

**BLACK ADS AGENCY**

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

# MARKET INTELLIGENCE REPORT

**VOLUME 06 — FRANCE**

Réseaux sociaux · TikTok · TikTok LIVE

*Données officielles · Sources vérifiées · Analyse de marché*

Édition Mai 2026 · Publié par Black Ads Agency

# SOMMAIRE

---

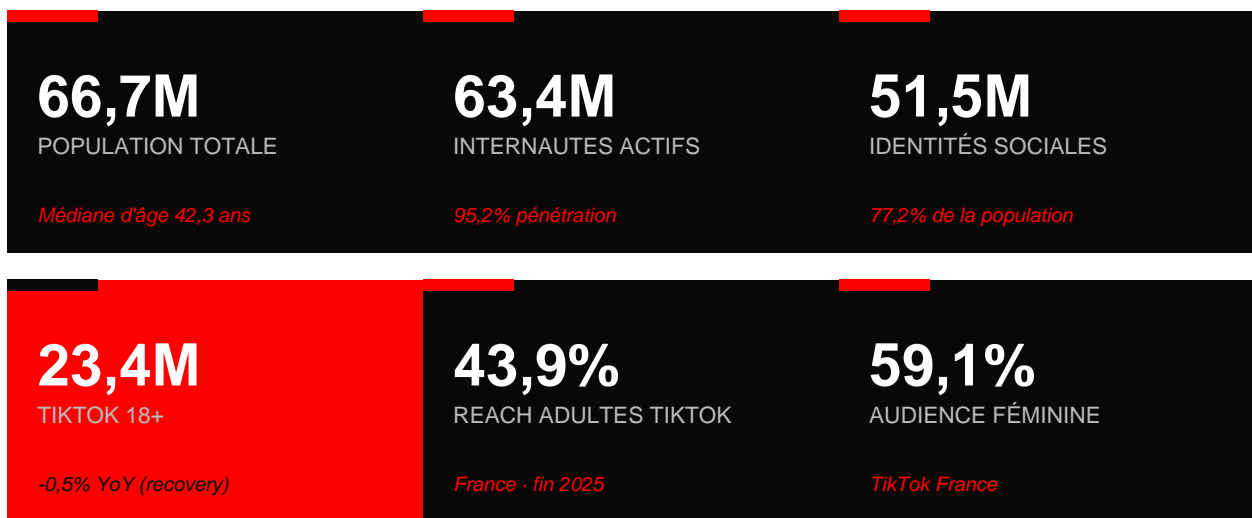
<b>01</b>	SYNTHÈSE EXÉCUTIVE	<i>p. 03</i>
<b>02</b>	CONTEXTE PAYS · Démographie & économie numérique	<i>p. 04</i>
<b>03</b>	INFRASTRUCTURE DIGITALE · Internet, mobile, connectivité	<i>p. 05</i>
<b>04</b>	PAYSAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX	<i>p. 06</i>
<b>05</b>	ZOOM TIKTOK · Audience, démographie, croissance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

## À PROPOS DE CETTE ÉDITION

Ce volume 06 ouvre le second cycle de la série Market Intelligence Black Ads, consacré aux marchés occidentaux où l'agence opère ses serveurs Europe et Amérique du Nord. Il aborde la France (Vol. 06) ; suivront l'Italie (Vol. 07), l'Allemagne (Vol. 08) et les États-Unis (Vol. 09). Le premier cycle a couvert les marchés MENA (Tunisie, Algérie, Maroc, Égypte, Arabie Saoudite — Vol. 01 à 05). Chaque volume suit une logique en entonnoir — macro digital → réseaux sociaux → TikTok → TikTok LIVE — et s'appuie sur des sources primaires (DataReportal/Kepios, INSEE, Banque de France, OECD, Arcom, GSMA Intelligence, Ookla). Spécificité des marchés occidentaux : le Creator Rewards Program (CRP) est disponible — ce qui modifie structurellement la matrice de monétisation par rapport au MENA.

# 01 Synthèse exécutive

La France présente le profil le plus mature d'Europe occidentale en infrastructure digitale : 95,2% de pénétration internet, vitesse fixe médiane de 308 Mbps (+37,7% YoY), 130 Mbps en mobile (+26,7%). Mais la trajectoire TikTok y est atypique — après un pic à 25,4M en début 2024, l'audience adulte a reculé puis partiellement récupéré à 23,4M fin 2025. Le marché est mature, féminin (59,1% F sur TikTok) et fortement réglementé (DSA, Arcom, Loi influenceurs 2023). Pour Black Ads, le serveur FR+ couvre la France et l'Europe francophone (BE/CH/LU/MC), et le marché joue un rôle structurant comme destination de la diaspora MENA (~4M Maghrébins en France).



