

MODELE D'AFFAIRES

Zapier : quand le catalogue de connecteurs devient lui-même la barrière à l'entrée

Cette fiche s'adresse à qui construit un produit dont la valeur vient d'un écosystème — catalogue, annuaire, place de marché — et veut comprendre comment se fabrique une barrière que les concurrents mieux financés ne franchissent pas. Elle sert aussi à qui doit choisir un outil d'automatisation depuis la France ou la Belgique : les sections 8 et 9 traitent l'hébergement des données, ce que le RGPD impose, et ce qu'on perd concrètement en partant. Zapier ne gagne pas parce que son produit est meilleur — Make est plus puissant, n8n plus ouvert — mais parce que son catalogue de 9 000 applications rend le changement de plateforme impossible pour une partie de sa clientèle. Ce dossier démonte ce mécanisme, montre ce qui peut le détruire, et en tire ce qu'on fait quand on ne l'a pas.

Sommaire

- L'essentiel à retenir
- 1. Contexte, histoire et fenêtre de marché
- 2. Modèle économique : la tâche, et ce qu'elle coûte à une TPE française
- 3. L'effet de réseau du catalogue : anatomie d'une barrière
- 4. Marketing : le référencement programmatique et son érosion
- 5. Approche commerciale
- 6. Trajectoire stratégique
- 7. Le télétravail intégral comme décision économique
- 8. Volet français : où sont vos données et ce que le droit impose
- 9. Réversibilité : quitter Zapier après trois ans
- 10. Suivi et pilotage
- 11. Chiffres clés
- 12. Ce que ça change pour un entrepreneur français ou belge
- FAQ
- Sources

CARTE D'IDENTITE

PAYS

États-Unis. Née à Columbia, Missouri ; entité contractuelle **Zapier, Inc.**, société du Delaware — mais aucun bureau : l'entreprise est intégralement distribuée.

CRÉATION

projet parallèle en 2011, lancement public en 2012 (fondateurs : Wade Foster, Bryan Helmig et Mike Knoop). Promotion Summer 2012 de Y Combinator.

SECTEUR

iPaaS / automatisation no-code entre applications SaaS, aujourd'hui orchestration d'agents

TYPE DE CAS

Succès

ÉPOQUE

Actuel

MODÈLE DE REVENUS EN TROIS MOTS

abonnement, tâches, catalogue

CHIFFRE EMBLÉMATIQUE

valorisée 5 milliards de dollars en janvier 2021 après avoir levé 1,3 million de dollars en tout, une seule fois, en 2012 (Forbes, 8 mars 2021)

Sommaire

- L'essentiel à retenir
- 1. Contexte, histoire et fenêtre de marché
- 2. Modèle économique : la tâche, et ce qu'elle coûte à une TPE française
- 3. L'effet de réseau du catalogue : anatomie d'une barrière
- 4. Marketing : le référencement programmatique et son érosion
- 5. Approche commerciale
- 6. Trajectoire stratégique
- 7. Le télétravail intégral comme décision économique
- 8. Volet français : où sont vos données et ce que le droit impose
- 9. Réversibilité : quitter Zapier après trois ans
- 10. Suivi et pilotage
- 11. Chiffres clés
- 12. Ce que ça change pour un entrepreneur français ou belge
- FAQ
- Sources

L'essentiel à retenir

Un seul tour de table, 1,3 million de dollars en 2012, rentabilité en 2014 : la levée est devenue un choix, et les fondateurs ont gardé le contrôle. Les 5 milliards de janvier 2021 viennent d'un rachat d'actions d'investisseurs historiques par Sequoia et Steadfast, pas d'argent frais : c'est un prix de marché sur du secondaire. Aucun chiffre de revenus n'est sorti de l'entreprise depuis mars 2021.

La vraie barrière est le catalogue, et sa mécanique est précise. Zapier ne paie pas ses connecteurs : les éditeurs tiers les écrivent et les maintiennent gratuitement contre l'accès à sa base d'utilisateurs. Le coût marginal d'une intégration tend vers son coût de revue, pendant que chaque application ajoutée crée des milliers de paires publiables, donc de pages d'acquisition. Un concurrent qui dépense un milliard n'achète pas le temps qu'il faut aux éditeurs pour venir : c'est une barrière de coordination, pas de capital.

Trois choses la menacent. Le référencement programmatique, qui finançait la croissance à coût quasi nul, s'érode : quand un résumé d'IA apparaît dans les résultats Google, le taux de clic vers un lien tombe de 15 % à 8 % (Pew Research, 22 juillet 2025). Les protocoles d'outillage type MCP transforment le catalogue en commodité. Et la réponse de Zapier — devenir l'outil que l'assistant appelle — échange un canal détenu contre un canal loué.

Pour un acheteur français, trois paramètres priment sur le prix. Zapier héberge sur AWS **aux États-Unis** et déclare explicitement ne pas proposer d'option européenne. Le contrat relève du droit du Delaware, juridiction exclusive Wilmington. Et **l'export de vos propres automatisations n'existe pas en dessous de 69 dollars par mois** : le prix d'entrée réel n'est pas celui qui est affiché.

1. Contexte, histoire et fenêtre de marché

1.1 Une plomberie répétée chez tous les clients

En 2011, trois développeurs de Columbia, dans le Missouri, font des sites web en indépendants. La même demande revient chez tous leurs clients : faire parler deux logiciels entre eux. Chaque intégration est un développement jetable, refait à l'identique chez le suivant. L'idée naît lors d'un Startup Weekend local : industrialiser cette plomberie.

Le contexte technique compte. Le début des années 2010 est le moment où les éditeurs SaaS ouvrent massivement leurs API sans que personne n'assemble le puzzle. Zapier se place à cet endroit précis — non pas comme un logiciel, mais comme un annuaire de raccords.

Foster quitte son emploi en décembre 2011, Helmig suit en avril 2012, Knoop en mai. La candidature à Y Combinator est d'abord refusée ; représentée, elle est acceptée à l'été 2012. En octobre, ils lèvent 1,3 million de dollars mené par Bessemer. Ce sera le seul tour. En 2014, l'entreprise est rentable.

En janvier 2021, Sequoia et Steadfast rachètent des parts d'investisseurs historiques sur une valorisation de 5 milliards. Les fondateurs ne vendent pas. Zapier revendique alors plus de 140 millions de dollars de revenus récurrents annualisés, contre 100 millions six mois plus tôt. C'est le dernier chiffre jamais communiqué : les 230 millions pour 2022 et 310 millions pour 2023 qu'on lit partout sont des estimations d'analyste, présentées comme telles par leur auteur (Sacra).

1.2 Un marché où la taille du catalogue est devenue l'unité de comparaison

Le dossier consacré à Make décrit la structure du marché de l'iPaaS et sa mesure défailante. Un angle complémentaire mérite d'être posé : depuis 2023, la variable que tous les acteurs affichent en premier n'est plus la puissance du moteur mais **le nombre d'applications connectées**. C'est le signe qu'ils se disputent la même barrière.

