

TIKTOK SHOP EN FRANCE 1 AN APRÈS, LE VRAI BILAN

Laëtitia Lamari et Adrien Naeem
(Le Café de l'E-Commerce)
partagent les données exclusives
sur l'adoption de TikTok Shop en
France



Laëtitia Lamari

Fondatrice du café
de l'e-commerce



Adrien Naeem

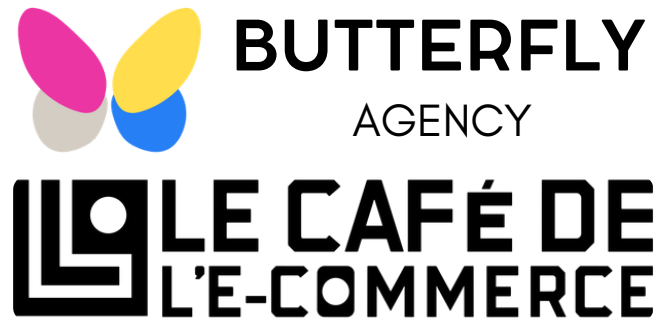
Co-fondateur • Le Café
de l'E-Commerce

The logo for TikTok Shop, featuring the TikTok musical note icon in white with a cyan-to-magenta gradient shadow, followed by the text "TikTok Shop" in a bold, white, sans-serif font. The background is a vertical gradient from orange at the top to yellow at the bottom, with teal sections at the bottom corners containing white wavy lines.

TikTok Shop

Le bilan, un an après.

Qui sommes-nous ?



LAETITIA LAMARI
Brand Addict

ADRIEN NAEEM
Tech Geek



Pourquoi TikTok Shop pouvait réussir en France



- **27,8M** d'utilisateurs actifs mensuels en France (TikTok)
- ≈ 38h passées par mois
- ≈ 300 ouvertures par mois

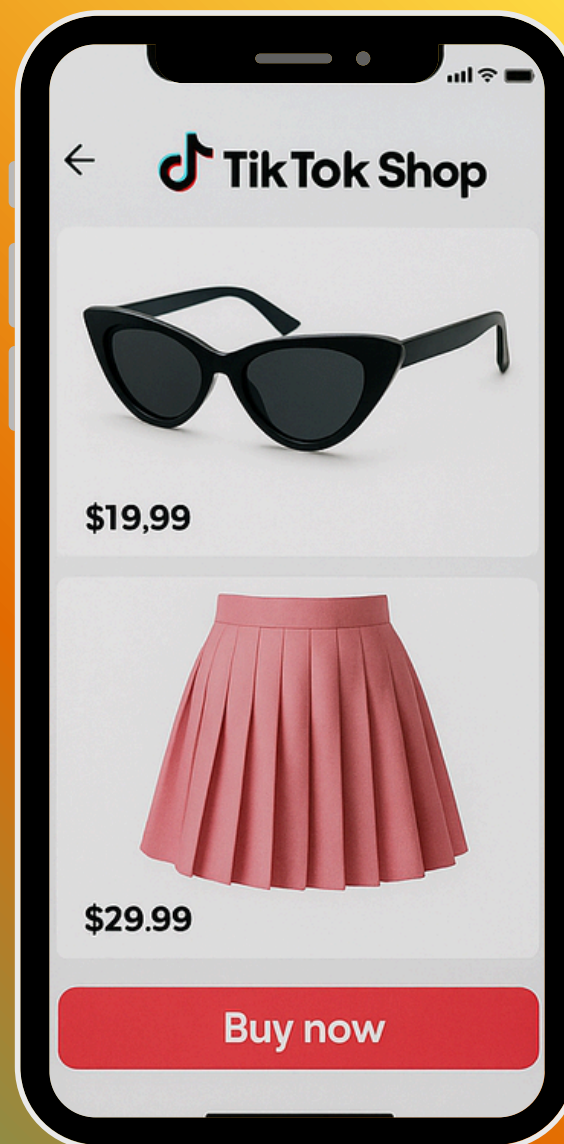
**TIKTOK N'EST PAS UNE
DESTINATION. C'EST UN
RÉFLEXE. ON NE VA PAS SUR
TIKTOK, ON Y RETOURNE.**

Lancement & périmètre de TikTok Shop

Lancement France : **31 mars 2025**

- **Vidéos shoppables**
- **Live shopping**
- Onglet **Shop** intégré

LA TRANSACTION EST
INTÉGRÉE LÀ OÙ NAÎT LE
DÉSIR.