## LECTURE DU MARCHÉ EN 5 POINTS

- 01 Infrastructure la plus mature d'Europe occidentale.**  
La France combine 95,2% de pénétration internet (le plus haut de la série), une vitesse fixe médiane de 308 Mbps (+37,7% YoY — déploiement FTTH quasi-achevé) et une vitesse mobile de 130 Mbps (+26,7% YoY). Le LIVE multi-caméra et le LIVE Shopping sont techniquement déployables à l'échelle grand public sans contrainte.
- 02 Trajectoire TikTok atypique — pic, recul, recovery partielle.**  
TikTok 18+ a culminé à 25,42M en début 2024, reculé à 21,5M début 2025 (-15,4% YoY — contexte réglementaire et incertitudes de propriété ByteDance), puis partiellement récupéré à 23,4M fin 2025 (-0,5% YoY). C'est la trajectoire la plus heurtée des marchés Black Ads — distincte des courbes linéaires du MENA.
- 03 Audience nettement féminine et plus âgée.**  
TikTok France est à 59,1% féminin (contre 41,8% en Tunisie ou 37,1% en Algérie). L'âge médian du pays est de 42,3 ans (le plus élevé de la série) et 22,5% de la population a 65 ans ou plus — niche premium ARPGifter sous-exploitée. Le mix stratégique penche vers beauté/mode/lifestyle/famille plutôt que gaming/PK.

**04 CRP disponible — différence majeure vs MENA.**

Le Creator Rewards Program est éligible en France (18+, compte public, 10k followers, 100k vues/30j, contenu original 1min+). C'est le levier majeur qui différencie le modèle de monétisation française du modèle MENA : les revenus directs TikTok ne dépendent pas exclusivement des gifts LIVE.

**05 France = destination diaspora MENA — couloir gifting inversé.**

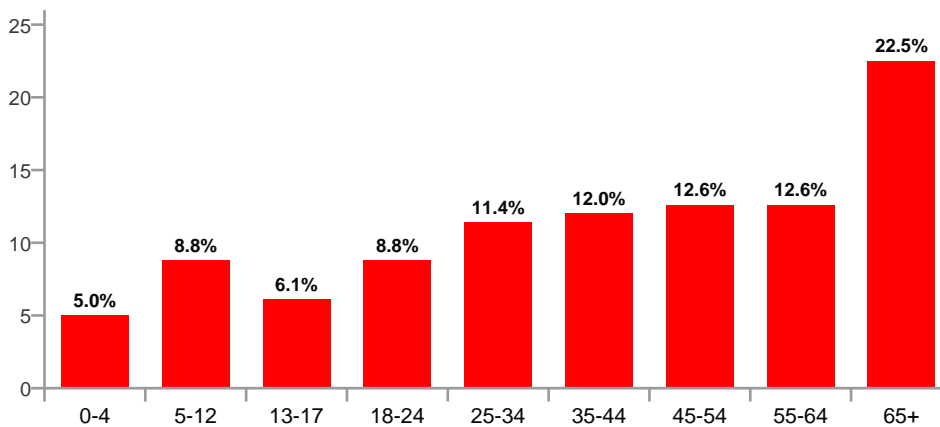
La France héberge ~1,5-2M d'Algériens, ~1,4M de Marocains et ~700k de Tunisiens. Ce sont les pays MENA qui exportent leurs créateurs vers les viewers français — inversion complète du modèle. Les créateurs FR-Maghrébins (bilingues Darija/Derja-Français) constituent une niche structurante du marché FR+.

# 02 Contexte pays

## DÉMOGRAPHIE & PROFIL POPULATIONNEL

La France comptait **66,7 millions d'habitants** fin 2025, avec une croissance démographique très modeste. La population est **urbaine à 82,4%**, concentrée principalement autour de la région parisienne, des grandes métropoles régionales (Lyon, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Lille) et du littoral. La médiane d'âge atteint **42,3 ans** — la plus élevée de la série Black Ads et structurellement deux décennies au-dessus des marchés MENA. La cohorte 65+ représente 22,5% de la population (~15M de personnes) — niche premium ARPGifter sous-représentée dans les modèles créateurs standard. La cohorte 18-44 totalise 32,2% (~21,5M) et constitue le cœur démographique du TikTok adulte.

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



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

## CONTEXTE ÉCONOMIQUE

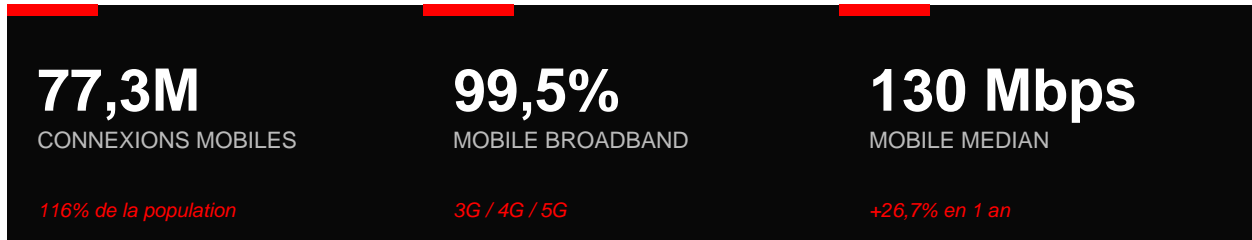
L'économie française est dans une phase de croissance lente : PIB 2025 **+0,7%** (après +1,2% en 2024), avec un Q1 2026 stagnant (0,0% QoQ après +0,2% au Q4 2025). Le chômage Q1 2026 atteint **8,1%** (~2,6M de personnes — niveau le plus élevé depuis 2021), avec un chômage des jeunes 15-24 ans à **21,5%**. L'inflation s'est largement normalisée : CPI avril 2026 +2,2% YoY. Le mix sectoriel reste dominé par les services (~79% du PIB), suivis de l'industrie (~19%) — aérospatial (Airbus), automobile (Renault, Stellantis), pharmaceutique (Sanofi), luxe (LVMH, Kering, Hermès) — et de l'agriculture (1er producteur agricole de l'UE, ~25% de la production européenne).

