

MODELE D'AFFAIRES

CapCut : quand la croissance est offerte par la maison mère, le prix se paie plus tard

Pour qui veut comprendre ce que vaut un canal de distribution qu'on possède, et pour tout indépendant ou petite structure française qui monte des vidéos pour ses clients avec CapCut sans avoir lu ce qu'il concède en le faisant. Cette fiche chiffre le mécanisme — combien coûterait, au tarif du marché publicitaire, la base d'utilisateurs que TikTok a offerte à CapCut, et pourquoi Adobe n'a pas pu répondre malgré 6,5 milliards de dollars de budget commercial et marketing. Elle relève les prix français, mesure le doublement tarifaire de 2026, compare cinq outils sur les droits qu'ils prennent sur vos images, et développe le volet juridique : ce que le droit d'auteur français exige d'une cession de droits, ce que le RGPD dit des transferts vers la Chine, ce que le règlement sur les services numériques change — et ce qui reste concédé le jour où vous partez.

CapCut montre ce qu'un canal de distribution propriétaire permet de faire à un marché. En cinq ans, un logiciel arrivé sans notoriété a pris l'essentiel d'une catégorie qu'Adobe occupait depuis vingt ans, sans campagne de marque ni force de vente. Le mécanisme n'est pas le produit : c'est TikTok. Reste l'autre face — interdictions importées de la maison mère, conditions d'utilisation réécrites unilatéralement, tarif doublé en 2026 sur une base captive, et une licence sur vos contenus qui ne s'éteint pas quand vous fermez votre compte.

Sommaire

- L'essentiel à retenir
- Cinq outils comparés : prix, contenu, et droits concédés
- 1. Contexte et histoire
- 2. Modèle économique
- 3. Ce que vaut un canal de distribution captif
- 4. Approche marketing
- 5. Approche commerciale
- 6. Trajectoire stratégique
- 7. Opérations
- 8. Le doublement tarifaire, et ce que ça coûte en France
- 9. Le volet juridique français et européen
- 10. Réversibilité : sortir de CapCut
- 11. Suivi et pilotage
- 12. Chiffres clés
- 13. Ce que ça change pour un entrepreneur
- FAQ — Sources

CARTE D'IDENTITE

PAYS

Chine (ByteDance, Pékin) ; édition internationale depuis Singapour ; activité américaine logée depuis janvier 2026 dans la coentreprise TikTok USDS

CRÉATION

mai 2019 en Chine sous le nom Jianying (剪映) ; version internationale lancée sous le nom ViaMaker puis renommée CapCut en 2020 (produit interne ByteDance, sans fondateur identifié)

SECTEUR

logiciel de montage vidéo grand public (mobile, bureau, web)

TYPE DE CAS

Succès — mais un succès locataire, dont la distribution et désormais le capital dépendent d'autrui

ÉPOQUE

Actuel

MODÈLE DE REVENUS EN TROIS MOTS

gratuit, abonnement, crédits

CHIFFRE EMBLÉMATIQUE

81 % des utilisateurs actifs des applications mobiles de montage vidéo (Sensor Tower, cité par Bloomberg, 29 juillet 2024 — estimation tierce, non auditée)

Sommaire

- L'essentiel à retenir
- Cinq outils comparés : prix, contenu, et droits concédés
- 1. Contexte et histoire
- 2. Modèle économique
- 3. Ce que vaut un canal de distribution captif
- 4. Approche marketing
- 5. Approche commerciale
- 6. Trajectoire stratégique
- 7. Opérations
- 8. Le doublement tarifaire, et ce que ça coûte en France
- 9. Le volet juridique français et européen
- 10. Réversibilité : sortir de CapCut
- 11. Suivi et pilotage
- 12. Chiffres clés
- 13. Ce que ça change pour un entrepreneur français ou belge
- FAQ
- Sources

L'essentiel à retenir

En bref

- La croissance n'a presque rien coûté en acquisition parce qu'elle a été prélevée sur l'audience de TikTok : connexion par le compte TikTok, publication en un geste, modèles de montage renvoyant vers CapCut. Reconstituer cette base par l'achat coûterait, au tarif publicitaire le plus bas du marché, entre 245 millions et 1,96 milliard de dollars — sans jamais racheter la même chose.
- Aucun concurrent financé n'a pu répondre. Adobe a dépensé 6,488 milliards de dollars en frais commerciaux et marketing sur son exercice clos le 28 novembre 2025, a retiré Premiere Rush des magasins, et a sorti un remplaçant mobile entièrement gratuit, sans publicité ni filigrane. Sur l'App Store français, ce remplaçant totalise 1 877 avis contre 130 382 pour CapCut.
- La monétisation est arrivée tard et brutalement : produit quasi entièrement gratuit jusqu'en 2022, bascule de fonctions gratuites vers le payant en août 2024, tarif plus que doublé en janvier-février 2026 sans annonce publique. En France, la formule haute est passée de 11,99 € à 23,99 € par mois.
- Les conditions accordent à l'éditeur une licence « perpétuelle », « irrévocable », « sous-licenciable » et « mondiale » sur les contenus soumis. Le droit d'auteur français, lui, exige d'une cession qu'elle délimite son étendue, sa destination, son lieu et sa durée, chaque droit cédé faisant l'objet d'une mention distincte.
- Le point pratique le plus coûteux n'est pas juridique : le jour où vous cessez de payer, vous ne pouvez plus exporter un projet contenant des éléments payants, et CapCut n'exporte aucun projet dans un format lisible par un autre logiciel.

Un modèle de distribution ne se juge pas au coût d'acquisition qu'il affiche mais à celui qu'il aurait fallu payer sans lui. C'est le seul chiffre qui rende compte de CapCut, et c'est celui que ByteDance n'a jamais eu à inscrire dans un compte. Le chapitre 3 le calcule, le chapitre 8 mesure ce que la position dominante ainsi obtenue permet de facturer, le chapitre 9 dit ce que le droit français et européen oppose à cet arrangement, et le chapitre 13 en tire quatre décisions.

Cinq outils comparés : prix, contenu, et droits concédés

Le troisième critère est celui qu'on ne regarde jamais et qui décide de tout quand on travaille pour des clients. Prix relevés le 7 septembre 2026 sur l'App Store français et sur les pages tarifaires officielles ; clauses relevées le même jour dans les conditions d'utilisation en vigueur.

	CapCut	Adobe Premiere (mobile)	InShot	Canva	DaVinci Resolve
Gratuit	Oui, avec filigrane et fonctions bridées	Oui, sans publicité ni filigrane	Oui, avec publicité et filigrane	Oui, montage simple inclus	Oui, version complète sans limite de durée
Payant	Standard 11,99 €/mois ; Pro 23,99 €/mois ; formule annuelle 109,99 €	Gratuit ; Premiere bureau vendu séparément dans Creative Cloud	Pro 5,99 €/mois, 22,99 €/an, ou 59,99 € à vie	Pro 110 €/an ; Pro+ 170 €/an/personne	Studio 255 €, achat unique
Vendeur sur l'App Store français	BYTEDANCE PTE. LTD. (Singapour)	ADOBE SYSTEMS SOFTWARE IRELAND LIMITED (Irlande)	SHANTANU PTE. LTD. (Singapour)	Canva Pty Ltd (Australie)	Sans objet — logiciel local
Note et avis, App Store FR	4,63 / 130 382 avis	4,74 / 1 877 avis	4,75 / 367 186 avis	4,80 / 524 021 avis	Sans objet
Droits concédés sur vos contenus	Licence « inconditionnelle, irrévocable, non exclusive, gratuite, entièrement transférable, sous-licenciable, perpétuelle et mondiale » : usage, modification, adaptation, reproduction, œuvres dérivées, affichage, publication, transmission, distribution, stockage	Licence non exclusive, mondiale, gratuite, sous-licenciable aux seuls prestataires agissant pour Adobe, limitée à l'exploitation du service ; engagement écrit de ne pas entraîner de modèle d'IA générative sur vos contenus	« InShot will not have any ownership rights in the content you created » — aucune licence sur les contenus créés	Licence gratuite et sous-licenciable pour afficher, héberger, copier, stocker votre contenu afin de fournir le service	Aucune : rien ne quitte votre machine, aucun compte n'est requis pour monter
Ce qu'on obtient	Modèles alignés sur les tendances TikTok, sous-titres automatiques, publication en un geste, génération par IA	Montage multipiste, effets sonores par IA, visuels Firefly, projets ouvrables dans Premiere bureau	Montage mobile simple, formats sociaux, sans dépendance à une plateforme	Le montage dans un outil déjà présent en TPE, avec la charte graphique	Étalonnage, montage et mixage de niveau professionnel
Ce qu'on ne peut pas faire	Exporter le projet vers un autre logiciel ; exporter un projet à éléments payants sans abonnement actif	Retrouver les modèles viraux de TikTok	Obtenir le catalogue de modèles de CapCut	Faire du montage long ou complexe	Suivre une tendance en trois jours ; travailler confortablement sur téléphone

Deux lectures. Sur le prix pur, CapCut Pro est l'offre la plus chère du tableau en rythme annuel : 287,88 € contre 59,99 € une fois pour InShot et 255 € une fois pour DaVinci Resolve Studio. Sur les droits, l'écart est plus net encore : c'est le seul outil des cinq à se faire concéder une licence perpétuelle et irrévocable, transférable à des tiers, sur des contenus qui n'ont jamais été publiés.