Un funnel totalement repensé



Avant :

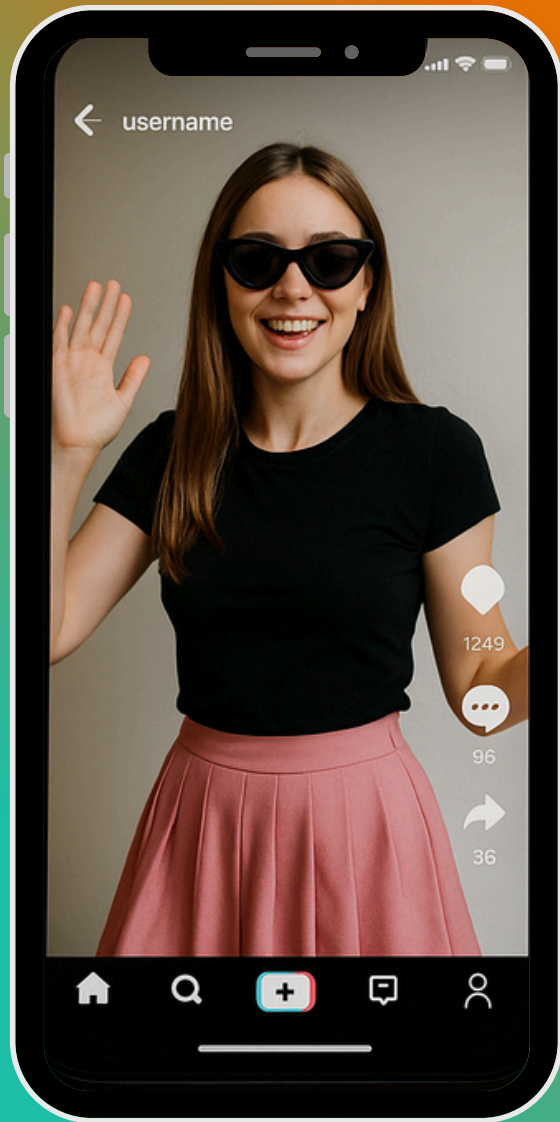
Trafic → site → conversion



Aujourd'hui :

Contenu → confiance → achat

**UN ÉCOSYSTÈME E-COMMERCE
PENSÉ PAR ET POUR LE CONTENU**



Ce que montrent les performances

Constats marché :

- Décisions d'achat non planifiées
- Conversion tirée par les créateurs, les commentaires et le live
- En seulement six mois, la plateforme a atteint 1 % de part de marché, dépassant des acteurs historiques comme La Redoute ou eBay.

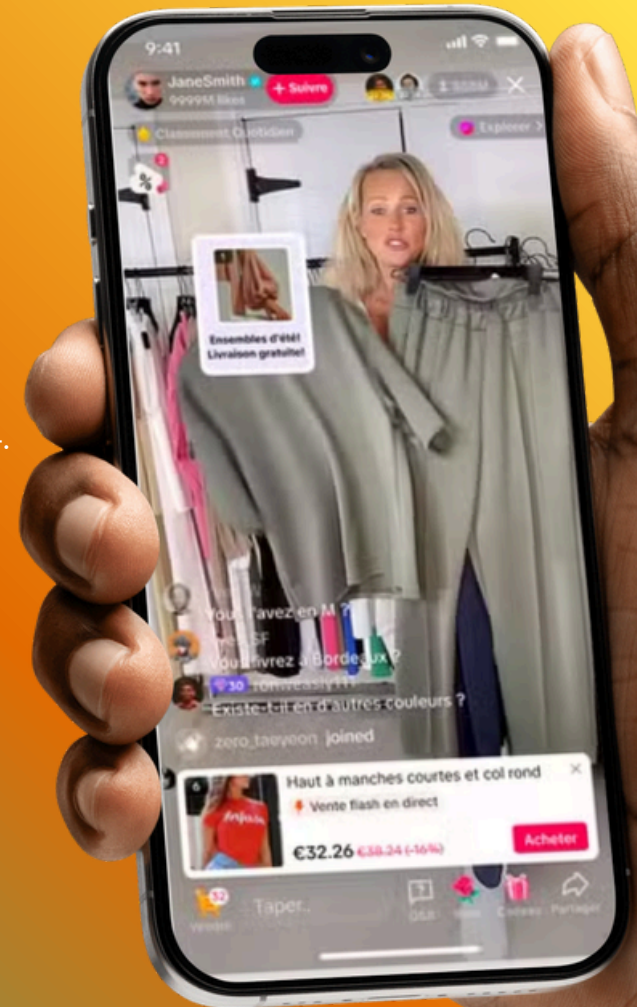
Le live shopping comme point de vente

Format le plus convertissant sur TikTok Shop

Pics de ventes concentrés sur quelques heures

Le nombre de lives a triplé,
Les sessions ont progressé de +51% rien qu'en septembre,
Et les achats réalisés pendant ces sessions ont été multipliés par 3,4.

LE LIVE EST DEVENU UN POINT DE VENTE.



Marques françaises qui performent



Beauty



Lifestyle



Creator
Brand



Soins



BookTok / Culture Merchandising
Sportif



LE SOCIAL COMMERCE
FONCTIONNE DÉJÀ POUR DES
MARQUES FRANÇAISES.