## STRATÉGIE DIGITALE & RÉGULATION

La France a déployé l'une des matrices réglementaires les plus structurées d'Europe sur le numérique : **RGPD** (cadre européen), **DSA** (Digital Services Act, obligations "très grandes plateformes"), **Arcom** (régulateur fusionné CSA + Hadopi depuis 2022), **Loi SREN 2024** (sécurisation de l'espace numérique) et surtout la **Loi influenceurs 2023** qui encadre strictement la publicité, le sponsoring et la transparence des créateurs. Pour les agences TikTok LIVE, l'environnement français est le plus exigeant d'Europe en matière de conformité (disclosure obligatoire, mentions "#sponso" / "#ad", protection des mineurs).

# 03 Infrastructure digitale

L'infrastructure numérique française est l'une des plus avancées au monde. La vitesse fixe médiane a atteint **308 Mbps** en août 2025 (+37,7% YoY) — niveau supérieur à la moyenne OCDE et qui place la France parmi les leaders du FTTH grand public. La pénétration internet plafonne à 95,2%, niveau de saturation.



## CONNECTIVITÉ MOBILE

GSMA Intelligence dénombre **77,3M de connexions cellulaires actives** fin 2025 — 116% de la population. Le taux de connexions « broadband » mobile (3G/4G/5G) atteint **99,5%** — quasi-saturation. Le marché est structuré autour de quatre opérateurs : Orange (historique, leader), Free (Iliad, disrupteur low-cost), SFR et Bouygues Telecom. Le déploiement 5G se poursuit dans les grandes agglomérations, avec un focus particulier sur les corridors touristiques (Paris, Côte d'Azur, Alpes).

## VITESSES INTERNET — RÉFÉRENCE EUROPÉENNE

Ookla mesure une vitesse mobile médiane de **130,64 Mbps** en download (août 2025), en hausse de **+26,7%** sur 12 mois. Le fixe progresse encore plus fortement à **307,96 Mbps (+37,7% YoY, +84 Mbps)** — l'un des sauts les plus importants de l'OCDE en 2025. Cette accélération du fixe est critique pour le LIVE Shopping et le LIVE multi-caméra grand public.

## USAGE INTERNET

**63,4M de Français utilisaient internet en octobre 2025**, soit 95,2% de la population — niveau de saturation. La croissance YoY est marginale (+96k, +0,2%) ; le marché bascule définitivement vers les arbitrages d'intensité (temps passé, fréquence, profondeur d'engagement) plutôt que l'acquisition de nouveaux utilisateurs.

Indicateur	France	Italie	Allemagne	USA
Population (M)	66,7	59,1	83,9	348
Internautes (M)	63,4	53,1	78,5	324
Pénétration internet	95,2%	89,9%	93,5%	93,1%
Identités sociales (M)	51,5	41,2	64,7	254
TikTok 18+ (M)	23,4	22,0	23,7	153
Reach 18+ TikTok	43,9%	43,5%	33,9%	~58%
Vitesse mobile (Mbps)	130,64	85,39	70,54	154,48

Comparatif marchés occidentaux Black Ads · Source : DataReportal Digital 2026, octobre 2025

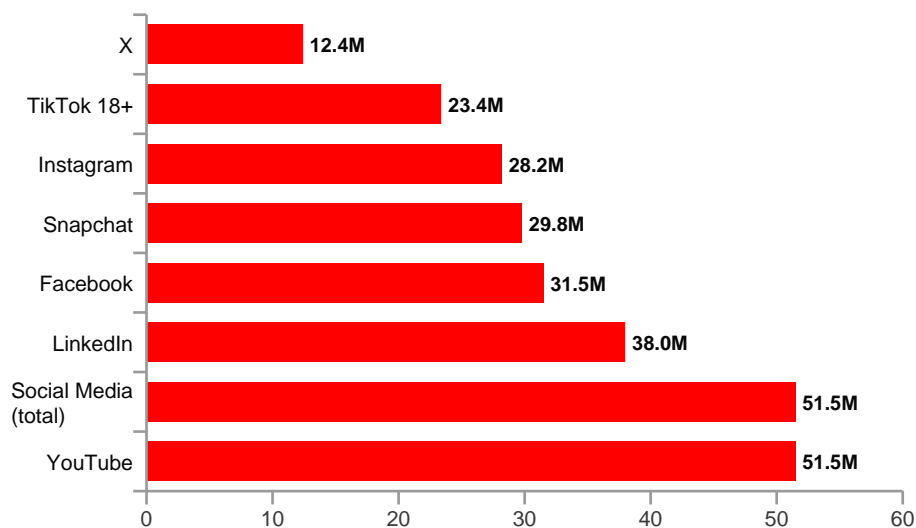
# 04 Paysage des réseaux sociaux

Le paysage social français est dominé par YouTube (51,5M = 100% des identités sociales), suivi de LinkedIn en montée fulgurante (+15,2% YoY, +5M membres) et d'un Facebook en érosion structurelle (-4% YoY). Spécificité française : X (Twitter) s'effondre à -23,9% YoY (12,4M) — le plus fort recul des marchés Black Ads sur cette plateforme.