1. Contexte et histoire

ByteDance lance Jianying en Chine en mai 2019. Le contexte est décisif : Douyin, la version chinoise de TikTok, sature déjà l'attention, et le goulot d'étranglement n'est plus l'audience mais la production — il manque des vidéos assez propres pour retenir le spectateur, faites par des gens qui n'ont ni logiciel ni formation. Jianying est la réponse industrielle : éditeur mobile gratuit, format vertical, sous-titres automatiques, effets alignés sur les tendances de la plateforme.

L'exportation suit en 2020, d'abord sous le nom ViaMaker, puis CapCut (Wikipédia). La bascule d'échelle est visible en mai 2021 : première application gratuite de l'App Store américain à partir du 21 mai, plus de 250 millions d'installations cumulées, et au même moment une hausse brutale de sa part de voix dans les publicités diffusées sur TikTok (TechCrunch, 24 mai 2021) — ByteDance s'est acheté de la publicité chez ByteDance. Les versions Windows et Mac suivent la même année et sortent le produit de l'usage amateur.

En août 2023, CapCut compte 490 millions d'utilisateurs iOS et Android dans 170 pays hors Chine, environ un quart de la base TikTok, et franchit 100 millions de dollars de dépenses cumulées des consommateurs (data.ai via Business of Apps). En juillet 2024, Sensor Tower l'estime à plus de 300 millions d'utilisateurs actifs mensuels et 81 % des utilisateurs actifs de la catégorie ; les applications mobiles d'Adobe pèsent alors moins de 2 % de cette base. Toutes ces données sont des estimations de cabinets tiers extrapolées des classements des magasins : ByteDance ne publie aucun compte par produit.

L'intuition centrale Sur une plateforme de vidéo courte, le facteur limitant n'est pas l'envie de publier mais la capacité à monter. Celui qui possède la plateforme peut donc créer l'outil de montage, le donner, et le brancher directement sur le flux de publication : il ne conquiert pas un marché, il équipe une base qu'il détient déjà.

2. Modèle économique

Source de revenus	Comment ça marche	Poids estimé
Abonnement grand public (Standard, Pro)	Filigrane retiré, export haute définition, modèles et effets premium, stockage, outils d'IA. En France : 11,99 €/mois, 23,99 €/mois, 109,99 €/an (App Store France, relevé le 7 septembre 2026)	L'essentiel du revenu direct ; répartition jamais publiée
Crédits d'IA générative	Facturation à l'acte de la génération vidéo, des avatars et des voix, au-delà des quotas inclus	En hausse depuis 2026, montant non communiqué
Stockage infonuagique	Espace CapCut Cloud, vendu en supplément ; réduit à un palier gratuit d'environ 1 Go dès que l'abonnement s'arrête (aide CapCut)	Non communiqué ; c'est surtout un instrument de rétention
Pippit (ex-CapCut for Business)	Plateforme séparée pour annonceurs et vendeurs en ligne : scripts publicitaires, présentateurs générés, modèles sous licence commerciale, planification	Non communiqué
Valeur non facturée rendue à TikTok	Volume de contenus publiés, rétention des créateurs, alimentation de l'inventaire publicitaire	Invisible dans les comptes, probablement la contribution principale

C'est la dernière ligne qui explique les autres. CapCut n'a jamais eu besoin d'être rentable seul : il rendait la plateforme mère plus productive. Il a donc pu rester gratuit bien plus longtemps qu'un éditeur indépendant, et assécher la catégorie avant de facturer.

La séquence est lisible. Une option payante apparaît en 2022. En août 2024, des fonctions jusque-là gratuites passent au payant, alors qu'Appfigures relève un revenu net mensuel record de 17,6 millions de dollars en juillet, en hausse de 32 % sur un mois (Appfigures). Entre janvier 2023 et octobre 2024, la part de CapCut dans le revenu d'un panier de six applications concurrentes passe de 4 % à 42 % (Appfigures).

Puis vient janvier 2026 : l'ancienne offre Pro devient Standard, une nouvelle formule Pro est créée au-dessus, et l'abonnement annuel américain passe d'environ 77,99 à 179,99 dollars. Aucun communiqué, une simple notification dans l'application (Newsweek, 17 février 2026). Comportement typique d'un acteur qui juge très élevé le coût de sortie de ses utilisateurs. Le chapitre 8 mesure ce coût de sortie ; le chapitre 10 explique pourquoi il est si élevé.

3. Ce que vaut un canal de distribution captif

C'est l'apport le plus transposable du dossier, et il demande un chiffre que personne ne publie : combien aurait coûté, sur le marché, ce que TikTok a donné.

La méthode

On ne peut pas connaître le coût d'acquisition de CapCut, qui n'existe pas comme ligne comptable. On peut en revanche calculer son coût de remplacement : ce qu'il faudrait dépenser en publicité pour installer une application sur le même nombre d'appareils. C'est le raisonnement qu'un banquier applique à un actif qui n'a pas de prix de marché.

Les données publiées. Le coût par installation constaté en 2025 va de 1,50 à 3,50 dollars sur iOS et de 1,50 à 4,00 dollars sur Android au niveau mondial ; de 2,00 à 4,00 dollars sur la zone Europe, Moyen-Orient et Afrique ; et de 0,50 à 2,50 dollars sur la régie publicitaire de TikTok elle-même, la moins chère du panel (Business of Apps, mis à jour le 27 février 2025). Côté volume, l'estimation la plus solide disponible est celle de data.ai : 490 millions d'utilisateurs iOS et Android hors Chine en août 2023.

Le calcul (calcul Entreprendre Autrement, pas un chiffre de ByteDance) :

Hypothèse de tarif	Source du tarif	Coût de remplacement de 490 millions d'installations	En part du budget commercial et marketing annuel d'Adobe
0,50 \$ par installation	Bas de fourchette de la régie TikTok	245 M\$	3,8 %
2,00 \$ par installation	Bas de fourchette EMEA	980 M\$	15,1 %
4,00 \$ par installation	Haut de fourchette EMEA	1 960 M\$	30,2 %

Le dénominateur est une donnée auditée, pas une estimation : Adobe a déclaré 6 488 millions de dollars de frais commerciaux et marketing sur son exercice clos le 28 novembre 2025, après 5 764 millions en 2024 et 5 351 millions en 2023 (données XBRL du rapport annuel déposé auprès du régulateur américain). Cette enveloppe couvre l'ensemble du groupe — Creative Cloud, Document Cloud, Experience Cloud, toutes les forces de vente.

Ce que le calcul dit vraiment

Trois précautions, puis la conclusion.

D'abord, une installation n'est pas un utilisateur actif : une partie des 490 millions ne s'est jamais servie du produit deux fois. Ensuite, le tarif de 0,50 dollar est un plancher observé sur la régie de TikTok, pas un prix garanti à ce volume : acheter un demi-milliard d'installations ferait monter le prix, pas baisser. Enfin, ces chiffres portent sur un an de dépense d'Adobe et sur quatre ans de croissance de CapCut, ce qui interdit toute comparaison terme à terme.