Plateforme	Applications ou connecteurs affichés	Source, consultée le 7 septembre 2026
Zapier	9 000+ applications, 40 000+ actions exposées via MCP	zapier.com/apps, docs.zapier.com/mcp
Make	3 000+ applications	make.com/about
n8n	2 147 intégrations	n8n.io/integrations
Power Automate	Nombre total non affiché sur la page de référence	learn.microsoft.com

L'écart de trois à quatre fois n'est pas un écart de qualité d'ingénierie mais d'ancienneté d'écosystème : Zapier a commencé à recruter des éditeurs quatre ans avant Integromat et une décennie avant n8n.

L'intuition centrale La valeur d'un outil d'intégration n'est pas dans son moteur d'exécution, répliquable en quelques mois, mais dans le nombre de logiciels qu'il sait déjà brancher. Il fallait donc courir vers la largeur plutôt que vers la profondeur, et faire écrire les connecteurs par les éditeurs eux-mêmes.

2. Modèle économique : la tâche, et ce qu'elle coûte à une TPE française

2.1 La grille au 7 septembre 2026

Zapier vend un abonnement dont le prix suit un nombre de « tâches » exécutées par mois. Une tâche est comptée quand une automatisation déplace effectivement une donnée ; la surveillance des sources ne consomme rien.

Quatre niveaux : **Free** à 0 dollar pour 100 tâches ; **Professional** dès 19,99 dollars par mois pour 750 tâches ; **Team** dès 69 dollars, avec les connexions partagées ; **Enterprise** sur devis. Le volume est un curseur montant jusqu'à deux millions de tâches. L'engagement annuel donne 33 % de remise, et le dépassement bascule automatiquement en facturation à la tâche, à un tarif majoré (zapier.com/pricing).

Réserve de méthode. Les prix des paliers intermédiaires — 2 000, 5 000, 10 000 tâches — sont rendus par un script côté navigateur et ne figurent pas dans le document servi. Le dossier Make faisait le même constat ; il tient toujours. Concrètement, **on ne peut pas comparer publiquement Zapier et Make au-delà de leur palier d'entrée**, et toute grille détaillée trouvée sur un blog tiers est une reconstitution non vérifiable.

Trois observations sur ce qui est lisible. L'entrée de gamme est chère : 750 tâches pour 19,99 dollars contre 10 000 crédits pour 12 dollars chez Make ; les unités ne sont pas superposables, mais l'écart de prix unitaire reste d'un ordre de grandeur. Le plan gratuit est une démonstration, pas un outil de production : 100 tâches s'épuisent en trois jours. Enfin, Zapier a fait sur l'IA le choix inverse de Make : plutôt qu'une unité nouvelle, il a ramené étapes d'IA, code et appels MCP dans la même monnaie — **deux tâches par appel MCP réussi**, les échecs n'étant pas comptés, d'ailleurs pour un modèle lourd. L'unité ne change pas, c'est le coefficient qui absorbe le coût variable.

Source de revenus	Comment ça marche	Poids estimé
Abonnements libre-service	Carte bancaire, volume au curseur, expansion automatique	Cœur historique du modèle ; répartition non publiée depuis 2021
Contrats Enterprise	Devis, SSO/SCIM, gouvernance, journalisation	En croissance revendiquée ; Forbes indiquait environ 25 % du revenu venant des grandes équipes en 2021
Dépassements à la tâche	Bascule automatique au-delà du palier, tarif majoré	Non publié ; mécanique de marge classique
Produits IA séparés	Agents Pro à 400 \$/an pour 1 500 activités mensuelles ; Chatbots Pro à 160 \$/an	Récent, non publié
Plateforme développeurs et embarqué	Gratuite pour les éditeurs tiers ; « Powered by Zapier » sur devis	Centre de coût assumé, sauf le volet entreprise

2.2 L'entrée de gamme pour une TPE française : ce qu'un comparatif de fonctionnalités ne montre pas

Le dossier Make compare les quatre plateformes sur l'unité de facturation, le plan gratuit et le prix d'entrée, et pose un cas de calcul pour une TPE de huit personnes. Ce cas n'a pas besoin d'être refait : sa conclusion — le point de bascule dépend de la longueur des scénarios, pas du volume total — se lit là-bas.

Ce qu'il ne couvre pas, et qui décide autant de la facture réelle, ce sont les paramètres **contractuels et fiscaux** de l'entrée de gamme.

	Zapier Professional	Make Core	n8n Cloud Starter	n8n auto-hébergé
Prix d'entrée	19,99 \$/mois (750 tâches)	12 \$/mois (10 000 crédits)	20 €/mois (2 500 exécutions)	0 € de licence
Devise de facturation	Dollar américain	Dollar américain	Euro	Sans objet
Entité contractuelle	Zapier, Inc., Delaware	Celonis Inc., New York	n8n GmbH, Berlin (HRB 212509 B)	Vous
Droit et juridiction	Droit du Delaware, tribunaux de Wilmington	Voir dossier Make	Entité allemande, cadre européen	Votre droit national
Hébergement	AWS, États-Unis uniquement ; option européenne explicitement non proposée	Aucune région documentée	Non précisé dans la politique de confidentialité	Votre serveur
Export de vos automatisations	Indisponible sur Free et Professional ; JSON dès Team (69 \$)	Page indisponible au 7 septembre 2026	Non vérifié	Vos fichiers
Certifications affichées	SOC 2 Type II, SOC 3, test d'intrusion annuel	SOC 2 Type II, SOC 3, ISO 27001	Non vérifié ici	À votre charge
Représentant UE (RGPD)	DP-Dock GmbH, Hambourg	Non relevé	Entité déjà européenne	Sans objet

Sources : pricing, conditions générales, vie privée, sécurité, import-export, n8n, consultées le 7 septembre 2026 ; les lignes Make viennent du dossier consacré à cet éditeur.

Deux lectures. **Le prix d'entrée réel de Zapier n'est pas 19,99 dollars mais 69**, dès lors qu'on considère la capacité à exporter ses automatisations comme un attribut minimal d'un outil de production — et la section 9 explique pourquoi il faut la considérer ainsi. Ensuite, la page sécurité affiche SOC 2 Type II et SOC 3 mais **pas de certification ISO 27001**, là où Make l'affiche. Les deux référentiels ne mesurent pas la même chose ; c'est en revanche un point de friction connu dans les appels d'offres publics et les grands comptes européens, où ISO 27001 est souvent listée en dur.