Références internationales TikTok Shop



Made By
Mitchell



Glow Hub



Beauty of
Joseon



Cider



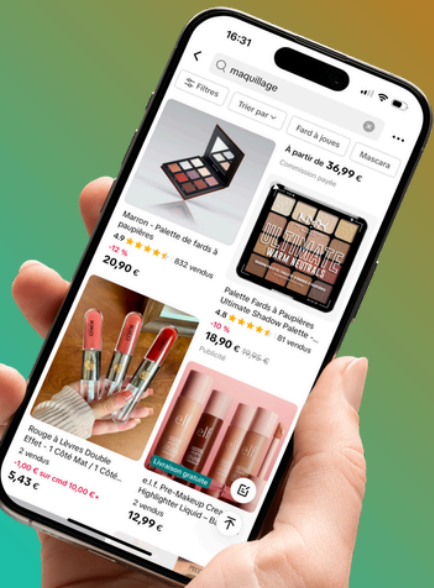
Halara



Scrub
Daddy

LES MÊMES MÉCANIQUES PARTOUT
: CONTENU, CRÉATEURS, LIVE.

Ce que ces marques ont compris



- Produits démonstratifs
- Créateurs au cœur du funnel
- Contenu avant branding
- Live comme média de vente

**LES MARQUES QUI
PERFORMENT PENSENT MÉDIA
AVANT E-COMMERCE.**

Conclusion & projection



TikTok Shop
est un **écosystème**
en hyper-
croissance

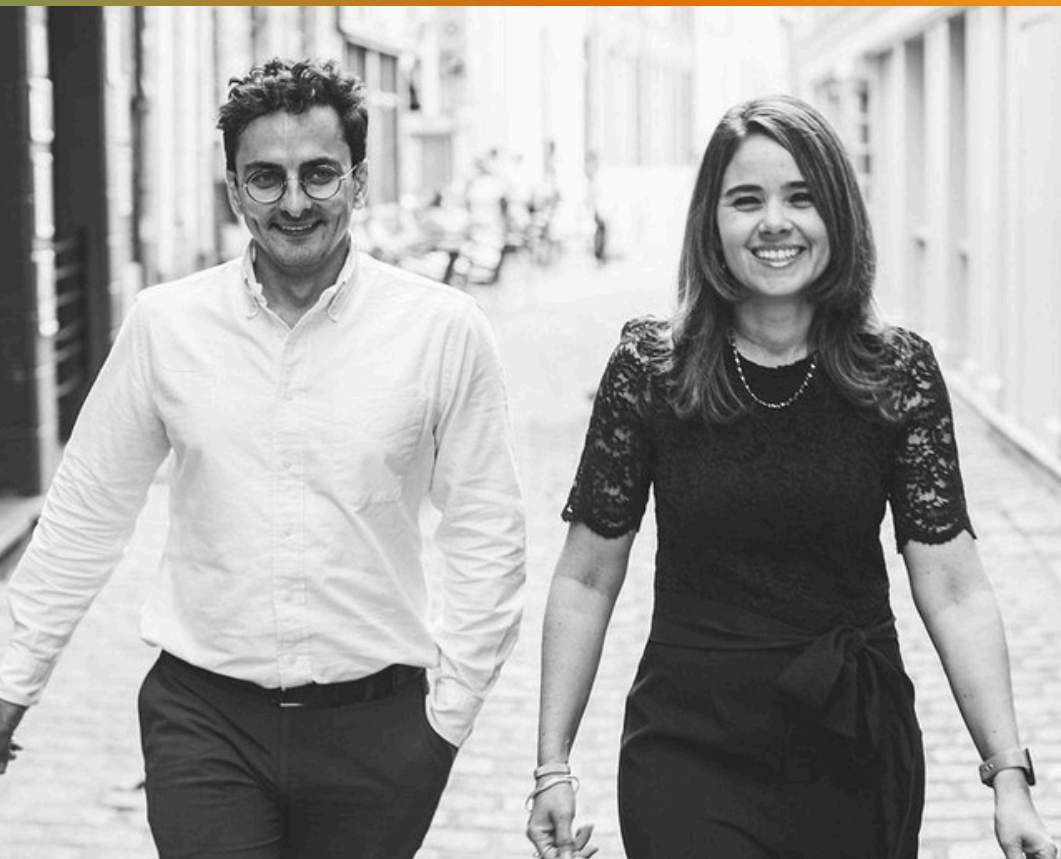


L'offre est **Creator-**
Centric (84 % du CA des
meilleures boutiques
provient de l'affiliation)



Le commerce est
dans la création,
l'affiliation et la
diffusion

**LE SITE N'EST PLUS LE POINT DE
DÉPART. LE SCROLL L'EST DEVENU.**



Merci !

Des questions ? Contactez-nous !



adrien@butterflyagency.io

laetitia@butterflyagency.io



www.butterflyagency.io