La conclusion tient malgré tout, et elle est plus forte que le chiffre. **Un budget média achète une cohorte, une fois. Un canal possédé achète toutes les cohortes, chaque année, à coût marginal nul.** Adobe qui dépense 6,5 milliards de dollars renouvelle sa dépense en 2026 pour obtenir un résultat comparable. ByteDance, qui n'a rien dépensé, conserve le canal. Sur cinq ans, l'écart ne s'additionne pas : il compose.

Pourquoi aucun concurrent financé n'a pu répondre

L'expérience a été faite, et documentée.

Adobe a d'abord tenté le produit léger payant : Premiere Rush. Il s'arrête. Le retrait des magasins d'applications et de adobe.com est effectif le 30 septembre 2025, les renouvellements d'abonnement cessent à la même date, le support technique s'éteint le 30 septembre 2026 et l'application cesse de fonctionner ensuite (Adobe).

Adobe a ensuite tenté la gratuité totale. L'application Premiere sur iPhone est lancée en 2025, et ce n'est pas une version bridée : gratuite, sans publicité, sans filigrane, avec montage multipiste, effets sonores générés et visuels Firefly, et des projets ouvrables dans Premiere sur bureau (fiche App Store France, relevée le 7 septembre 2026). Sur le papier, l'offre est supérieure à celle de CapCut gratuit, qui impose un filigrane.

Le résultat, mesuré le même jour, sur le même magasin, dans le même pays : **1 877 avis pour Adobe Premiere, 130 382 pour CapCut.** Un rapport de un à soixante-neuf.

Ce chiffre demande deux réserves. Le nombre d'avis n'est pas un nombre d'utilisateurs, et l'application d'Adobe a un an quand CapCut en a six — l'écart d'ancienneté explique une partie de l'écart d'audience. Mais il ne l'explique pas entièrement, et il ne dit rien de la direction. Adobe a supprimé le prix, supprimé la publicité, supprimé le filigrane, et n'a pas supprimé la distance. Ce qui manquait n'était pas dans le produit ni dans le budget : c'était le fait que le montage se termine dans un flux de publication qui appartient à quelqu'un d'autre.

Meta l'a compris et a répondu par le même mécanisme, en lançant Edits le 19 janvier 2025, le jour même de la coupure américaine de CapCut (TechCrunch). Meta ne concurrence pas CapCut sur le produit : il le concurrence sur la seule chose qui compte, en branchant un éditeur sur Instagram. C'est la confirmation par l'exemple — seul un propriétaire de plateforme peut répondre à un propriétaire de plateforme.

4. Approche marketing

Il n'y a pas de campagne de marque à analyser, et c'est l'intérêt du cas. Trois mécanismes portent l'acquisition.

Le premier est l'intégration au compte TikTok : l'utilisateur relie son compte, publie en un geste, et retrouve dans CapCut les modèles, sons et défis en tendance sur la plateforme (documentation CapCut). Coût d'entrée nul, et le chemin de sortie du montage aboutit dans le flux.

Le deuxième est le modèle de montage comme unité virale : une vidéo publiée à partir d'un modèle expose ce modèle, et le spectateur qui veut le même rendu revient dans CapCut. Chaque contenu diffusé est une publicité fonctionnelle, l'audience de TikTok servant de régie gratuite.

Le troisième est le programme de créateurs : CapCut rémunère les auteurs de modèles selon la fréquence d'utilisation et d'export, par paliers (Template Creator Program). L'entreprise n'achète pas d'espace publicitaire, elle rémunère la production de l'objet qui fait revenir les utilisateurs, à coût indexé sur le résultat — ce qu'aucun achat média ne permet. S'y est ajoutée, en mai 2021, une poussée de publicité payante. Sur TikTok. Le budget existait, mais restait dans la maison.

5. Approche commerciale

Pendant quatre ans, il n'y a eu aucune démarche commerciale : téléchargement, usage, abonnement en libre-service.

La bascule date du 16 octobre 2023 avec CapCut for Business, proposé gratuitement : scripts publicitaires générés par IA, milliers de modèles sous licence commerciale, conversion d'une fiche produit en vidéo, présentateurs générés, essayage virtuel, travail en équipe (TechCrunch). La cible n'est pas le monteur mais l'annonceur qui doit alimenter TikTok en créations — le goulot d'étranglement de la régie.

L'offre est ensuite renommée CapCut Commerce Pro, puis détachée sous une marque distincte, Pippit, le 26 août 2025 (annonce Pippit). La séparation n'est pas cosmétique : elle isole le professionnel de la réputation grand public de CapCut, exposée aux polémiques sur les données, et autorise une tarification par crédits sans toucher au produit d'appel.

Une réserve pour l'acheteur professionnel, et elle est sérieuse : l'offre n'est pas un contrat d'entreprise classique. Nous n'avons trouvé ni engagement de niveau de service public, ni contrat de sous-traitance identifiable au sens de l'article 28 du RGPD, ni grille tarifaire Pippit consultable sur une source primaire. Un acheteur qui doit justifier ses outils auprès d'un client soumis à un audit n'a rien à produire.

6. Trajectoire stratégique

Période	Étape	Ce que ça change
Mai 2019	Lancement de Jianying en Chine, adossé à Douyin	Le produit naît comme infrastructure d'une plateforme, pas comme logiciel vendu
2020-2021	ViaMaker devient CapCut ; versions Windows et Mac ; numéro un de l'App Store américain en mai 2021	La distribution par TikTok bat tout budget média
2022-2023	Première offre payante ; 490 millions d'utilisateurs ; CapCut for Business en octobre 2023	On facture une base déjà constituée, et on vise les annonceurs
Août 2024	Des fonctions gratuites passent au payant ; 81 % des utilisateurs actifs de la catégorie ; retrait des appareils de la Chambre des représentants américaine	Position dominante atteinte ; le risque politique devient concret
Janvier-juin 2025	Coupure de 48 heures aux États-Unis le 19 janvier ; Meta annonce Edits le même jour ; refonte des conditions d'utilisation le 12 juin	Le risque est actionnarial, pas produit ; les droits sur les contenus deviennent un sujet d'achat
Mai-juillet 2025	Amende de 530 M€ contre TikTok en Irlande le 2 mai ; nouvelle enquête ouverte le 10 juillet sur le stockage en Chine	Le contentieux sur les transferts devient un risque chiffré pour le groupe
Août-septembre 2025	CapCut Commerce Pro devient Pippit ; Adobe retire Premiere Rush des magasins le 30 septembre	Le professionnel prend son autonomie ; le concurrent historique abandonne son produit léger
Octobre 2025 - février 2026	Conclusions préliminaires de la Commission européenne contre TikTok au titre du règlement sur les services numériques, le 24 octobre puis le 6 février	La pression réglementaire européenne se déplace du RGPD vers le DSA
Janvier-mars 2026	Coentreprise TikTok USDS close le 23 janvier ; refonte tarifaire du 21 janvier ; Seedance 2.0 le 26 mars	Nouveau propriétaire aux États-Unis, tarif doublé, bascule vers la génération facturée à l'usage

7. Opérations

Trois choix expliquent la vitesse.

La mutualisation avec le groupe, d'abord : reconnaissance visuelle, transcription automatique, recommandation, infrastructure de diffusion — CapCut consomme des briques déjà amorties pour TikTok, qu'un éditeur indépendant aurait dû acheter ou développer.

La production de contenu par la communauté ensuite : les modèles sont faits par des créateurs rémunérés à l'usage, si bien que le catalogue suit les tendances en quelques jours à un coût proportionnel au succès.

L'intégration verticale de la génération enfin. Depuis le 26 mars 2026, le modèle Dreamina Seedance 2.0 de ByteDance est accessible dans CapCut, mais seulement dans sept pays d'Amérique latine et d'Asie du Sud-Est : le déploiement mondial a été suspendu après les critiques de la Motion Picture Association sur la contrefaçon, la génération à partir de visages réels est bloquée et les sorties portent un filigrane invisible (TechCrunch). Le déploiement d'une fonction est désormais dicté par le risque juridique, marché par marché.

Un détail d'architecture mérite d'être signalé à part, parce qu'il a des conséquences directes pour un professionnel. La politique de confidentialité de CapCut décrit une fonction de **téléversement anticipé** : « lorsque vous créez du contenu utilisateur, nous pouvons le téléverser ou l'importer vers les Services avant que vous ne l'enregistriez ou ne le publiez », par exemple pour recommander des pistes audio ou générer des sous-titres (politique de confidentialité CapCut, mise à jour du 28 mars 2024, en vigueur le 28 avril 2024). Autrement dit : les rushes quittent l'appareil avant que le monteur n'ait décidé quoi que ce soit. Pour un tournage sous confidentialité, ce n'est pas un réglage, c'est une incompatibilité.