## VOLUME ET REACH PAR PLATEFORME (FIN 2025)

Kepios identifie **51,5M d'identités sociales actives** en France en octobre 2025, soit **77,2% de la population** et **81,2% des internautes**. La croissance YoY est modeste (+2,2%, +1,1M identités) — signe d'un marché mature où les redistributions inter-plateformes dominent l'acquisition globale.

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



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

## LECTURE PAR PLATEFORME

### YOUTUBE · 51,5M

Plateforme la plus large en reach publicitaire (+2,2% YoY). Pénétration adulte très large, mix H/F équilibré (48,7% H / 51,3% F). Première plateforme de consommation passive (musique, divertissement, podcasts, tutoriels).

### LINKEDIN · 38,0M

+15,2% YoY (+5,00M) — la plus forte croissance des plateformes françaises. Reflète la professionnalisation du marché et l'expansion du "corporate influencer". Audience équilibrée (51,9% H / 48,1% F).

### FACEBOOK · 31,5M

Recul structurel (-4,0% YoY). Pénétration encore large mais perd progressivement les <30 ans. Reste pertinent pour les groupes communautaires et le commerce informel.

### SNAPCHAT · 29,8M

+5,1% YoY — Snapchat reste structurellement présent en France, notamment chez les jeunes adultes. À intégrer dans les stratégies créateur multi-plateformes.

### INSTAGRAM · 28,2M

Croissance modérée (+2,7% YoY). 53,2% d'audience féminine. Reste la plateforme "beauté / mode / lifestyle" de référence — concurrence directe avec TikTok pour l'attention des moins de 35 ans.

#### TIKTOK 18+ · 23,4M

Recul léger (-0,5% YoY) après le creux 2024-2025. 59,1% d'audience féminine — asymétrie majeure vs MENA. Reach adulte 43,9%.

#### X (TWITTER) · 12,4M

**Effondrement de -23,9% YoY (-3,88M)** — le plus fort recul de toutes les plateformes Black Ads. Audience devenue très masculine (71,5% H). Capture de part marginale ; budget créateur souvent réallocable vers TikTok/Instagram/LinkedIn.

### TENDANCES D'ENGAGEMENT

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

- Recul de TikTok puis recovery partielle — la trajectoire la plus heurtée des marchés Black Ads. Le contexte réglementaire (DSA, Arcom), les débats publics sur la propriété de ByteDance et la maturité de l'audience expliquent cette singularité.
- Héritage Jeux Olympiques Paris 2024 : économie créateur boostée durablement sur les verticales sport, lifestyle parisien, mode et tourisme. Plus de 82M de visiteurs touristiques/an (#1 mondial).
- Loi influenceurs 2023 : obligations strictes de divulgation publicitaire (#sponso, #ad), interdiction de certains produits (crypto haute volatilité, chirurgie esthétique), responsabilité accrue des plateformes et des agences.
- Diaspora MENA structurante : ~1,5-2M Algériens, ~1,4M Marocains, ~700k Tunisiens + 2e/3e générations français-maghrébines = audience native bilingue arabe-darija-français aux usages distinctifs.

### RÉPARTITION DE GENRE — INVERSION VS MENA

Sur les identités sociales globales, la France présente une parité quasi-parfaite (51,4% F / 47,2% M). Mais TikTok France est **majoritairement féminin (59,1% F / 40,9% H)** — inverse complet de la situation MENA (où TikTok est masculin à 58-63%). Cette inversion a des implications stratégiques majeures : positionnement créateur orienté beauté/mode/lifestyle/famille plutôt que gaming/PK, calibrage des campagnes B2B vers les annonceurs féminins, profil ARPGifter différent (achats lifestyle plutôt que whales gaming).