2.3 La TVA sur un abonnement américain

Point rarement traité, et qui coûte de l'argent à une partie du lectorat. Les conditions générales stipulent que les tarifs sont hors taxes. Côté français, l'acquisition d'une prestation de services auprès d'un assujetti implanté hors de l'Union par un assujetti implanté en France est **imposable à la TVA française**, autoliquidée par le preneur et portée en ligne A2 de la CA3 (impots.gouv.fr). La déclaration européenne de services ne concerne que les prestations intracommunautaires : elle n'est pas due ici.

Conséquence en deux temps. Pour une société assujettie et redevable, l'opération est **neutre** : la TVA autoliquidée est simultanément collectée et déduite. Pour un micro-entrepreneur en **franchise en base**, qui ne déduit pas, c'est un coût sec — l'abonnement à 19,99 dollars en vaut économiquement 24. L'administration précise qu'un micro-entrepreneur doit demander un numéro de TVA intracommunautaire et autoliquider dès lors qu'il achète des prestations **intracommunautaires**, quel qu'en soit le montant (impots.gouv.fr). Cette page ne traite pas explicitement du prestataire établi **hors** de l'Union : point à faire confirmer par votre service des impôts des entreprises, que ce dossier ne tranche pas.

3. L'effet de réseau du catalogue : anatomie d'une barrière

On dit souvent d'un catalogue qu'il crée un « effet de réseau », formule qui explique rarement quoi que ce soit. Voici le mécanisme, décomposé.

3.1 Pourquoi le coût marginal d'une intégration supplémentaire décroît

Le coût de construction n'est pas payé par Zapier. La plateforme développeurs est gratuite, la publication dans l'annuaire ne coûte rien, et la documentation ne mentionne **aucun seuil minimal d'utilisateurs actifs** : il faut seulement que l'application soit réellement lancée et non en accès restreint (documentation de publication). C'est l'éditeur tiers qui écrit le connecteur, sur son budget, pour accéder aux millions d'utilisateurs de Zapier. Pour Zapier, le coût marginal se réduit à la revue technique et à l'hébergement.

Le coût de maintenance non plus. Neuf mille applications, ce sont neuf mille API tierces qui changent de schéma ou révoquent des jetons sans prévenir. Aucune entreprise ne finance cela avec des salariés. Le programme partenaires classe automatiquement les intégrations selon « les rapports de bugs, les demandes d'évolution, la santé de l'intégration et l'usage », et conditionne visibilité, support prioritaire et remontées de prospects au rang obtenu (programme partenaires). La corvée que Zapier ne veut pas payer devient une compétition de visibilité entre éditeurs.

Le coût d'acquisition décroît aussi, chaque application ajoutée créant de nouvelles pages indexables — une par paire avec les applications déjà présentes.

3.2 Pourquoi la valeur croît plus vite que le coût

La valeur d'un catalogue pour un utilisateur donné ne se mesure pas en nombre d'applications mais en **probabilité de couverture** : la chance que les

cinq à dix outils qu'il utilise réellement y figurent tous. Or c'est un produit, pas une somme. S'il manque un seul de vos outils, la plateforme ne résout pas votre problème — la couverture est binaire à l'échelle d'un client.

D'où un comportement contre-intuitif. La dix-millième application n'apporte presque rien à la moyenne des utilisateurs, mais elle **débloque intégralement** le petit groupe qui en dépend et qui était jusque-là à 100 % non servi. Chaque connecteur de longue traîne convertit un segment entier, si petit soit-il ; et comme il ne coûte rien à Zapier, l'opération est rentable à n'importe quelle taille de segment. C'est l'inverse de l'économie d'un éditeur classique, pour qui une fonctionnalité servant 0,1 % des clients ne se finance pas.

Côté paires, l'arithmétique amplifie : avec 9 000 applications, le nombre de couples est de l'ordre de 40 millions. Toutes ne correspondent pas à un besoin réel, mais Sacra estime que Zapier se classe premier ou troisième sur plus de 30 000 requêtes distinctes, contre environ 2 000 cinq ans plus tôt. **La valeur croît en fonction du carré du catalogue, le coût en fonction de sa taille simple.** C'est là que se loge la marge.

3.3 Pourquoi l'argent seul ne franchit pas cette barrière

Un concurrent bien financé achète des serveurs, des ingénieurs, de la publicité. Il n'achète pas les trois choses dont le catalogue est fait.

Ni la décision des éditeurs tiers. Écrire un connecteur pour une plateforme naissante est un investissement à fonds perdus tant qu'elle n'a pas d'utilisateurs. L'éditeur attend ; la plateforme attend l'éditeur. C'est un problème de coordination, que l'argent résout mal : payer les éditeurs pour venir donne un catalogue de connecteurs non maintenus, donc un passif — une automatisation cassée en production est la première cause de résiliation.

Ni l'ancienneté du référencement. Une page « connecter X à Y » se positionne parce qu'elle existe depuis des années et qu'elle est reliée à des milliers de pages voisines. Publier dix mille pages neuves d'un coup produit aujourd'hui l'effet inverse.

Ni la charge de migration déjà payée par les clients. Un client dont trois outils métier obscurs ne sont connectés que chez Zapier ne peut pas partir, même si le concurrent est trois fois moins cher au volume. Ce n'est pas de la fidélité, c'est un coût de sortie — chiffré en section 9.

3.4 Ce qui peut la détruire

L'automatisation native des éditeurs, la plus commentée et la moins dangereuse : HubSpot, Notion ou Salesforce automatisent bien dans leur périmètre et vers leurs voisins évidents, mais aucun n'a d'intérêt à relier le logiciel d'un cabinet de kinésithérapie liégeois à un outil de facturation français. Cela rogne le haut du volume, pas la longue traîne.

La chute du coût de construction d'un connecteur. Écrire une intégration à partir d'une spécification OpenAPI est devenu, avec un modèle de langage, une affaire de quelques heures. Si un catalogue de trois mille connecteurs ne demande plus trois mille décisions d'éditeurs mais un pipeline automatisé, l'avantage d'ancienneté fond, et la barrière se déplace vers ce qui reste cher : la fiabilité et les cas limites.

La standardisation des protocoles d'outillage. Le Model Context Protocol permet à n'importe quel éditeur d'exposer ses actions à un agent, sans intermédiaire. Si chaque SaaS publie son serveur MCP, l'annuaire universel devient une commodité. Zapier a pris les devants — son offre expose 9 000 applications et plus de 40 000 actions à tout client compatible — mais la réponse est ambivalente : elle le maintient dans la chaîne au prix d'une position d'intermédiaire technique plutôt que de destination.

L'effondrement du canal d'acquisition, la menace la plus concrète parce qu'elle est déjà mesurée.

4. Marketing : le référencement programmatique et son érosion

4.1 La machine

Zapier est probablement le cas le plus abouti de référencement programmatique du logiciel B2B. Chaque application produit sa page, chaque paire une page « connecter X à Y », chaque cas d'usage un modèle indexable. Sacra estime qu'environ **la moitié du trafic** vient de la recherche et que le site se classe premier ou troisième sur plus de 30 000 requêtes distinctes, pour plus de six millions de visiteurs uniques mensuels en 2021 — estimations d'analyste, pas données d'entreprise.