8. Le doublement tarifaire, et ce que ça coûte en France

Ce qui a changé

Aux États-Unis, la mécanique est documentée : l'abonnement annuel passe d'environ 77 dollars à 179,99 dollars, soit une hausse de l'ordre de 130 %, avec un nouveau découpage en trois formules — Standard, Pro et Team. Aucune annonce formelle : les utilisateurs découvrent le prix par une notification dans l'application, et les anciennes formules basculent au nouveau tarif à partir du 20 février 2026 (Newsweek, 17 février 2026).

En France, la même réorganisation est visible dans les achats intégrés relevés sur l'App Store le 7 septembre 2026 :

Formule	Prix relevé	Ce que c'était
Standard, mensuel	11,99 €	L'ancienne formule Pro, renommée
Pro, mensuel	23,99 €	Une formule nouvelle, créée au-dessus
Abonnement annuel	109,99 €	Libellé sans mention de palier

L'écart avant-après, pour un utilisateur français qui veut la formule haute, est donc de **11,99 € à 23,99 € par mois, soit exactement le double**, sans que le prix affiché de l'ancienne offre ait bougé d'un centime. C'est la forme élégante d'une hausse tarifaire : on ne relève pas le prix, on déplace le contenu.

Ce que nous n'avons pas pu vérifier. La page tarifaire française de CapCut (capcut.com/fr-fr/pricing) répondait par une erreur serveur le 7 septembre 2026. Le libellé Apple « Abonnement annuel — 109,99 € » ne précise pas à quel palier il correspond, et nous n'avons trouvé aucune source primaire donnant le prix annuel français de la formule Pro. Les montants circulant sur des sites de revente d'abonnements ne sont pas repris ici.

Le cas de calcul : une monteuse indépendante à Lille

Prenons une micro-entrepreneure qui produit des vidéos courtes pour trois clients, une vingtaine de formats par mois, sur téléphone et sur ordinateur portable. Elle a besoin de sortir sans filigrane et en haute définition : la formule gratuite est exclue. Coût sur trois ans, aux prix relevés le 7 septembre 2026 :

Outil	Coût sur 3 ans	Équivalent mensuel
CapCut Pro, mensuel	863,64 €	23,99 €
CapCut Standard, mensuel	431,64 €	11,99 €
Canva Pro	330,00 €	9,17 €
DaVinci Resolve Studio, licence achetée	255,00 €	7,08 €
InShot Pro à vie	59,99 €	1,67 €
Adobe Premiere sur mobile, DaVinci Resolve gratuit	0,00 €	0,00 €

Les seuils, qui sont la partie utile :

- **Au bout de trois mois**, CapCut Pro a coûté plus cher que la licence à vie d'InShot.
- **Au bout de onze mois**, il a coûté plus cher que DaVinci Resolve Studio acheté une fois pour toutes.
- **Au bout de cinq mois**, même la formule Standard a dépassé la licence à vie d'InShot.

Ce n'est pas un argument pour changer d'outil. C'est un argument pour savoir ce qu'on paie. On ne paie pas un logiciel de montage : les cinq du tableau montent des vidéos. On paie l'accès aux modèles qui tournent sur TikTok cette semaine — et, on va le voir au chapitre 10, on paie aussi le droit de continuer à exporter son propre travail.

Le seuil où l'arbitrage bascule. Si les modèles de tendance sont le produit, si c'est pour eux que le client paie, 23,99 € par mois est un coût de matière première parfaitement défendable. Si les vidéos sont montées à partir de rushes du client, avec sa charte et sa musique sous licence, les modèles ne servent à rien et l'abonnement finance une dépendance sans contrepartie. Le test tient en une question : sur vos douze dernières livraisons, combien paraient d'un modèle CapCut ? En dessous de trois sur douze, l'abonnement est un réflexe, pas une décision.

Une précaution comptable pour finir : un achat par le magasin d'applications produit un reçu Apple, qui n'est pas toujours une facture au nom de votre entreprise avec votre numéro d'identification. Vérifiez avec votre expert-comptable avant de compter cette dépense en charge déductible.

9. Le volet juridique français et européen

C'est le cœur du dossier. Trois questions se posent dans cet ordre : avec qui contractez-vous, que concédez-vous sur vos images, et où vont vos données.

9.1 Avec qui contractez-vous exactement ?

La question paraît triviale. Elle ne l'est pas, et la réponse a mis du temps à venir.

Interrogée depuis la France, l'adresse capcut.com/clauser/terms-of-service renvoie les conditions **américaines**, y compris avec les

paramètres de région et de langue française : elles désignent comme cocontractant TikTok USDS Joint Venture LLC, sont datées du 15 avril 2026, et soumettent le contrat au droit de l'État de Californie et aux juridictions du district central de Californie.

Trois autres sources permettent de reconstituer la situation européenne.

- **La politique de confidentialité** de CapCut, mise à jour le 28 mars 2024 et en vigueur depuis le 28 avril 2024, énonce : « Les Services sont fournis et contrôlés par Bytedance Pte. Ltd., dont l'adresse enregistrée est 1 Raffles Quay, #26-10, South Tower, Singapour 048583, sauf indication contraire dans la section Conditions supplémentaires propres à votre juridiction. » La section consacrée à l'Espace économique européen, à la Suisse et au Royaume-Uni ajoute les bases légales de traitement et désigne des représentants, mais **ne désigne aucun autre responsable de traitement**.
- **Le représentant au titre du RGPD** pour l'EEE et la Suisse y est nommé : Mikros Information Technology Ireland Limited, Mespil Business Centre, Mespil House, Sussex Road, Dublin 4, Irlande. Pour le Royaume-Uni : Cosmo Technology Private Limited, Bristol.
- **Le vendeur sur l'App Store français**, relevé le 7 septembre 2026, est BYTEDANCE PTE. LTD.

Repère légal. L'article 27 du RGPD impose la désignation d'un représentant dans l'Union aux seuls responsables de traitement qui ne sont pas établis dans l'Union mais dont les traitements visent des personnes qui s'y trouvent. Le représentant n'est ni le responsable de traitement, ni un établissement : c'est un point de contact. Le fait qu'un tel représentant soit désigné n'est donc pas un détail administratif — il indique que l'exploitation est conduite depuis l'extérieur de l'Union. Source : CNIL, « Transferts de données hors UE : le cadre général prévu par le RGPD ».

Ce que cela signifie en pratique pour une TPE française : votre cocontractant est une société de droit singapourien, son point de contact européen est une boîte aux lettres à Dublin, et l'entité vendeuse sur le magasin d'applications est la même société singapourienne. La comparaison est nette : les applications d'Adobe sont vendues sur le même magasin par Adobe Systems Software Ireland Limited, une société établie dans l'Union. Ce n'est pas une nuance de forme. Une société établie dans l'Union a un siège, un greffe, des comptes déposés et un tribunal.

Ce que nous n'avons pas pu établir. Malgré une seconde tentative, nous n'avons pas trouvé de version française, datée et à jour, des conditions d'utilisation de CapCut nommant le cocontractant d'un utilisateur français. La seule version francophone récupérable est hébergée sur un serveur de contenus de ByteDance, porte la date du 16 janvier 2023, désigne Bytedance Pte. Ltd. comme partie et soumet le contrat au droit de Singapour, avec une réserve pour les résidents de l'Union et du Royaume-Uni. Trois ans et demi de retard sur la version américaine, sur un document contractuel : c'est en soi une information.

9.2 Ce que vous concédez sur vos créations

La formulation, dans la version française récupérable, est la suivante : vous accordez à l'éditeur « et à nos sociétés affiliées, agents, prestataires de services, partenaires et autres tiers liés, une licence inconditionnelle, irrévocable, non exclusive, gratuite, entièrement transférable (y compris la possibilité d'accorder des sous-licences), perpétuelle et mondiale, d'utilisation, de modification, d'adaptation, de reproduction, de création d'œuvres dérivées, d'affichage, de publication, de transmission, de distribution et/ou de stockage ». La version américaine du 15 avril 2026 reprend les mêmes qualificatifs au bénéfice de TikTok USDS Joint Venture.