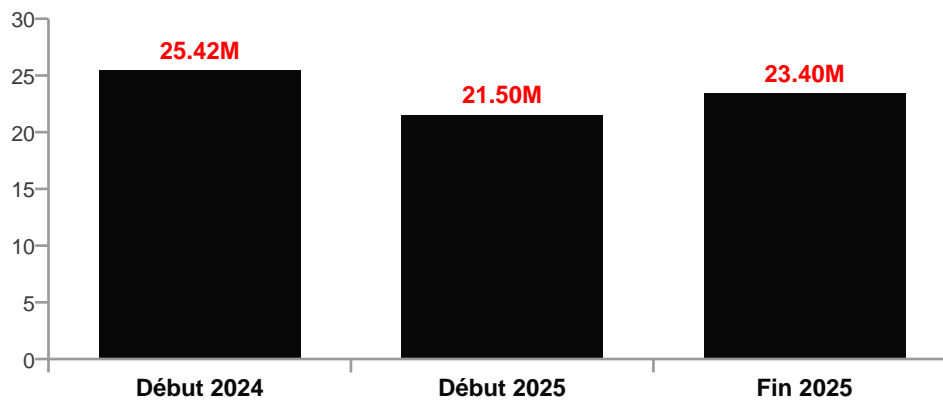
# 05 Zoom TikTok

TikTok France a connu la trajectoire la plus atypique des marchés Black Ads : pic en début 2024 (25,42M), recul brutal en début 2025 (-15,4% à 21,5M), puis recovery partielle à 23,4M fin 2025. Ce profil dip-then-recovery est unique parmi les neuf volumes de la série.

## AUDIENCE — 23,4 MILLIONS D'ADULTES

Les outils publicitaires de TikTok recensent **23,4M d'utilisateurs aged 18+** en France fin 2025, soit **43,9% des adultes**. Si l'on ajoute les 13-17 ans (non publiés par TikTok mais estimés via DataReportal entre 4-5M), le reach total approche les 28 millions — soit ~42% de la population française.

Évolution de l'audience adulte TikTok en France



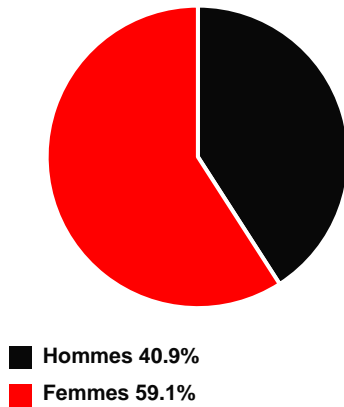
Sources : DataReportal Digital 2024, 2025 et 2026 — outils publicitaires TikTok

## LECTURE DE LA COURBE — UN CAS UNIQUE

La trajectoire française est la plus heurtée des neuf marchés Black Ads. Le pic de **25,42M en début 2024** (49,4% des adultes, +21,3% vs début 2023) a été suivi d'un recul à **21,5M en début 2025** (40,3% des adultes, -15,4% YoY soit -3,92M) — le plus fort recul de l'ensemble de la série. Plusieurs facteurs convergents l'expliquent : (1) débats publics sur la propriété de ByteDance et le risque de ban TikTok dans l'UE et aux US, (2) entrée en application du DSA avec ses obligations VLOP (Very Large Online Platform), (3) Loi influenceurs 2023 et mises en demeure Arcom. La recovery partielle à **23,4M fin 2025** (-0,5% YoY) confirme la stabilisation post-correction.

## PROFIL DE L'AUDIENCE TIKTOK — FÉMININE

### Une audience majoritairement féminine



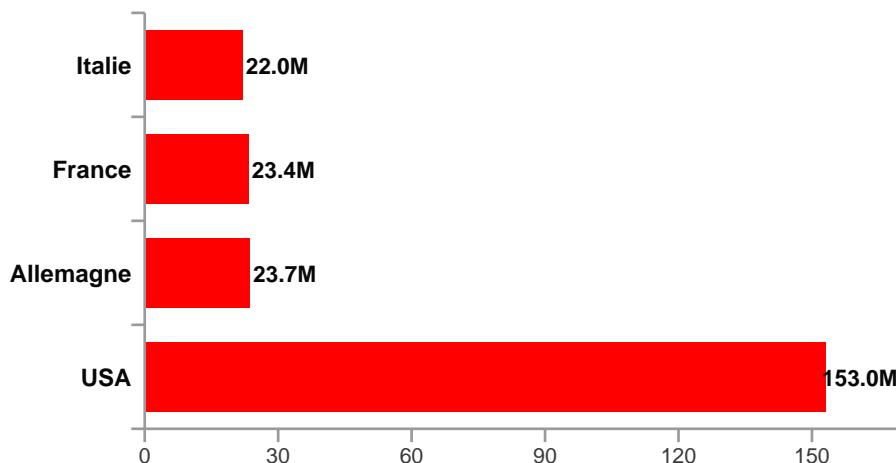
Avec 59,1% de femmes et 40,9% d'hommes, TikTok France inverse complètement la tendance MENA. Implications stratégiques :

- Catégories beauté, mode, lifestyle, famille, food sur-représentées
- Profil ARPGifter différent : achats lifestyle, mode, food plutôt que whales gaming
- Le LIVE PK reste présent mais minoritaire en mix temps d'antenne
- Annonceurs B2B prioritaires : beauté (L'Oréal, Sephora), mode (Zalando, ASOS), food retail (Carrefour, Lidl)
- Niche premium des 45+ et 65+ sous-exploitée — ARPU potentiel élevé

### POSITIONNEMENT DANS LE MIX OCCIDENTAL BLACK ADS

Dans le cycle occidental Black Ads, la France se classe en 3e position par audience TikTok 18+ — devant l'Italie (22,0M) mais derrière l'Allemagne (23,7M) et très loin derrière les USA (153M) :

Audience TikTok 18+ — comparatif marchés occidentaux (millions, fin 2025)



Source : DataReportal Digital 2026 · TikTok ad planning tools

Si la France est numériquement intermédiaire, elle reste structurante pour Black Ads via le serveur FR+ qui couvre également la Belgique francophone, la Suisse romande, le Luxembourg et Monaco — soit un bassin francophone européen de ~80-85M de personnes. Le marché français porte également la dimension diaspora MENA qui le relie fonctionnellement au serveur MENA.

