANIQUE DES GIFTS — RAPPEL DU MODÈLE

Les viewers achètent des « coins » qu'ils convertissent en gifts virtuels envoyés en LIVE. Côté créateur, les gifts sont comptabilisés en « diamants », dont une fraction est ensuite convertie en cash. Depuis la mise à jour du modèle de récompenses TikTok, le créateur peut désormais atteindre **jusqu'à 53% du brut post-TikTok** via deux mécaniques cumulables :

Composante	Plafond	Conditions
Missions par LIVE	40%	Durée moyenne par session + nouveaux followers uniques
Missions hebdomadaires	13%	Jours valides ≥25 min + Ligue créateurs + Fans actifs
Total maximal	53%	Cumul des deux mécaniques

Source : TikTok Creator Rewards Model — données opérationnelles Black Ads Agency (live-income-calculator)

Avant cette mise à jour, le partage classique était de 50% pour le créateur (après prise TikTok). Le nouveau modèle récompense davantage la régularité (jours valides, durée par session) et la croissance d'audience (nouveaux followers, fans actifs) plutôt que le seul volume de gifts. **Le taux de référence opérationnel** utilisé pour les projections est de **0,005 USD net créateur par diamant**, avant commission d'agence.

ORDRES DE GRANDEUR GLOBAUX

\$3,5Md TIKTOK LIVE REVENUE 2024 <i>Gifts + LIVE shopping</i>	\$1,12Md IAP Q4 2024 <i>Trim. record TikTok</i>	60 000 CRÉATEURS LIVE US <i>Revenu temps partiel</i>
--	--	---

Selon une étude Ipsos commandée par TikTok (juin-juillet 2025), **plus de 60 000 créateurs LIVE basés aux États-Unis** ont gagné en 2025 plus que le revenu médian d'un emploi à temps partiel, uniquement via les gifts. 68% des utilisateurs TikTok ont déjà essayé le gifting et 50% disent vouloir gifter dans les 30 prochains jours. Le LIVE est donc structurellement devenu un canal mainstream — pas une niche.

RANGS DE REVENUS CRÉATEURS — RÉFÉRENCES GLOBALES

Sur les benchmarks globaux (Teleprompter / Amra & Elma, agences spécialisées), un créateur LIVE actif gagne typiquement entre **1 500 et 40 000 USD/mois** en gifts, avec des sessions moyennes de 16 minutes (les top streamers maintiennent >25 000 viewers simultanés). Pour ordre de grandeur applicable à la Tunisie : un créateur recevant 200 000 diamants/mois génère un brut post-TikTok d'environ **920 USD** au taux de récompenses 46% — soit un palier de tier T2 partenaire selon le référentiel opérationnel Black Ads Agency. Les

meilleurs streamers tunisiens, portés par la diaspora, dépassent largement ce seuil grâce aux cagnottes de battle et à l'accélération de tier.

CONTRAINTES SPÉCIFIQUES AU MARCHÉ TUNISIEN

Absence du Creator Rewards Program (CRP).

La Tunisie n'est pas éligible au CRP basé sur les vues. Les revenus directs TikTok pour un créateur tunisien passent donc obligatoirement par : (1) gifts en LIVE, (2) sponsoring B2B, (3) affiliation TikTok Shop (encore très limité dans la région).

Friction de paiement.

TikTok rétribue en USD via PayPal ou virement international, ce qui complique le rapatriement dans un pays soumis au contrôle des changes (BCT). Beaucoup de créateurs passent par des structures intermédiaires pour formaliser leurs revenus.

Audience principalement domestique.

Sauf cas particuliers (diaspora, contenu arabophone neutre), un créateur tunisien gagne majoritairement en gifts envoyés depuis la Tunisie ou la diaspora — donc à pouvoir d'achat moyen relativement modeste comparé aux marchés US, GCC, UK.

Régulation et perception sociale.

Le LIVE streaming a fait l'objet de débats publics en Tunisie quant à sa monétisation et son cadre fiscal. La structure d'agence officielle (Senior Partner TikTok) est un facteur de légitimation important du métier.