CapCut a répondu publiquement à la polémique le 24 juin 2025. L'entreprise affirme n'avoir « jamais revendiqué la propriété des œuvres des utilisateurs », que la section sur les contenus n'a pas changé depuis des années, et que les termes « irrévocable » et « perpétuelle » existent « parce qu'une fois qu'un contenu, un modèle par exemple, a été partagé et utilisé par d'autres, nous ne pouvons pas défaire chaque réutilisation ou chaque remix sur la plateforme ». Elle reconnaît des mises à jour le 12 juin 2025 portant sur les services tiers intégrés, sur le « contenu de la société » et sur des réglementations australienne et japonaise (CapCut).

L'explication est recevable — pour les modèles partagés. Elle n'explique pas pourquoi la même licence couvre **l'ensemble des contenus soumis**, y compris des rushes jamais publiés, téléversés par la fonction de téléversement anticipé décrite au chapitre 7. Une licence dont la justification vaut pour un cas et dont la rédaction couvre tous les cas n'est pas une maladresse : c'est un choix de rédaction.

9.3 Ce que le droit d'auteur français en dit

Le droit français ne connaît pas la « licence » anglo-saxonne comme catégorie ouverte. Il encadre la transmission des droits, et il l'encadre strictement.

Repère légal. Article L131-3 du code de la propriété intellectuelle : « La transmission des droits de l'auteur est subordonnée à la condition que chacun des droits cédés fasse l'objet d'une mention distincte dans l'acte de cession et que le domaine d'exploitation des droits cédés soit délimité quant à son étendue et à sa destination, quant au lieu et quant à la durée. » Source : texte de l'article reproduit sur [marche-public.fr](https://www.marche-public.fr) — Légifrance refusant l'accès automatisé, le texte a été vérifié sur cette reprise et non sur le site officiel.

Quatre exigences donc : mention distincte de chaque droit cédé, délimitation de l'étendue, de la destination, du lieu et de la durée. Une clause qui énumère « utilisation, modification, adaptation, reproduction, création d'œuvres dérivées, affichage, publication, transmission, distribution et stockage » dans une seule phrase, « mondiale » et « perpétuelle », ne satisfait manifestement aucune des quatre. Un juge français saisi de la question aurait matière à discussion.

Deux tempéraments, et ils comptent. D'abord, le contrat désigne un droit étranger, et la question de la loi applicable se poserait avant celle du fond — même si le droit d'auteur français comporte des dispositions protectrices difficiles à écarter. Ensuite, une clause dont la validité est douteuse reste opposable en fait tant que personne ne la conteste : votre vidéo est déjà sur leurs serveurs.

Repère légal. Le droit d'auteur protège une création « dès sa naissance, sans aucune formalité nécessaire », à condition qu'elle soit originale, c'est-à-dire qu'elle « reflète votre personnalité » et procède de « choix libres et créatifs ». Les droits moraux sont attachés à la personne de l'auteur, inaliénables et perpétuels : ils ne peuvent pas être cédés. Les droits patrimoniaux s'éteignent 70 ans après le décès de l'auteur. Source : INPI, « Le droit d'auteur », publié le 9 décembre 2024, mis à jour le 9 avril 2025.

Retenez la deuxième phrase : **les droits moraux ne se cèdent pas**. Le droit à la paternité et le droit au respect de l'œuvre survivent à toute clause, y compris perpétuelle et mondiale. Cela ne vous rend pas le contrôle de la diffusion, mais cela signifie qu'une réutilisation de votre montage sans mention de votre nom, ou dénaturé, reste attaquant en France quoi qu'il ait signé la case à cocher.

Le point aveugle est ailleurs, et il est plus grave : **vous ne pouvez céder que ce que vous détenez**. Si votre client vous a confié des rushes, si une personne filmée a autorisé une diffusion sur les réseaux sociaux et rien d'autre, si la musique est sous licence limitée — vous concédez à un tiers des droits que vous n'avez pas. Le problème n'est plus le vôtre en droit d'auteur, il devient le vôtre en responsabilité contractuelle envers votre client.

9.4 RGPD : où vont les données, et ce que ça a déjà coûté

CapCut collecte, selon sa propre politique, le contenu créé, téléversé ou généré, ses métadonnées — quand, où et par qui le contenu a été créé — la présence et la position des visages et attributs corporels dans une image, la nature de l'audio et le texte des paroles prononcées, ainsi que le texte transcrit par la fonction de sous-titrage automatique. Le stockage déclaré est aux États-Unis et à Singapour ; le partage est autorisé avec « tout membre de notre groupe ».

Repère légal. Le transfert de données personnelles hors de l'Union suppose un niveau de protection suffisant, encadré par le chapitre V du RGPD : décision d'adéquation de la Commission (article 45), garanties appropriées telles que les clauses contractuelles types ou les règles d'entreprise contraignantes (article 46), ou dérogations pour situations particulières (article 49). **La Chine ne bénéficie d'aucune décision d'adéquation.** Source : CNIL, « Transferts de données hors UE : le cadre général prévu par le RGPD ».

Ce n'est pas théorique, et le groupe a déjà payé.

Le 2 mai 2025, l'autorité irlandaise de protection des données inflige à TikTok **530 millions d'euros** : 485 millions au titre de l'article 46(1) et 45 millions au titre de l'article 13(1)(f). Le reproche de fond n'est pas d'avoir stocké des données en Chine, mais de n'avoir pas vérifié, garanti ni démontré que les données d'utilisateurs européens bénéficiaient d'une protection équivalente : du personnel situé en Chine accédait à distance à des données stockées à Singapour et aux États-Unis, sans évaluation adéquate des lois chinoises sur l'antiterrorisme, le contre-espionnage, la cybersécurité et le renseignement national. Le second grief est de transparence : la politique de confidentialité d'octobre 2021 ne nommait pas la Chine parmi les destinations et ne décrivait pas l'accès à distance. TikTok a six mois pour se mettre en conformité, faute de quoi les transferts vers la Chine doivent être suspendus (Data Protection Commission).

Le détail le plus instructif est ailleurs dans le même communiqué. TikTok avait déclaré à l'enquête que les données européennes n'étaient pas stockées en Chine. En avril 2025, l'entreprise a révélé que des données l'avaient été, sur des serveurs chinois, depuis février 2025 — contredisant ses propres déclarations. L'autorité irlandaise a ouvert une nouvelle enquête le 10 juillet 2025 (communiqué).

Deux conséquences pour une petite structure française.

La première est une question d'exactitude de l'information. Vous ne pouvez pas informer votre client de la localisation de ses données si le groupe qui les héberge s'est trompé sur ce point devant une autorité de contrôle. C'est un fait, pas une opinion, et il doit figurer dans votre analyse de risque.

La seconde tient au rôle que vous jouez. Si vous montez des vidéos où apparaissent des personnes identifiables pour le compte d'un client, ce client est très généralement responsable de traitement et vous êtes son sous-traitant. Le contrat de sous-traitance exigé par l'article 28 du RGPD doit alors encadrer vos propres sous-traitants — dont l'éditeur du logiciel. Faute de pouvoir produire un tel document pour CapCut, vous absorbez à titre personnel un risque que vous n'avez pas facturé.

Repère légal. La CNIL a publié le 24 septembre 2024 une recommandation relative aux applications mobiles, dans une version modifiée le 8 avril 2025, qui s'adresse aux éditeurs, développeurs, fournisseurs de kits de développement, fournisseurs de systèmes d'exploitation et magasins d'applications. Elle rappelle que le consentement est requis pour les traitements non nécessaires au fonctionnement, notamment publicitaires, qu'il doit être aussi simple à refuser ou retirer qu'à donner, et que les permissions demandées doivent être réellement nécessaires. La CNIL a annoncé une campagne de contrôles à partir du printemps 2025. Source : CNIL, « Applications mobiles : la CNIL publie ses recommandations ».

9.5 Le règlement sur les services numériques, et l'asymétrie qu'il révèle

Le DSA est le troisième étage, et il produit ici un résultat contre-intuitif.