## CATÉGORIES DE CONTENU DOMINANTES

L'analyse qualitative des top créateurs français (classements Favikon, HypeAuditor, Heepsy) reflète l'inversion féminine et la maturité du marché :

Catégorie	Maturité	Volume créateurs	Densité LIVE
Beauté / mode / lifestyle	Saturé	Élevé	Forte
Humour / sketches	Mature	Élevé	Moyenne
Food / cuisine française	Mature	Élevé	Forte (LIVE pâtisserie)
Famille / parenting	Mature	Moyen	Forte (daily, Q&A)
Fitness / sport	En croissance	Moyen	Forte (coaching)
Sport football (Top 14, L1)	Mature	Moyen	Forte (matches)
Diaspora FR-Maghreb	En croissance	Moyen	Forte
Gaming / e-sport	Mature	Élevé	Forte (PK européens)
Finance personnelle	En croissance	Faible	Moyenne
Tourisme / lifestyle parisien	Mature	Élevé	Forte
Senior / silver economy	Niche	Faible	Niche premium ARPGifter

Lecture qualitative — Mai 2026

## TOP CRÉATEURS FRANÇAIS · APERÇU

Le marché français combine un héritage YouTube historique encore très puissant — **Squeezie, Cyprien, Norman, McFly et Carlito** — et une nouvelle vague TikTok native menée par **dauidyrodriquez** (~8M), **tiboinsshape** (~8M, fitness), **camille\_la\_danseuse** (~7,7M), **Just Riadh, GMK** et **Léa Elui** (égérie Givenchy). Les niches émergentes incluent **Pitch Addict** (3M, football), **YASS OOTD** (2M, lifestyle parisien), **cedricgrolet** (pâtisserie) et la verticale FR-Maghreb bilingue.

**La compétence LIVE reste concentrée** sur un sous-ensemble du top short-video — comme dans tous les marchés Black Ads. Mais en France, la spécificité est que **le CRP offre une alternative directe aux gifts LIVE** : les créateurs peuvent monétiser via vues sans nécessairement passer par le LIVE. Cela élargit la base mais réduit la pression de transition vers le LIVE professionnel.

# 06 TikTok LIVE & CRP

La France est, avec les autres marchés occidentaux Black Ads (Italie, Allemagne, USA), **éligible au Creator Rewards Program (CRP)** — différence structurelle majeure vs les marchés MENA. La matrice de monétisation directe des créateurs comporte donc deux leviers complémentaires : CRP basé sur les vues + gifts en LIVE.

## LE CREATOR REWARDS PROGRAM (CRP) — SPÉCIFICITÉ OCCIDENTALE

Le CRP rémunère les créateurs en fonction des vues qualifiées de leurs vidéos publiques. Les conditions d'éligibilité actuelles en France :

Critère	Seuil
Âge minimum	18 ans
Type de compte	Public (non privé)
Followers minimum	10 000
Vues qualifiées (30 derniers jours)	100 000
Durée vidéo minimum	1 minute (contenu original)
Pays éligibles	France, Italie, Allemagne, USA, UK, Brésil, Japon, Australie...

Source : TikTok Creator Academy · Conditions à jour Mai 2026

## MÉCANIQUE DES GIFTS LIVE — MODÈLE GLOBAL

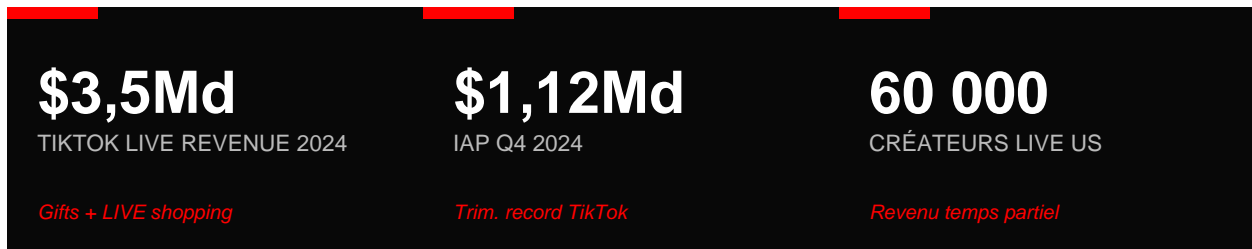
Parallèlement au CRP, les viewers achètent des « coins » qu'ils convertissent en gifts virtuels envoyés en LIVE. Côté créateur, les gifts sont comptabilisés en « diamants », dont une fraction est convertie en cash. Le créateur peut atteindre **jusqu'à 53% du brut post-TikTok** via deux mécaniques cumulables :

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

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

**Le taux de référence opérationnel** utilisé pour les projections est de **0,005 USD net créateur par diamant**, avant commission d'agence. La particularité française est que ce taux peut être **complété par les revenus CRP** qui s'ajoutent sans concurrence, ce qui n'est pas le cas dans les marchés MENA.