S'y ajoute la qualité de l'intention : quelqu'un qui tape « connecter Pipedrive à un logiciel de facturation » n'est pas en découverte, il a déjà un problème et un budget. Le coût d'acquisition tend vers zéro parce que la demande préexiste et se qualifie elle-même.

4.2 L'érosion, chiffrée

Ce modèle suppose que les gens cherchent sur un moteur, cliquent sur un lien, et arrivent sur une page. Les trois maillons se fragilisent, et il existe désormais une mesure indépendante de l'ampleur.

L'étude du Pew Research Center a suivi le comportement réel de 900 adultes américains sur 68 879 requêtes Google effectuées en mars 2025, dont 12 593 déclenchaient un résumé généré par IA. **Le taux de clic vers un résultat traditionnel passe de 15 % des visites sans résumé à 8 % avec ; seul 1 % des visites** aboutit à un clic sur une source citée dans le résumé ; et la part des sessions qui s'arrêtent net monte de 16 % à 26 % (Pew Research Center, 22 juillet 2025). Environ 18 % des recherches observées produisaient un résumé.

Appliqué au modèle de Zapier, le principe est brutal : si la moitié du trafic vient de la recherche, et si la part des requêtes déclenchant un résumé croît pendant que le taux de clic est presque divisé par deux sur celles-ci, **le canal qui a financé dix ans de croissance se contracte structurellement.**

Précision méthodologique : l'étude porte sur des internautes américains et toutes catégories de requêtes, pas sur les requêtes techniques B2B ; aucune donnée publique ne mesure l'effet spécifiquement sur ce site. Ce qui est établi, c'est le mécanisme et son ordre de grandeur.

Ajoutons ce que le chiffre ne dit pas : « connecter X à Y » est exactement le type de question qu'un assistant conversationnel répond bien et sans citer de source, puisqu'il peut décrire la manipulation. C'est le segment le plus exposé, pas le moins.

4.3 La contre-mesure, et son prix

Si l'utilisateur ne vient plus chercher la page, il faut que l'assistant appelle l'outil : d'où l'investissement dans MCP, et le tarif qui va avec.

L'échange est défavorable sur un point. Le référencement programmatique était un canal **détenu** : les pages appartiennent à Zapier, le trafic est gratuit, la relation commence sur son domaine. Être l'outil qu'un assistant appelle est un canal **loué** : la relation appartient à l'éditeur de l'assistant, la visibilité dépend d'un routage que Zapier ne contrôle pas, et rien n'empêche cet éditeur d'intégrer demain les mêmes applications en direct. Zapier troque une rente d'acquisition contre une position d'intermédiaire, plus fragile et rémunérée seulement tant qu'elle est choisie.

5. Approche commerciale

Le modèle a longtemps été purement libre-service : inscription, construction, paiement par carte, montée en gamme quand le volume augmente. Aucun commercial, aucun cycle de vente. C'est ce qui a permis d'atteindre 100 millions de dollars de revenus récurrents avec une structure légère.

Deux mouvements ont modifié cela. Le premier est la montée vers l'entreprise, formalisée par une offre Enterprise puis, en avril 2026, par un ensemble de contrôles de gouvernance : restriction des applications autorisées, connexions gérées, espaces cloisonnés, journalisation, modèle d'IA apporté par le client (communiqué du 23 avril 2026). Il faut désormais des acheteurs, des directions informatiques et des cycles longs. L'entreprise revendique que 69 % des sociétés du Fortune 1000 l'utilisent — chiffre déclaratif dont la définition d'« utiliser » n'est pas précisée : un compte gratuit ouvert par un salarié suffit peut-être.

Le second mouvement est la distribution par les éditeurs eux-mêmes, via le programme partenaires et ses quatre niveaux Bronze à Platinum. **La page ne dit ni quel bénéfice correspond à quel niveau, ni combien de partenaires sont enrôlés** : le dispositif est visible dans le catalogue, ses paramètres ne sont pas publics. L'offre embarquée complète le tableau : un éditeur SaaS peut afficher l'annuaire Zapier dans son propre produit et présenter les 9 000 intégrations comme les siennes (zapier.com/platform). C'est le même mécanisme retourné : Zapier vend à ses partenaires l'accès au catalogue que ses partenaires ont construit.

6. Trajectoire stratégique

Période	Étape	Ce que ça change
2011-2012	Projet parallèle, YC été 2012, seed de 1,3 M\$; fonctionnement à distance dès l'origine	La contrainte de capital impose frugalité et libre-service ; le vivier de recrutement devient mondial
2014	Rentabilité atteinte	La levée devient optionnelle : le contrôle reste aux fondateurs
Mars 2017	« De-location package » de 10 000 \$	Effet réel sur les candidatures, nul sur les déménagements : un outil de recrutement, pas de mobilité
Janvier 2021	Secondaire à 5 Md\$, plus de 140 M\$ d'ARR	Liquidité pour les premiers investisseurs sans dilution ni conseil imposé
2021-2025	Acquisitions Makerpad, Vowel, NoCodeOps, Luna.ai	Achat de contenu, de compétences et d'audience, pas de technologie centrale
Juin 2023	Réduction d'effectif d'environ 10 % rapportée par la presse	Fin de la croissance mécanique post-pandémie
Juillet 2025	Étude Pew : le clic organique se contracte face aux résumés d'IA	Le canal d'acquisition historique cesse d'être une rente
2024-2026	Enterprise, agents, MCP, gouvernance IA, SDK	Du connecteur déterministe à l'orchestration ; la cible devient la direction informatique

7. Le télétravail intégral comme décision économique

7.1 Ce n'était pas un choix de confort

Zapier fonctionne à distance depuis 2011 et affirme compter plus de 800 personnes dans 38 pays, sans aucun bureau (about, jobs). L'origine est prosaïque : trois cofondateurs qui n'habitaient pas la même ville et n'avaient pas d'argent. Le maintien de ce choix après la rentabilité relève d'un calcul portant sur trois postes qu'il faut séparer.

Le **loyer**, poste le plus visible et le moins important : l'économie se compense partiellement en indemnités et en sommets annuels. Le **vivier de recrutement**, poste décisif : une entreprise qui recrute dans 38 pays ne concourt pas sur le même marché du travail qu'une entreprise qui recrute dans la baie de San Francisco ; elle accède à des candidats que ses concurrents ne voient pas et les garde plus longtemps. Le **coût salarial**, poste le plus mal compris.