TikTok est désigné très grande plateforme en ligne depuis le 25 avril 2023, ce qui déclenche les obligations renforcées du règlement : analyse des risques systémiques, transparence de la modération, accès des chercheurs aux données publiques. La Commission européenne a conclu à titre préliminaire, le 24 octobre 2025, que TikTok et Meta avaient manqué à leur obligation d'accorder aux chercheurs un accès adéquat aux données publiques ; puis, le 6 février 2026, que la conception de TikTok — défilement infini, lecture automatique, notifications, recommandation hautement personnalisée — méconnaissait le règlement, faute d'évaluation suffisante des risques pour les mineurs et de mesures d'atténuation efficaces. Dans les deux cas, l'amende encourue peut atteindre **6 % du chiffre d'affaires annuel mondial total** (Commission européenne, 24 octobre 2025 et 6 février 2026). Ces conclusions sont préliminaires : TikTok peut présenter sa défense avant toute décision.

Repère légal. Le règlement sur les services numériques impose aux plateformes des conditions générales claires, la transparence de la modération, un point de contact, et pour les fournisseurs établis hors de l'Union la désignation d'un représentant légal. Il interdit les interfaces trompeuses conçues pour biaiser le choix des utilisateurs. En France, la DGCCRF est l'autorité désignée sur le volet consommation, en lien avec l'Autorité de la concurrence. Source : economie.gouv.fr, DGCCRF, « DSA : de nouvelles obligations pour les professionnels », 8 avril 2024.

L'asymétrie est là : **CapCut ne figure pas sur la liste des très grandes plateformes désignées par la Commission**, quand TikTok y figure depuis 2023 (liste officielle). Le même groupe, les mêmes serveurs, une part des mêmes contenus — mais la surveillance renforcée, les obligations d'analyse de risque et l'accès des chercheurs s'arrêtent à la frontière du produit. Pour un utilisateur professionnel, cela veut dire que le mécanisme européen le plus musclé ne protège pas l'outil où il verse le travail de ses clients, seulement la plateforme où il le publie.

10. Réversibilité : sortir de CapCut

La question se pose en trois temps, et les trois réponses viennent de la documentation de CapCut elle-même.

Vos projets

Les brouillons ne sont pas supprimés à l'arrêt de l'abonnement : ils restent stockés localement ou dans l'espace infonuagique, et restent ouvrables et modifiables. Mais la documentation est explicite sur la limite : « la principale limitation après la fin de CapCut Pro est l'impossibilité d'exporter des vidéos comprenant des éléments payants » — l'application demande alors de renouveler l'abonnement (aide CapCut).

Il faut peser cette phrase. Un modèle, un effet ou une piste musicale premium utilisés une seule fois dans un montage suffisent à rendre l'export impossible. Ce n'est pas un abonnement à un logiciel : c'est un abonnement au droit d'exporter son propre travail. Un projet livré reste livré ; un projet à reprendre dans huit mois, non.

Vos fichiers

Les vidéos déposées dans l'espace infonuagique ne sont pas supprimées quand l'abonnement expire : on peut se reconnecter et les télécharger. Mais le quota tombe à un palier gratuit limité, de l'ordre de 1 Go, au-delà duquel il faut supprimer avant d'ajouter (aide CapCut). Traduction opérationnelle : si vous avez 200 Go de rushes chez eux, vous les récupérez, mais vous devez organiser ce rapatriement avant que le quota ne devienne le sujet.

Votre travail, hors de l'outil

C'est le point le plus fermé, et la documentation ne le déguise pas : « CapCut ne prend pas en charge l'importation ou l'exportation directe de fichiers de projet depuis un logiciel de montage tiers, y compris Adobe Premiere Pro » (aide CapCut). Aucun export au format XML, EDL ou équivalent. La seule chose qui sort est la vidéo finale, aplatie. Reprendre un montage ailleurs signifie le refaire à partir des rushes originaux.

Comparez avec les alternatives du tableau : un projet DaVinci Resolve s'ouvre dans dix ans avec une licence achetée une fois, et un projet Premiere sur mobile s'ouvre dans Premiere sur bureau.

Ce qui reste concédé après votre départ

Rien ne s'éteint. La licence est « perpétuelle » et « irrévocable » par ses propres termes, et les conditions comportent une clause de survie qui maintient plusieurs sections en vigueur après la résiliation du compte — dont celle relative aux contenus. Une analyse RGPD publiée le 4 juillet 2025 relève précisément ce point : la clause de persistance compromet en pratique le droit à l'effacement de l'article 17 du RGPD, et la rédaction ne distingue pas le contenu personnel du contenu professionnel (2B Advice).

Il faut ici séparer deux régimes que la confusion arrange. **La suppression du compte relève du RGPD et porte sur les données personnelles** ; elle est exigible et l'éditeur doit y répondre. **La licence sur les contenus relève du contrat et du droit d'auteur** ; elle n'est pas effacée par la suppression du compte. Autrement dit, vous pouvez faire supprimer votre compte et laisser derrière vous une licence mondiale et perpétuelle sur ce que vous y aviez versé.

La procédure minimale, en quatre gestes

1. **Sortez les rushes de l'outil.** Vos fichiers sources originaux vivent sur un disque à vous, sauvegardé, jamais uniquement dans l'espace infonuagique

de l'éditeur.

2. **Exportez chaque projet livré en fichier maître dès la livraison**, sans attendre la fin de l'abonnement — pendant que vous avez encore le droit d'exporter.
3. **Tenez une liste des projets contenant des éléments payants**. Ce sont les seuls qui deviendront inexportables, et vous devez savoir lesquels avant, pas après.
4. **Entretenez une seconde chaîne**, montée une fois par trimestre sur un projet réel. DaVinci Resolve en version gratuite ou Premiere sur mobile suffisent. Le coût est de quelques heures par an ; celui de l'absence est une production à l'arrêt un lundi matin.

11. Suivi et pilotage

Indicateur	Définition	Pourquoi il compte ici
Part des inscriptions venues de la plateforme mère	Comptes créés par connexion TikTok ou via un lien de modèle	Mesure la dépendance réelle ; dit ce qui resterait si le canal fermait
Coût de remplacement du canal	Base installée multipliée par le coût par installation du marché	Le seul chiffre qui donne une valeur à un actif qui n'a pas de prix. Voir chapitre 3
Taux d'export vers la plateforme	Part des projets publiés directement sur TikTok	Justifie l'existence du produit auprès du groupe, donc son budget
Attrition après changement tarifaire	Non-renouvellements dans les 90 jours suivant un nouveau prix	Test grandeur nature du coût de sortie ; le vrai enjeu de la hausse de 2026
Consommation de crédits d'IA par utilisateur payant	Crédits utilisés rapportés au quota inclus	Dit si le modèle bascule de l'abonnement vers l'usage
Part des projets contenant des éléments payants	Pour un utilisateur : projets inexportables sans abonnement actif	Mesure votre propre coût de sortie, celui que le chapitre 10 rend concret

12. Chiffres clés

Donnée	Valeur	Date	Source
Utilisateurs iOS et Android hors Chine	490 millions, dans 170 pays	Août 2023	data.ai via Business of Apps — estimation tierce
Part des utilisateurs actifs mobiles du montage vidéo	81 %, pour plus de 300 millions d'actifs mensuels	Juillet 2024	Sensor Tower via Bloomberg — estimation tierce
Part du revenu d'un panier de six applications concurrentes	42 %, contre 4 % en janvier 2023	Octobre 2024	Appfigures — estimation tierce
Coût de remplacement du canal de distribution	245 M\$ à 1 960 M\$	Calcul au 7 sept. 2026	Calcul Entreprendre Autrement : 490 M installations × coût par installation Business of Apps
Frais commerciaux et marketing d'Adobe	6 488 M\$ (5 764 M\$ en 2024 ; 5 351 M\$ en 2023)	Exercice clos le 28 nov. 2025	Données XBRL du rapport annuel déposé auprès du régulateur américain — comptes audités
Avis sur l'App Store français	CapCut 130 382 (4,63) ; Adobe Premiere 1 877 (4,74) ; InShot 367 186 (4,75) ; Canva 524 021 (4,80)	7 septembre 2026	Relevé direct sur l'App Store français
Tarifs France	Standard 11,99 €/mois ; Pro 23,99 €/mois ; abonnement annuel 109,99 €	7 septembre 2026	App Store France — achats intégrés affichés
Hausse tarifaire aux États-Unis	Annuel d'environ 77 \$ à 179,99 \$, bascule des anciennes formules à partir du 20 février 2026	Annoncée le 21 janvier 2026	Newsweek
Responsable de traitement déclaré	Bytedance Pte. Ltd., 1 Raffles Quay, Singapour ; représentant RGPD pour l'EEE à Dublin	Politique en vigueur au 28 avril 2024	Politique de confidentialité CapCut — document officiel de l'éditeur
Amende RGPD infligée à TikTok (groupe ByteDance)	530 M€ (485 M€ art. 46-1 ; 45 M€ art. 13-1-f)	2 mai 2025	Autorité irlandaise — décision officielle
Amende encourue au titre du DSA	Jusqu'à 6 % du chiffre d'affaires annuel mondial	Conclusions préliminaires des 24 oct. 2025 et 6 févr. 2026	Commission européenne
Coentreprise américaine TikTok USDS	Environ 14 Md\$; Oracle, Silver Lake et MGX 45 %, ByteDance environ 20 %	23 janvier 2026	Axios

13. Ce que ça change pour un entrepreneur français ou belge

Quatre enseignements, et pour chacun la décision concrète à en tirer.