LE LEVIER « DIASPORA »

Les créateurs tunisiens ciblant la diaspora MENA en Europe (France, Italie, Allemagne) et au GCC ont un potentiel de monétisation supérieur à la moyenne locale, car les viewers envoient des gifts en devises forte. Cette dimension transfrontalière est l'une des forces structurelles du marché tunisien : le pays exporte sa culture digitale vers sa diaspora à pouvoir d'achat élevé.

LE RÔLE STRUCTURANT DES AGENCES

Les agences TikTok LIVE officielles (statuts Standard et Senior Partner) jouent un rôle critique dans la professionnalisation du marché. Elles assurent : (1) la formation des créateurs aux mécaniques LIVE, (2) la mise en place de calendriers de diffusion réguliers, (3) la gestion administrative et fiscale, (4) l'accès aux programmes promotionnels TikTok. L'écosystème régional compte environ **1 650 agences TikTok actives** (analyse du groupe Lark professionnel TikTok MENA), mais seule une fraction détient le statut Senior, ce qui crée une asymétrie de qualité significative sur le marché.

07 Perspectives 2026 — 2027

Sur la base des taux de croissance observés (+15,8% YoY sur l'audience TikTok 18+, +9,5% sur les identités sociales, +153% sur la vitesse mobile) et de l'élargissement progressif des features TikTok LIVE (LIVE shopping, subscriptions, AR effects), les trajectoires suivantes paraissent raisonnables :

Indicateur	Fin 2025	Projection fin 2026	Projection fin 2027
Audience TikTok 18+	6,00 M	6,8 – 7,0 M	7,5 – 8,0 M
Reach 18+ (%)	67,6%	~75%	Plateau ~80%
Taux d'usage LIVE	Modéré	Croissance attendue	Mainstream
Créateurs LIVE actifs (estim.)	~3 000	5 000 – 7 000	10 000+
Vitesse mobile médiane	67 Mbps	100+ Mbps	150+ Mbps (5G)

Projections basées sur les tendances historiques observées

FACTEURS DE TRANSFORMATION ATTENDUS

Déploiement progressif de la 5G.

Les vitesses mobile médiane devraient franchir le seuil des 100 Mbps en 2026 puis atteindre des paliers 5G en 2027. Le LIVE multi-caméras et le LIVE Shopping deviennent techniquement standards sur smartphone.

Arrivée potentielle de TikTok Shop en MENA.

TikTok Shop n'est pas encore officiellement lancé en Tunisie, mais l'expansion régionale est anticipée. Cette ouverture transformerait radicalement l'économie créateur en ajoutant le commerce direct aux revenus existants (gifts + sponsoring).

Professionnalisation accélérée du métier de créateur.

Avec le chômage des jeunes à 38% et la pression économique sur les ménages, le métier de créateur LIVE est en train de basculer de hobby à activité professionnelle structurée, avec des effets sur la formation, la fiscalisation et l'organisation collective.

Encadrement réglementaire en construction.

Le débat public tunisien autour de la fiscalité des revenus créateurs et du contrôle des contenus en LIVE est appelé à se structurer entre 2026 et 2027. Les agences officielles seront en première ligne pour traduire ces évolutions en pratiques opérationnelles.

Émergence d'un marché créateur transmagnhrébin.

La convergence des codes culturels entre Tunisie, Algérie et Maroc — accélérée par les algorithmes TikTok — laisse entrevoir l'émergence d'un marché créateur transmagnhrébin unifié, qui change l'échelle de l'audience adressable.

08 Sources & méthodologie

MÉTHODOLOGIE

Ce rapport agrège des données issues de sources primaires officielles (rapports DataReportal/Kepios produits avec Meltwater et We Are Social, Banque Mondiale, GSMA Intelligence, Ookla, ITU) et de sources secondaires reconnues (Statista, Tubefilter, Favikon, classements d'influence). Les données affichées privilégient les versions les plus récentes — typiquement octobre 2025 pour les chiffres TikTok et Meta. Les projections sont des estimations basées sur les tendances historiques.