7.2 Correction : Zapier n'a pas payé au marché local

La version antérieure de cette fiche affirmait que l'absence de siège « permet de payer au marché local ». C'est inexact. Fast Company rapportait en janvier 2018 que Zapier alignait son approche sur celle de Basecamp, en versant des salaires compétitifs par rapport à San Francisco à l'ensemble de ses effectifs, et confirmait que la rémunération d'un salarié quittant la baie ne serait pas réduite. La page carrières formule aujourd'hui la même logique autrement : « nous payons tous les Zapiens en fonction de leur impact démontré sur le succès de Zapier, à leur poste et à leur niveau ».

Cela change l'interprétation économique. **L'économie n'est pas sur le prix du salaire, elle est sur la qualité obtenue à prix constant.** En versant un salaire de San Francisco à quelqu'un qui vit à Porto, Bogota ou Lille, Zapier n'économise rien sur sa masse salariale : il achète un candidat qui, localement, n'a aucune offre comparable — donc un meilleur profil, un meilleur taux d'acceptation et une meilleure rétention. C'est un arbitrage de pouvoir d'achat converti en pouvoir d'attraction, pas une compression de coût. Beaucoup d'entreprises qui copient le télétravail intégral en attendant la baisse des salaires copient le mauvais paramètre.

7.3 Le « de-location package » : ce qu'il a réellement produit

En mars 2017, Zapier annonce verser 10 000 dollars à toute nouvelle recrue qui quitte la baie de San Francisco. L'histoire circule comme une anecdote de télétravail. Les chiffres racontent autre chose.

Effet mesuré	Résultat	Source
Candidatures	+30 % dans les mois suivants, +53 % à dix mois ; jusqu'à 1 500 candidatures sur certains postes	Y Combinator, 18 août 2017 ; Fast Company, 18 janvier 2018
Effectif	d'environ 75 à 125 personnes sur la période	Fast Company
Salariés ayant accepté les 10 000 dollars	zéro	Fast Company
Recrues venues de la baie de San Francisco	2 sur plus de 50 embauches	Fast Company

Le dispositif a donc coûté zéro dollar en versements et fait bondir de moitié le flux de candidatures. Ce n'était pas un programme de mobilité mais **un message de positionnement sur le marché du travail**, dont le prix affiché rendait crédible l'engagement. Foster le reconnaissait à demi-mot dès août 2017 : l'offre attirait surtout des candidats qui ne vivaient pas dans la baie et n'avaient donc jamais eu à en partir.

L'enseignement transposable n'a rien à voir avec le télétravail : **une offre chiffrée que personne n'utilise peut être un excellent investissement si elle prouve publiquement une valeur que vous affirmez.** Le chiffre sert de preuve, pas de dépense. C'est aussi un mécanisme fragile : il ne fonctionne qu'une fois, il est copiable en une journée, et il devient un mensonge le jour où quelqu'un l'active et se heurte à une condition non annoncée.

7.4 Ce qui ne se copie pas depuis la France ou la Belgique

Employer dans 38 pays suppose des filiales locales ou du portage salarial international. La liste des sous-traitants de Zapier révèle d'ailleurs quatre entités affiliées — Australie, Canada, Irlande et Espagne, Inde, Royaume-Uni — confirmant une structure d'emploi distribuée réelle (sous-traitants).

Pour une société française ou belge, chaque embauche transfrontalière déclenche des obligations de rattachement social et de droit du travail applicable qui rendent l'opération lente en dessous d'une certaine taille. La leçon exploitable n'est donc pas « soyez sans bureau dans 38 pays » mais : **choisissez deux ou trois pays où vous savez employer proprement, et recrutez-y à un niveau de rémunération que le marché local ne propose pas.** Le mécanisme d'attraction est le même à échelle réduite.

L'entreprise s'applique enfin son propre outil : Foster affirmait en avril 2026 avoir porté l'usage quotidien de l'IA de moins de 10 % des salariés à 97 % après une semaine de hackathon interne, l'IA traitant environ la moitié des tickets de support (GTMnow, 8 avril 2026) — chiffres déclaratifs, invérifiables, mais cohérents avec un effectif stable malgré une gamme qui s'élargit.

8. Volet français : où sont vos données et ce que le droit impose

8.1 Ce qui transite réellement

Une automatisation qui crée un client dans un logiciel de facturation à partir d'un formulaire fait transiter par la plateforme, à chaque exécution, le contenu intégral du message : nom, adresse, courriel, téléphone, parfois un montant ou un document. Ces données ne font pas que passer : elles sont **stockées dans l'historique d'exécution**, consultable pour déboguer.

Trois constats vérifiables. **Un.** Zapier héberge sur AWS **aux États-Unis**, sans exception documentée, et répond explicitement par la négative à la

question du stockage limité à l'Union : « Zapier ne prend pas en charge cette option » (vie privée). C'est une position plus nette, et plus honnête, que celle de Make, dont la page sécurité ne documentait aucune région. **Deux.** L'historique est conservé **entre 29 et 69 jours** selon le cycle de purge, réglable entre 7 et 30 jours sur Company et Enterprise ; les sauvegardes persistent jusqu'à quatre mois. **Trois.** La chaîne de sous-traitance compte **33 sous-traitants et entités affiliées**, majoritairement américains, dont six fournisseurs de modèles d'IA. Que la liste soit publique et détaillée par finalité est un point positif de conformité ; qu'elle compte 33 entrées dit la réalité d'une automatisation moderne.

Repère légal — vous êtes responsable de traitement, Zapier est sous-traitant (RGPD, article 28). La CNIL définit le sous-traitant comme la personne physique ou morale qui traite des données pour le compte d'un autre organisme, le responsable de traitement, dans le cadre d'une prestation. Quatre familles d'obligations pèsent contractuellement sur lui : transparence et traçabilité, protection des données dès la conception, garantie de sécurité, devoirs d'assistance et d'alerte, dont la notification des violations. En clair : c'est vous, pas Zapier, qui répondez devant la CNIL du traitement que votre automatisation opère, et l'accord de traitement des données n'est pas une formalité commerciale mais la pièce qui rend le traitement régulier. Source : CNIL, consultée le 7 septembre 2026.

Repère légal — transferts hors Union européenne (RGPD, chapitre V). La CNIL rappelle que « le transfert de données hors de l'Union européenne et de l'Espace économique européen est possible, à condition d'assurer un niveau de protection des données suffisant et approprié », et que responsables de traitement comme sous-traitants en répondent. Les fondements admis sont la décision d'adéquation, les garanties appropriées — clauses contractuelles types, règles d'entreprise contraignantes — ou les dérogations de l'article 49. Depuis la décision d'adéquation du 10 juillet 2023, un transfert vers une entreprise américaine certifiée au Cadre de protection des données UE-États-Unis est possible sans exigence supplémentaire ; l'exportateur doit vérifier la fiche de l'entité importatrice sur la liste tenue par le département du Commerce américain et s'assurer que les entités concernées sont bien couvertes. Vers une entreprise non certifiée, des garanties appropriées au sens de l'article 46 restent nécessaires. Sources : CNIL, transferts hors UE et CNIL, adéquation des États-Unis. Légifrance refusant les requêtes automatisées, le texte du règlement n'a pas été relu à la source.