1. Un canal de distribution possédé vaut plus qu'un budget média, et il se construit avant d'en avoir besoin. C'est l'enseignement du chapitre 3 : reconstituer par l'achat ce que TikTok a donné à CapCut coûterait entre 245 millions et près de 2 milliards de dollars, et il faudrait recommencer chaque année. Adobe, avec 6,5 milliards de dollars de frais commerciaux et marketing, a supprimé le prix, la publicité et le filigrane sur son application mobile, et compte 1 877 avis en France contre 130 382 à CapCut. La leçon n'est pas qu'il faut posséder TikTok : c'est que le canal se juge à son coût de remplacement, jamais à son coût d'exploitation.

La décision : listez vos canaux d'acquisition et, pour chacun, écrivez ce qu'il coûterait de le racheter s'il disparaissait demain — en euros de publicité, au tarif que vous payez déjà. Un canal loué se rachète chaque année ; un canal possédé ne se rachète pas. Si plus de la moitié de vos clients arrivent par un canal loué, votre entreprise vaut moins que son chiffre d'affaires ne le suggère, et votre banquier le sait. Le canal possédé le plus accessible à une TPE reste une liste d'adresses que vous détenez et un fichier de clients qui vous recommandent.

2. Placez l'outil là où le travail se termine. CapCut n'a pas gagné en montant mieux : il a gagné parce que le bouton « publier » était dans la même main. Le principe est transposable sans posséder de plateforme — le devis qui débouche sur la facture, le diagnostic qui débouche sur la commande, la formation qui débouche sur l'abonnement.

La décision : repérez le geste que votre client fait juste après avoir utilisé votre produit, et faites-le entrer dans votre produit. Mesurez ensuite la part des utilisateurs qui accomplissent ce geste chez vous plutôt qu'ailleurs : c'est le seul indicateur qui dise si vous êtes une étape ou une destination.

3. Lisez la clause de licence avant le devis, pas après la livraison — et écrivez ce que vous n'avez pas le droit de céder. Les conditions de CapCut

accordent une licence « inconditionnelle, irrévocable, non exclusive, gratuite, entièrement transférable, sous-licenciable, perpétuelle et mondiale » sur les contenus soumis, quand l'article L131-3 du code de la propriété intellectuelle exige une mention distincte par droit cédé et une délimitation d'étendue, de destination, de lieu et de durée. Adobe se limite contractuellement à l'exploitation du service et s'engage à ne pas entraîner de modèle d'IA générative sur les contenus des clients ; InShot écrit ne prendre aucun droit sur les contenus créés ; DaVinci Resolve ne prend rien parce que rien ne quitte la machine. L'écart entre ces rédactions n'est pas juridique, il est commercial.

La décision : ajoutez à vos contrats client une annexe d'une page listant les outils utilisés, leur éditeur, le pays de l'entité contractante et le régime de droits sur les contenus. Faites-la signer. Elle place la discussion avant la livraison et non après, elle vous protège si le client découvre l'outil, et elle vous oblige à savoir. Règle simple à y inscrire : rushes non diffusés, contenus sous confidentialité, visages dont l'autorisation ne couvre pas cet usage, musique sous licence limitée — rien de tout cela n'entre dans un outil qui se fait concéder une licence perpétuelle. Un compte gratuit et un tournage sensible ne vont pas ensemble.

4. Mesurez votre coût de sortie sur ce que vous ne pourrez plus faire, pas sur ce que vous paierez. CapCut a doublé son tarif sans communiqué parce que le coût de sortie de ses utilisateurs est très élevé — et il l'est moins par le prix que par la mécanique : à l'arrêt de l'abonnement, tout projet contenant un élément payant devient inexportable, et aucun projet ne sort dans un format lisible ailleurs. C'est le vrai verrou, et il ne figure sur aucune grille tarifaire.

La décision : pour chacun de vos outils, répondez par écrit à trois questions avant le prochain renouvellement. Qu'est-ce que je perds le jour où j'arrête de payer — l'accès, ou aussi le travail déjà fait ? Dans quel format standard je récupère mes données, et l'ai-je déjà essayé une fois ? Quelle est ma seconde chaîne, et quand l'ai-je utilisée pour de vrai ? Si une des trois réponses manque, votre fournisseur peut doubler son prix demain, et il le saura avant vous.

Ce qu'il ne faut pas copier La distribution par la maison mère n'est pas une stratégie : c'est un actif que ByteDance possédait déjà, et aucune entreprise européenne indépendante ne peut reproduire un canal qui met son produit devant un milliard de personnes sans le facturer. Ce qui est transposable, c'est le principe : placer l'outil là où le travail se termine, et faire du contenu produit avec l'outil sa propre publicité. La gratuité prolongée, elle, n'est finançable que par un groupe qui gagne son argent ailleurs. Et l'usage qui a été fait de la position acquise — hausse de 100 % sans communiqué, licence perpétuelle sur des contenus jamais publiés, absence d'export interopérable — n'est pas seulement discutable : sur un marché européen où le client peut partir, c'est une stratégie qui construit un contentieux.

FAQ

Puis-je utiliser CapCut pour des vidéos commerciales de mes clients ?

Techniquement oui, et l'offre Pippit existe pour cela avec des modèles sous licence commerciale. Trois réserves. La bibliothèque musicale relève d'un régime de licence distinct de celui des images : ne l'utilisez pas en publicité sans vérifier ses conditions propres. La licence très large sur les contenus soumis peut heurter vos engagements de confidentialité, d'autant que la politique de confidentialité décrit un téléversement des contenus vers les serveurs avant même l'enregistrement ou la publication. Enfin, vous ne pouvez céder que ce que vous détenez : des rushes confiés par un client, ou des visages autorisés pour un seul usage, vous ne pouvez pas les couvrir par une licence mondiale et perpétuelle. Pour du contenu social courant, le risque est faible ; pour une campagne sous embargo ou un tournage avec des personnes identifiables, non.

Avec quelle société est-ce que je contracte, en tant qu'utilisateur français ?

C'est la question à laquelle CapCut répond le plus mal. La politique de confidentialité désigne Bytedance Pte. Ltd., société singapourienne, comme fournisseur et contrôlant les services, avec un représentant RGPD à Dublin — Mikros Information Technology Ireland Limited. Le vendeur sur l'App Store français est la même société singapourienne. Mais la page des conditions d'utilisation renvoie, depuis la France, la version américaine soumise au droit californien, et la seule version francophone que nous ayons pu récupérer date du 16 janvier 2023 et désigne le droit de Singapour. À titre de comparaison, les applications d'Adobe sont vendues sur le même magasin par Adobe Systems Software Ireland Limited, société établie dans l'Union. C'est une différence de nature, pas de degré.

Que se passe-t-il pour mes projets si j'arrête de payer ?

Vos brouillons ne disparaissent pas et restent modifiables. En revanche, la documentation de CapCut indique que vous ne pourrez plus exporter les vidéos comprenant des éléments payants — un seul modèle, effet ou morceau premium suffit. Vos fichiers déposés dans l'espace infonuagique restent téléchargeables, mais le quota tombe à un palier gratuit de l'ordre de 1 Go. Et aucun projet ne s'exporte vers un autre logiciel : CapCut ne prend en charge ni l'import ni l'export de fichiers de projet tiers, dans aucun format d'échange. La seule chose qui sort est la vidéo aplatie. Exportez donc un fichier maître à chaque livraison, tant que vous en avez le droit.