## ORDRES DE GRANDEUR GLOBAUX



Selon l'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. Pour la France, le bassin équivalent estimé est de l'ordre de **8 000-12 000 créateurs LIVE actifs** avec monétisation significative — extrapolation prudente compte tenu du recul TikTok 2024-2025.

## CONTRAINTES SPÉCIFIQUES AU MARCHÉ FRANÇAIS

### Réglementation publicitaire stricte — Loi influenceurs 2023.

La Loi influenceurs (juin 2023) impose des obligations strictes : mention obligatoire "Publicité" ou "Collaboration commerciale" sur tout contenu sponsorisé, interdiction de promouvoir certains produits (crypto à fort risque, chirurgie esthétique non-médicale, paris sportifs hors agréments), responsabilité civile et pénale du créateur ET de l'agence. Discipline opérationnelle non-négociable.

### DSA & Arcom — supervision active des plateformes.

Le Digital Services Act et l'Arcom ont multiplié les mises en demeure aux plateformes (TikTok, Meta, X) sur la modération de contenus, la transparence algorithmique et la protection des mineurs. Le risque réputationnel d'une mise en demeure publique est élevé pour les créateurs et leurs agences.

### Audience plus âgée — adaptation des formats.

Médiane 42,3 ans et 22,5% de 65+ : le LIVE classique gaming/PK est inadapté à une part significative de l'audience adressable. Les formats LIVE adaptés au marché français incluent : LIVE Shopping mode/beauté, LIVE pâtisserie, LIVE Q&A; famille, LIVE concerts et événements culturels.

### Convertibilité monétaire fluide.

L'euro est librement convertible ; PayPal, Wise et la SEPA permettent un rapatriement quasi-instantané des gains TikTok. La friction de paiement est minimale — différence structurelle vs Algérie/Tunisie. Le sujet créateur français bascule vers l'optimisation fiscale (statut auto-entrepreneur, SASU, EI à l'IR vs IS) plutôt que vers le rapatriement.

## LE FACTEUR DIASPORA — INVERSION DU FLUX MENA

La France héberge la plus grande diaspora maghrébine d'Europe : **~1,5-2M Algériens, ~1,4M Marocains, ~700k Tunisiens**, auxquels s'ajoutent les 2e et 3e générations français-maghrébines (estimées à plusieurs millions). Pour Black Ads, cela crée un couloir gifting inversé : les viewers français-maghrébins envoient des gifts **en euro** aux créateurs basés au Maghreb. Réciproquement, des créateurs FR-Maghrébins bilingues (Darija/Derja-Français) ciblent à la fois l'audience hexagonale et la diaspora — niche structurante du marché FR+.

## LE RÔLE STRUCTURANT DES AGENCES

Les agences TikTok LIVE officielles (statuts Standard et Senior Partner) jouent un rôle critique en France — particulièrement en raison de la complexité réglementaire (Loi influenceurs, DSA, Arcom). Elles assurent : (1) la formation des créateurs aux mécaniques LIVE et CRP, (2) la mise en place de calendriers de diffusion, (3) la conformité publicitaire et fiscale, (4) l'accès aux programmes promotionnels TikTok. Le serveur FR+ Black Ads couvre la France, la Belgique francophone, la Suisse romande, le Luxembourg et Monaco.

# 07 Perspectives 2026 — 2027

Sur la base des taux observés (recovery TikTok +8,8% sur 9 derniers mois 2025, infrastructure fixe +37,7%, mobile +26,7%) et de l'environnement réglementaire stabilisé (DSA en application complète, Loi influenceurs assimilée), les trajectoires suivantes paraissent raisonnables pour la France :

Indicateur	Fin 2025	Projection fin 2026	Projection fin 2027
Audience TikTok 18+	23,4 M	24,5 – 26,0 M	26,5 – 28,0 M
Reach 18+ (%)	43,9%	~48%	Plateau ~52%
Audience féminine (%)	59,1%	~60%	Plateau ~60-62%
Créateurs LIVE actifs (estim.)	~10 000	12 000 – 15 000	18 000+
Vitesse mobile médiane	131 Mbps	180+ Mbps	250+ Mbps (5G+)
TikTok Shop France lancement	Non lancé	Probable H2 2026	Mainstream

Projections basées sur les tendances historiques observées

## FACTEURS DE TRANSFORMATION ATTENDUS

### Lancement attendu de TikTok Shop France.

TikTok Shop est lancé au Royaume-Uni, en Espagne, en Allemagne et en Italie. La France figure parmi les marchés européens prioritaires pour 2026 — son lancement transformera la matrice de monétisation créateur en ajoutant un troisième levier (CRP + gifts + commerce direct).