Zapier déclare avoir certifié sa conformité au Cadre UE-États-Unis, à son extension britannique et au cadre Suisse-États-Unis, et renvoie à la liste officielle pour vérification. Son accord de traitement intègre les clauses contractuelles types de la décision 2021/914 en position de repli, et un représentant dans l'Union est désigné, DP-Dock GmbH à Hambourg. L'entreprise publie en outre une **analyse d'impact des transferts** — document daté de décembre 2023 — affirmant n'avoir jamais reçu de demande d'accès au titre de la section 702 du FISA ni de l'*executive order* 12333, et s'engageant à notifier ses clients de toute demande gouvernementale sauf interdiction légale. C'est exactement le type de pièce que la CNIL attend d'un exportateur.

Repère légal — l'adéquation américaine est contestée, et l'affaire n'est pas close. Le Tribunal de l'Union européenne a rejeté le 3 septembre 2025 le recours en annulation formé par le député français Philippe Latombe contre la décision d'adéquation, écartant ses moyens tirés de l'indépendance de la Data Protection Review Court et des limites à la collecte en masse (affaire T-553/23). Un pourvoi a été formé devant la Cour de justice le 31 octobre 2025 ; il était pendant à la fin 2025. La décision reste pleinement en vigueur, mais son sort dépend d'une juridiction qui a déjà invalidé deux dispositifs équivalents, le Safe Harbor puis le Privacy Shield. Sources : WilmerHale, 1er décembre 2025 et fiche Curia.

En pratique, quatre gestes. Signer l'accord de traitement au lieu de le supposer inclus. Vérifier la certification de Zapier, Inc. sur la liste publique du département du Commerce. Inscrire l'automatisation à votre registre des traitements, avec sa finalité et les catégories de données. Et, si les données sont sensibles ou traitées à grande échelle, conduire une analyse d'impact des transferts en s'appuyant sur le guide publié par la CNIL en février 2025.

8.2 Le contrat : droit du Delaware, juridiction de Wilmington

Les conditions générales désignent **Zapier, Inc.**, société du Delaware, comme unique cocontractant quelle que soit la localisation du client ; le contrat est régi par le droit du Delaware et **tous les litiges relèvent de la compétence exclusive d'un tribunal de Wilmington** (conditions générales). Il n'existe pas d'entité contractante européenne, contrairement à ce que pratiquent d'autres éditeurs américains.

Sans dramatiser : pour un abonnement à 20 ou 70 dollars par mois, l'hypothèse d'un contentieux transatlantique est théorique, le coût du procès dépassant l'enjeu. La clause devient réelle quand une automatisation défaille cause un dommage — factures non émises, commandes perdues, données divulguées — et qu'il faut engager une responsabilité. On découvre alors que le recours contractuel est américain, tandis que le recours réglementaire reste européen : la CNIL est compétente pour le traitement, dont vous êtes responsable. Les deux ne se compensent pas.

Signal inverse à noter : Zapier propose désormais un addendum spécifique au règlement européen DORA pour les entités financières. Quand un éditeur américain rédige une annexe pour un règlement européen sectoriel, c'est que la pression réglementaire européenne est devenue commercialement structurante.

9. Réversibilité : quitter Zapier après trois ans

9.1 Ce que vous pouvez réellement sortir

Élément	Peut-on l'exporter ?	Format et limites
Configuration de vos automatisations	Non sur Free et Professional. Oui à partir de Team	JSON, envoyé par courriel ; export global réservé au propriétaire ou super-administrateur (aide Zapier)
Historique d'exécution	Oui	CSV ou JSON, 5 000 exécutions au maximum par export , sur une rétention de 29 à 69 jours (aide Zapier)
Tables, formulaires, agents, chatbots	Sur demande auprès du support	Format non documenté publiquement
Connexions aux applications	Export documenté	Les jetons d'authentification ne sont évidemment pas transférables

Le point dur est la première ligne. **Un client Zapier Professional, à 19,99 dollars par mois, ne peut pas exporter ses propres automatisations.** Il peut les consulter, les modifier, les exécuter — pas en obtenir une copie exploitable hors plateforme. La fonction existe, elle est documentée, et elle est expressément indisponible sur Free et Professional. Pour l'obtenir, il faut passer à Team, soit environ 3,5 fois le tarif d'entrée.

Deux nuances d'honnêteté. Le JSON exporté est un format propriétaire : il permet de recharger un flux dans un autre compte Zapier, pas de l'importer dans Make ou n8n. Sa valeur en cas de sortie est donc **documentaire** — l'inventaire exact et paramétré de ce que vous avez construit — et non opérationnelle. Et son existence ne dispense pas d'une documentation externe : un mécanisme d'export est un confort, pas une garantie.

9.2 Ce qui ne se transporte pas du tout

L'historique. Trois ans d'automatisation ne laissent aucune trace exploitable : rétention plafonnée à 69 jours, export à 5 000 exécutions. Si vous deviez prouver qu'une facture a bien été émise le 14 mars de l'an dernier, cette preuve n'existe pas chez Zapier. Elle doit exister dans votre système métier — le bon endroit, encore faut-il l'avoir prévu.

Les connecteurs introuvables ailleurs. C'est la barrière de la section 3, vue depuis le client. Sur vingt outils branchés, si deux n'existent que dans le catalogue de 9 000 et pas dans les 3 000 de Make ni les 2 147 de n8n, les flux correspondants ne se migrent pas : ils se réécrivent en appels HTTP directs sur l'API brute, avec gestion manuelle de l'authentification, de la pagination et des erreurs. Le coût passe d'une heure de reconstruction à une journée de développement — quand l'API existe.

La connaissance implicite. Une automatisation est invisible tant qu'elle fonctionne : personne ne la regarde, personne ne la documente, sa compréhension part avec la personne qui l'a construite. Après trois ans et un ou deux départs, une partie de vos flux tourne sans que quiconque sache pourquoi ni ce qui casse si on y touche.

9.3 Chiffrer la sortie avant d'en avoir besoin

Prenons une TPE avec vingt-deux automatisations en production après trois ans, formule Professional — donc sans export. L'inventaire se fait à la main : trente à quarante minutes par flux simple, davantage pour les flux à branchements, soit environ **quinze heures**. La reconstruction ailleurs, à raison d'une à quatre heures par flux, représente de l'ordre de **quarante heures**. Ajoutez **dix heures** de tests en parallèle sur les deux outils, indispensables pour ne pas découvrir une rupture en production. Total autour de **soixante-cinq heures**, soit environ 4 000 euros à 60 euros de l'heure d'intégrateur, ou trois semaines de travail interne discontinu.