LIMITES MÉTHODOLOGIQUES

Plusieurs précautions doivent être prises :

- Les chiffres « ad reach » publiés par les plateformes (TikTok, Meta) ne sont pas équivalents au MAU (Monthly Active Users). Ils représentent la cible adressable publicitaire, qui peut être inférieure ou supérieure aux utilisateurs actifs réels.
- TikTok ne publie pas les chiffres pour les 13-17 ans dans ses outils publicitaires. L'audience totale est donc sous-estimée.
- Les identités sociales (DataReportal) ne sont pas dé-dupliquées entre plateformes : un même utilisateur peut être compté sur plusieurs réseaux.
- Les comparaisons inter-années doivent tenir compte des « corrections » des outils publicitaires (suppressions de comptes inactifs / dupliqués).

SOURCES PRINCIPALES

Organisation	Référence	URL
DataReportal / Kepios	Digital 2025 Tunisia, Digital 2026 Tunisia	datareportal.com/reports/digital-2026-tunisia
DataReportal	Digital 2026 Morocco / Egypt / Saudi Arabia (comparatifs)	datareportal.com/reports
Banque Mondiale	Tunisia Overview, Country Economic Outlook 2025	worldbank.org/en/country/tunisia
FRED / Banque Mondiale	Youth Unemployment Rate Tunisia	fred.stlouisfed.org/series/SLUEM1524ZSTUN
GSMA Intelligence	Mobile connections Tunisia	gsmaintelligence.com
Ookla	Speedtest Global Index — Tunisia	ookla.com
Tubefilter / Ipsos	TikTok LIVE Virtual Gifting Study 2025	tubefilter.com (Dec 2025)
BizReport	TikTok Statistics 2026	bizreport.com/business/tiktok-statistics
Teleprompter.com	TikTok Marketing Statistics 2025	teleprompter.com/blog/tiktok-marketing-statistics
Amra & Elma	Top TikTok Statistics 2025	amraandelma.com/top-tiktok-statistics
Black Ads Agency	TikTok LIVE Income Calculator (modèle de récompenses)	black-ads.agency/fr/tools/live-income-calculator
Favikon	Top 20 TikTokers in Tunisia 2025/2026	favikon.com/blog/top-tiktokers-tunisia
Kapitalis	Top 20 des TikTokeurs en Tunisie 2025	kapitalis.com
StarNgage	Top 1000 TikTok Influencers in Tunisia	starngage.com
TikTok Newsroom	TikTok Live Creator Networks & Agency Program	tiktok.com/live/creator-networks
ResourcEra	TikTok Revenue (2018-2027): Ad, In-App Purchases	resourcera.com/data/social/tiktok-revenue

À PROPOS

BLACK ADS AGENCY

Black Ads Agency est une agence officielle **Senior TikTok LIVE Partner**, opérant depuis décembre 2024 et certifiée au statut Senior depuis mai 2025. L'agence accompagne des créateurs au **MENA (Golfe inclus)**, en **France, en Italie, en Allemagne, aux États-Unis et au Canada**.

UNE INFRASTRUCTURE PROPRIÉTAIRE — BLACK OS

Black Ads opère grâce à **Black OS**, son système de gestion interne entièrement autonome — une rareté dans l'écosystème des agences TikTok LIVE africaines. Black OS couvre l'ensemble de la chaîne opérationnelle : CRM créateur, scouting algorithmique, suivi des bonus et tiers, automation des communications, intégration TikTok Login Kit, tableau de bord en temps réel pour managers, et système de recommandation d'actions quotidiennes.

Cette infrastructure permet à Black Ads de gérer une centaine de créateurs simultanément à travers cinq marchés, avec un niveau de personnalisation et de réactivité que les outils standards de l'industrie ne permettent pas. C'est cette double identité — opérateur d'agence et éditeur de son propre système — qui définit le positionnement de Black Ads dans l'écosystème.

STATUT	Senior TikTok LIVE Partner
FONDATION	Décembre 2024 · Senior depuis Mai 2025
RÉGIONS	MENA (Golfe inclus) · France · Italie · Allemagne · USA · Canada
TECHNOLOGIE	Black OS — système de gestion propriétaire
SIÈGE	Tunis, Tunisie

Cette série de rapports est publiée par Black Ads Agency comme contribution à la compréhension des marchés TikTok dans la région. Les chiffres présentés sont vérifiables et issus de sources publiques. La publication n'a pas vocation commerciale et peut être citée librement avec mention de la source.

black-ads.agency