### Stabilisation réglementaire DSA + Loi influenceurs.

Après deux années d'incertitude réglementaire (DSA en montée en charge, Loi influenceurs en assimilation), 2026 devrait marquer la stabilisation du cadre. Les créateurs et agences peuvent désormais planifier sur des bases connues.

### Convergence des verticales beauté/lifestyle/famille.

L'audience féminine majoritaire (59,1%) et le vieillissement structurel orientent le marché créateur vers les verticales beauté/mode/lifestyle/famille — avec un potentiel CRP+gifts+sponsoring B2B qui dépasse la moyenne européenne.

### Effet héritage Jeux Olympiques 2024.

L'écosystème créateur français porte encore les effets des JO 2024 : visibilité internationale durable du Paris-lifestyle, montée en puissance des verticales sport (Top 14 rugby, Ligue 1, JO 2030 d'hiver alpins), tourism content monétisé.

### Pression continue sur X et redistribution.

L'effondrement de X (-23,9% YoY) ouvre une fenêtre de redistribution d'attention. TikTok, LinkedIn et Instagram capteront probablement la majorité de cette part perdue d'ici 2027 — au bénéfice indirect des stratégies créateur multi-plateformes.

# 08 Sources & méthodologie

## MÉTHODOLOGIE

Ce rapport agrège des données issues de sources primaires officielles (DataReportal/Kepios produits avec Meltwater et We Are Social, INSEE, Banque de France, OECD, Arcom, GSMA Intelligence, Ookla) et de sources secondaires reconnues (Statista, Tubefilter, Favikon, HypeAuditor, classements d'influence). Les données privilégient les versions les plus récentes — typiquement octobre 2025 pour les chiffres TikTok et Meta, Q1 2026 pour les indicateurs macroéconomiques (INSEE). 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 ne sont pas équivalents au MAU.
- TikTok ne publie pas les chiffres pour les 13-17 ans.
- Les identités sociales (DataReportal) ne sont pas dé-dupliquées entre plateformes.
- Le recul TikTok 2024-2025 peut combiner facteurs réels (Loi influenceurs, DSA, débats ByteDance) et corrections d'outils publicitaires (comptes inactifs / dupliqués).
- Les indicateurs économiques (PIB, chômage) proviennent de l'INSEE et de la Banque de France ; les projections 2026 sont sensibles aux chocs énergétiques (contexte guerre Iran printemps 2026).

## SOURCES PRINCIPALES

Organisation	Référence	URL
DataReportal / Kepios	Digital 2024, 2025, 2026 France	<a href="https://datareportal.com/reports/digital-2026-france">datareportal.com/reports/digital-2026-france</a>
DataReportal	Digital 2026 Italie / Allemagne / USA (comparatifs)	<a href="https://datareportal.com/reports">datareportal.com/reports</a>
INSEE	PIB, chômage, inflation (Q1 2026)	<a href="https://insee.fr/en/statistiques">insee.fr/en/statistiques</a>
Banque de France	Projections macroéconomiques	<a href="https://banque-france.fr">banque-france.fr</a>
OECD	Employment Outlook 2025 France	<a href="https://oecd.org">oecd.org</a>
GSMA Intelligence	Mobile connections France	<a href="https://gsmaintelligence.com">gsmaintelligence.com</a>
Ookla	Speedtest Global Index — France	<a href="https://ookla.com">ookla.com</a>
Arcom	Régulation plateformes & influenceurs	<a href="https://arcom.fr">arcom.fr</a>
Loi influenceurs 2023	Encadrement publicitaire créateurs	<a href="https://legifrance.gouv.fr">legifrance.gouv.fr</a>
Tubefilter / Ipsos	TikTok LIVE Virtual Gifting Study 2025	<a href="https://tubefilter.com">tubefilter.com</a> (Dec 2025)
TikTok Creator Academy	Creator Rewards Program conditions	<a href="https://tiktok.com/creator-academy">tiktok.com/creator-academy</a>
Black Ads Agency	TikTok LIVE Income Calculator	<a href="https://black-ads.agency/fr/tools/live-income-calculator">black-ads.agency/fr/tools/live-income-calculator</a>
Favikon	Top French TikTokers 2026	<a href="https://favikon.com/fr/blog/top-french-tiktokers">favikon.com/fr/blog/top-french-tiktokers</a>
HypeAuditor / Heepsy	Influence rankings France	<a href="https://hypeauditor.com - heepsy.com">hypeauditor.com - heepsy.com</a>
TikTok Newsroom	TikTok Live Creator Networks	<a href="https://tiktok.com/live/creator-networks">tiktok.com/live/creator-networks</a>
ResourcEra	TikTok Revenue (2018-2027)	<a href="https://resourcera.com/data/social/tiktok-revenue">resourcera.com/data/social/tiktok-revenue</a>

# 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. 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.

<b>STATUT</b>	Senior TikTok LIVE Partner
<b>FONDATION</b>	Décembre 2024 · Senior depuis Mai 2025
<b>RÉGIONS</b>	MENA (Golfe inclus) · France · Italie · Allemagne · USA · Canada
<b>TECHNOLOGIE</b>	Black OS — système de gestion propriétaire
<b>SIÈGE</b>	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](https://black-ads.agency)