Si je supprime mon compte, la licence sur mes contenus disparaît-elle ?

Non, et il faut distinguer deux régimes. La suppression du compte relève du RGPD et porte sur vos données personnelles : elle est exigible. La licence sur les contenus relève du contrat, se qualifie elle-même de perpétuelle et irrévocable, et les conditions comportent une clause de survie qui la maintient après la résiliation. Une chose ne s'efface pas avec l'autre. Deux tempéraments côté français : le droit d'auteur exige d'une cession qu'elle délimite son

étendue, sa destination, son lieu et sa durée, ce qu'une licence mondiale et perpétuelle ne fait pas ; et les droits moraux — paternité, respect de l'œuvre — sont incessibles, quoi qu'ait accepté la case à cocher. Sur un enjeu réel, parlez-en à un conseil en propriété intellectuelle plutôt qu'à une FAQ.

Le rachat de l'activité américaine change-t-il quelque chose pour un utilisateur européen ?

Pas directement. La coentreprise close le 23 janvier 2026 ne concerne que les États-Unis, et les conditions américaines désignent désormais TikTok USDS Joint Venture LLC comme bénéficiaire de la licence sur les contenus. En Europe, l'exploitation reste dans le périmètre ByteDance et le droit européen s'applique — donc le RGPD, avec la question ouverte des transferts vers la Chine, sur laquelle l'autorité irlandaise a sanctionné TikTok de 530 millions d'euros le 2 mai 2025 et ouvert une nouvelle enquête le 10 juillet 2025. À noter une asymétrie utile à connaître : TikTok est désigné très grande plateforme au titre du règlement sur les services numériques, avec les obligations renforcées qui vont avec ; CapCut ne l'est pas.

Sources

- CapCut — Wikipédia — consulté le 7 septembre 2026 (chronologie de lancement, versions bureau, interdictions)
- CapCut Terms of Service — consulté le 7 septembre 2026, dernière mise à jour du 15 avril 2026 ; renvoie la version américaine même avec les paramètres de région et de langue française
- Conditions de service CapCut, version francophone — consulté le 7 septembre 2026, dernière mise à jour du 16 janvier 2023
- CapCut Privacy Policy — consulté le 7 septembre 2026, mise à jour du 28 mars 2024, en vigueur le 28 avril 2024 (responsable de traitement, représentants RGPD, téléversement anticipé, localisation des serveurs)
- About CapCut's Terms of Service — consulté le 7 septembre 2026, mise au point du 24 juin 2025
- What Happens to Draft Videos After CapCut Pro Ends — aide CapCut — consulté le 7 septembre 2026
- Can I Download Videos from the Cloud After My CapCut Pro Expires — aide CapCut — consulté le 7 septembre 2026
- How Do I Export a Premiere Pro Project to CapCut — aide CapCut — consulté le 7 septembre 2026 (absence d'interopérabilité des projets)
- How to link TikTok with CapCut — aide CapCut — consulté le 7 septembre 2026
- CapCut Template Creator Program — consulté le 7 septembre 2026
- CapCut Commerce Pro Rebrands to Pippit — consulté le 7 septembre 2026, annonce du 26 août 2025
- Fiche App Store France de CapCut — consulté le 7 septembre 2026 (tarifs, vendeur, avis)
- Fiche App Store France d'Adobe Premiere — consulté le 7 septembre 2026 (gratuité, vendeur irlandais, avis)
- Fiche App Store France d'InShot — consulté le 7 septembre 2026 (tarifs dont licence à vie, vendeur, avis)
- Cost per Install (CPI) Rates — Business of Apps — consulté le 7 septembre 2026, mis à jour le 27 février 2025
- Frais commerciaux et marketing d'Adobe, données XBRL du rapport annuel — consulté le 7 septembre 2026, exercices 2023 à 2025, comptes audités
- Adobe General Terms of Use — consulté le 7 septembre 2026, version du 3 octobre 2025 (licence limitée à l'exploitation du service, engagement sur l'entraînement des modèles génératifs)
- Canva Terms of Use — consulté le 7 septembre 2026, version du 19 août 2026
- InShot Terms of Service — consulté le 7 septembre 2026, version du 10 mai 2024
- DaVinci Resolve — Blackmagic Design France — consulté le 7 septembre 2026 (version gratuite ; Studio à 255 €)
- Premiere Rush discontinuation — Adobe — consulté le 7 septembre 2026 (retrait des magasins le 30 septembre 2025, fin de support le 30 septembre 2026)
- ByteDance's video editor CapCut targets businesses with AI ad scripts — TechCrunch — consulté le 7 septembre 2026, article du 16 octobre 2023
- CapCut, ByteDance, TikTok — TechCrunch — consulté le 7 septembre 2026, article du 24 mai 2021
- Dreamina Seedance 2.0 comes to CapCut — TechCrunch — consulté le 7 septembre 2026, article du 26 mars 2026
- Meta announces a new video editing app called Edits — TechCrunch — consulté le 7 septembre 2026, article du 19 janvier 2025
- CapCut video app sees \$100 million milestone in consumer spend — Business of Apps — consulté le 7 septembre 2026, article du 22 septembre 2023
- Rise of ByteDance's CapCut threatens market share of Adobe and Canva — Business Standard, reprise de Bloomberg — consulté le 7 septembre 2026, article du 29 juillet 2024
- Why is CapCut cutting its free tier ? — Appfigures — consulté le 7 septembre 2026, analyse du 2 août 2024
- CapCut's eating up video editor market share — Appfigures — consulté le 7 septembre 2026, analyse du 1er novembre 2024
- App used by millions nearly doubles subscription price overnight — Newsweek — consulté le 7 septembre 2026, article du 17 février 2026
- INPI — Le droit d'auteur — consulté le 7 septembre 2026, publié le 9 décembre 2024, mis à jour le 9 avril 2025
- Article L131-3 du code de la propriété intellectuelle — consulté le 7 septembre 2026 ; reprise du texte officiel, Légifrance refusant l'accès automatisé
- CNIL — Transferts de données hors UE : le cadre général prévu par le RGPD — consulté le 7 septembre 2026
- CNIL — Applications mobiles : recommandations pour mieux protéger la vie privée — consulté le 7 septembre 2026, publiée le 24 septembre 2024, version modifiée du 8 avril 2025
- DGCCRF — DSA : de nouvelles obligations pour les professionnels, economie.gouv.fr — consulté le 7 septembre 2026, page du 8 avril 2024
- Irish DPC fines TikTok €530 million — Data Protection Commission — consulté le 7 septembre 2026, décision du 2 mai 2025
- DPC announces inquiry into TikTok's transfers of EEA data to China — consulté le 7 septembre 2026, communiqué du 10 juillet 2025
- Commission européenne — TikTok et Meta ont manqué à leurs obligations de transparence au titre du DSA — consulté le 7 septembre 2026, conclusions préliminaires du 24 octobre 2025
- Commission européenne — la conception addictive de TikTok est contraire au DSA — consulté le 7 septembre 2026, conclusions préliminaires du 6 février 2026
- Liste des très grandes plateformes et moteurs de recherche désignés — Commission européenne — consulté le 7 septembre 2026 (TikTok désigné le 25 avril 2023 ; CapCut absent de la liste)
- TikTok divestiture deal closes — Axios — consulté le 7 septembre 2026, article du 23 janvier 2026 ; le site refuse l'accès automatisé, page vérifiée par consultation indirecte
- ByteDance apps banned from House devices — NBC News — consulté le 7 septembre 2026, article d'août 2024
- ByteDance's CapCut must face privacy suit — MediaPost — consulté le 7 septembre 2026, décision du 5 mars 2025
- CapCut trouble over new Terms of Service — 2B Advice — consulté le 7 septembre 2026, analyse RGPD du 4 juillet 2025

Contenu à jour au 7 septembre 2026 — les tarifs, les conditions d'utilisation et les décisions d'autorités évoluent vite, vérifier avant de s'y fier. Cette fiche vulgarise le droit applicable et ne

remplace pas l'avis d'un avocat ou d'un conseil en propriété intellectuelle sur une situation particulière.