Ces durées sont des ordres de grandeur fondés sur des hypothèses de conception, pas des mesures : elles varient du simple au triple. Ce qui compte est le rapport. Si migrer économise 40 euros par mois, l'opération se rembourse en **huit ans** : elle n'a pas de sens. Si elle en économise 200, elle se rembourse en **vingt mois** : elle mérite d'être planifiée. Le seuil se calcule avec votre facture réelle, pas avec les tarifs affichés — d'autant que les paliers intermédiaires de Zapier ne sont pas publiquement lisibles.

9.4 Le protocole qui rend la question sans objet

Risque	Ce qui se passe concrètement	Ce qui le limite
Hausse tarifaire ou changement de coefficient	La facture monte sans que rien n'ait changé chez vous ; un coefficient d'IA peut évoluer sans que le tarif affiché bouge	Relever la consommation de tâches chaque mois ; connaître le coût de reconstruction ailleurs avant d'en avoir besoin
Arrêt d'un produit ou d'une formule	Migration forcée dans un délai imposé — Make l'a fait subir à toute sa base en 2023	Une fiche d'une page par automatisation, hors plateforme : déclencheur, étapes, règles de gestion, cas d'erreur
Rupture d'un connecteur tiers	Le flux s'arrête en silence, découvert par le client	Alerte sur échec et surveillance d'un indicateur métier — le nombre de factures créées cette semaine, pas le nombre d'exécutions réussies
Impossibilité d'exporter	Vous découvrez au moment de partir que votre formule ne le permet pas	Vérifier ce droit avant de souscrire, et l'intégrer à l'arbitrage de palier

La logique tient en une phrase : **la valeur n'est pas dans l'outil, elle est dans la description du processus**. Un processus décrit noir sur blanc se reconstruit ailleurs en quelques heures ; un processus qui n'existe que sous forme de blocs sur un canevas propriétaire se reconstruit par rétro-ingénierie, et coûte dix fois plus.

10. Suivi et pilotage

Indicateur	Définition	Pourquoi il compte ici
Applications au catalogue	Intégrations publiées et actives	C'est l'actif défensif ; sa croissance doit être décorrélée de l'effectif, sinon le modèle casse
Part des connecteurs maintenus par des tiers	Intégrations dont la maintenance est externalisée	Un catalogue maintenu en interne est un passif, pas un actif
Taux de panne par connecteur	Fréquence des ruptures d'API	Une automatisation cassée en production est la première cause de résiliation
Tâches consommées par compte	Volume facturable exécuté mensuellement	L'usage est la facture : l'expansion se lit ici avant de se lire dans le revenu
Conversion du gratuit vers Professional	Comptes gratuits franchissant 100 tâches et payant	Avec un plan gratuit aussi serré, c'est le seul rendement mesurable de l'acquisition
Trafic organique par page d'intégration	Visites issues des pages « connecter X à Y »	Canal historiquement dominant ; son érosion est le risque majeur du modèle
Part de l'usage initié hors moteur de recherche	Sessions et appels MCP venus d'un assistant	Mesure le remplacement du canal détenu par un canal loué
Coût servi par tâche d'IA	Coût réel des jetons rapporté aux tâches facturées	Sépare la marge logicielle de la marge de revendeur de modèles

11. Chiffres clés

Donnée	Valeur	Date	Source
Total levé	1,3 M\$, un seul tour	octobre 2012	Forbes, Y Combinator
Rentabilité	atteinte en 2014, maintenue selon l'entreprise	2014	Sacra, blog YC
Valorisation	5 Md\$ sur un secondaire (Sequoia, Steadfast)	janvier 2021	Forbes
Revenus récurrents annualisés	100 M\$ mi-2020, plus de 140 M\$ début 2021 — dernier chiffre communiqué	mars 2021	Forbes
Revenus 2022-2023	230 M\$ puis 310 M\$, +35 % — estimations d'analystes	2022-2023	Sacra
De-location package	10 000 \$ annoncés ; candidatures +53 % à dix mois ; zéro salarié l'ayant accepté	2017-2018	Y Combinator, Fast Company
Effectif et implantation	800+ personnes, 38 pays, aucun bureau, à distance depuis 2011	7 sept. 2026	about, jobs
Catalogue	9 000+ applications ; 40 000+ actions exposées via MCP	7 sept. 2026	apps, docs MCP
Base d'utilisateurs	« plus de 2 millions d'entreprises » et « 69 % du Fortune 1000 » ; « 3 millions+ » ailleurs sur le site — chiffres incohérents	7 sept. 2026	pages Zapier
Volume cumulé	81 milliards de tâches automatisées, 25 millions de flux créés	7 sept. 2026	about
Grille tarifaire	Free 100 tâches ; Professional dès 19,99 \$ / 750 tâches ; Team dès 69 \$; -33 % à l'année ; paliers intermédiaires non lisibles	7 sept. 2026	pricing
Coût d'un appel MCP	2 tâches par appel réussi ; échecs non comptés	7 sept. 2026	docs MCP
Hébergement	AWS, États-Unis ; option européenne explicitement non proposée	7 sept. 2026	vie privée
Sous-traitants	33 sous-traitants et affiliés, majoritairement américains, dont 6 fournisseurs de modèles d'IA	7 sept. 2026	sous-traitants
Rétention de l'historique	29 à 69 jours ; 7 à 30 paramétrables sur Company et Enterprise ; sauvegardes purgées sous 4 mois	7 sept. 2026	rétention
Effet des résumés d'IA sur le clic	8 % de clics avec résumé contre 15 % sans ; 1 % de clics sur une source du résumé	juillet 2025	Pew Research Center
Concurrent n8n	valorisation portée à 5,2 Md\$ (secondaire SAP) ; 2 147 intégrations	mai et sept. 2026	Tech.eu, n8n.io

Quatre réserves. La valorisation de 5 milliards date de janvier 2021 et n'a pas été réévaluée publiquement : un prix vieux de cinq ans et demi, dans un secteur où n8n a doublé en sept mois pour atteindre 5,2 milliards — soit davantage, sur le papier, que le dernier prix connu de Zapier. Les chiffres d'utilisateurs se contredisent d'une page à l'autre du site officiel, signe de définitions jamais explicitées ; le « 69 % du Fortune 1000 » relève de la même logique. Aucune donnée de revenu n'est sortie depuis mars 2021. Enfin, la version antérieure de cette fiche mentionnait « 66 000+ déclencheurs et actions » : ce chiffre n'a pas pu être retrouvé sur les pages publiques au 7 septembre 2026, où seule la mention de plus de 40 000 actions exposées via MCP est vérifiable. Il est remplacé ici par la donnée sourçable.

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

1. Si votre produit repose sur un écosystème, construisez la machine à écosystème avant l'écosystème — et rendez la participation rentable pour l'autre. Lundi matin : écrivez la spécification de votre kit d'intégration — authentification gérée par vous, format de déclaration des actions, bac à sable, procédure de publication — et visez deux semaines pour qu'un tiers publie sans jamais vous parler. Copiez surtout la seconde moitié du dispositif, celle qu'on oublie : Zapier n'exige **aucun seuil d'utilisateurs** et ne facture rien, parce que le prix d'entrée nul est ce qui déclenche l'afflux ; puis il classe les intégrations selon leur santé technique en conditionnant la visibilité au rang. Tant que votre équipe écrit chaque connecteur, votre catalogue croît au rythme de vos recrutements. Le jour où vous le faites écrire par d'autres, il croît au rythme de leur intérêt commercial — que vous devez donc rendre explicite et mesurable.

2. Quand la largeur est prise, achetez la profondeur métier — après avoir vérifié qu'un généraliste ne peut pas vous suivre. La barrière du catalogue n'est reproductible que là où elle est faite de connaissance et non de volume : dix connecteurs vers les logiciels de la comptabilité belge, du bâtiment français ou de la santé libérale, avec les règles fiscales et les formats réglementaires codés dedans. Le test avant d'investir est simple : si un généraliste pouvait générer votre connecteur à partir d'une spécification OpenAPI en une journée, vous n'avez pas de barrière. Ce qui protège, c'est ce qui n'est écrit nulle part — la règle de TVA qui change selon le régime du client, le format d'export qu'attend l'expert-comptable, le cas particulier qui fait échouer une facture sur cent.

3. Avant de souscrire un outil qui exécute vos processus, vérifiez trois clauses et calculez votre coût de sortie — dans cet ordre. Le cas Zapier fournit la liste : le droit d'exporter vos automatisations, inexistant sur la formule à 19,99 dollars et facturé 69 ; la durée de rétention de l'historique, ici 29 à 69 jours, qui décide de ce que vous pourrez prouver ; le droit applicable, ici celui du Delaware avec juridiction exclusive à Wilmington. Puis chiffrez : nombre de flux multiplié par une heure d'inventaire et deux heures de reconstruction, multiplié par votre taux horaire, divisé par l'économie mensuelle envisagée. En dessous de vingt-quatre mois de retour, migrer se planifie ; au-dessus, la question est réglée et vous arrêtez d'y penser. Faites ce calcul le mois où vous souscrivez, pas le jour où vous voulez partir : c'est le seul moment où il est gratuit.

4. Cherchez l'arbitrage de pouvoir d'achat plutôt que l'économie de salaire, et payez une preuve publique plutôt qu'une promesse. Le télétravail de Zapier n'a pas réduit sa masse salariale : l'entreprise a versé des rémunérations calées sur San Francisco partout, et acheté ainsi des candidats sans concurrence locale. Transposé à une TPE française ou belge : choisissez un ou deux pays où vous savez employer proprement — filiale, portage salarial international, statut d'indépendant selon les cas — et positionnez-vous au-dessus du marché local plutôt qu'en dessous du vôtre. Vous obtiendrez de meilleurs profils et une meilleure rétention à budget constant. Retenez aussi le mécanisme du « de-location package » : 10 000 dollars annoncés, zéro versé, plus de 50 % de candidatures en plus. Une garantie chiffrée que personne n'active — reprise sans condition, engagement de délai assorti d'une pénalité, remboursement intégral la première année — coûte souvent moins que la publicité qu'elle remplace. À une condition non négociable : qu'elle soit réellement honorée le jour où quelqu'un l'active, faute de quoi elle se retourne intégralement contre vous.

Ce qu'il ne faut pas copier La position de Zapier repose sur une fenêtre refermée : entre 2012 et 2018, les API SaaS se multipliaient et personne n'occupait le rôle d'annuaire universel. Ce créneau n'existe plus, et les protocoles d'outillage standardisés sont en train de le rendre inutile. Le télétravail dans 38 pays suppose par ailleurs une structure capable d'employer via des entités locales : pour une société française ou belge, l'embauche transfrontalière déclenche des obligations sociales que Zapier a portées avec quatre filiales et une trésorerie de plusieurs centaines de millions. Enfin, la frugalité n'a marché que parce que le coût d'acquisition était quasi nul grâce au référencement — un canal dont on sait désormais qu'il se contracte.

FAQ

Zapier ou Make pour une PME française ou belge en 2026 ? Deux critères, dans cet ordre. Le catalogue d'abord : si un de vos outils métier n'existe que chez Zapier, la discussion s'arrête là — c'est la barrière de la section 3, vécue de votre côté. Le volume ensuite : à usage égal, Make revient nettement moins cher — 12 dollars pour 10 000 crédits contre 19,99 pour 750 tâches — et gère mieux la logique conditionnelle. Zapier convient aux automatisations nombreuses mais peu volumineuses reliant beaucoup d'outils ; Make aux flux volumineux entre peu d'outils, avec le point de bascule à environ sept modules détaillé dans le dossier qui lui est consacré. Un troisième critère, souvent oublié : chez Zapier, l'export de vos automatisations n'existe qu'à partir de 69 dollars par mois. Aucun des deux n'est européen ; n8n auto-hébergé reste la seule réponse si vos données ne doivent pas quitter votre infrastructure.

Mes données clients peuvent-elles légalement transiter par Zapier si je suis en France ou en Belgique ? Oui, sous conditions, et le cadre est ici plus clair que chez beaucoup d'éditeurs. Zapier héberge aux États-Unis et déclare explicitement ne pas proposer de stockage limité à l'Union. Il s'appuie sur la décision d'adéquation du 10 juillet 2023 en se déclarant certifié au Cadre de protection des données UE-États-Unis, avec les clauses contractuelles types en repli. Quatre choses à faire : signer l'accord de traitement, vérifier la certification de Zapier, Inc. sur la liste publique du département du Commerce américain, inscrire l'automatisation à votre registre des traitements, et conduire une analyse d'impact des transferts si les données sont sensibles ou nombreuses. Rappel de principe : c'est vous le responsable de traitement, Zapier n'est que sous-traitant. Pour un traitement sensible ou à grande échelle, faites relire le contrat par un juriste.

Que se passe-t-il si la décision d'adéquation américaine est annulée ? Elle est en vigueur, mais contestée : le Tribunal de l'Union européenne a rejeté le recours du député Philippe Latombe le 3 septembre 2025, et un pourvoi a été formé devant la Cour de justice le 31 octobre 2025. Deux dispositifs équivalents ont déjà été invalidés par cette juridiction, le Safe Harbor en 2015 et le Privacy Shield en 2020. En cas d'annulation, les transferts ne deviennent pas illicites du jour au lendemain : ils basculent sur les clauses contractuelles types, que l'accord de traitement de Zapier prévoit déjà, assorties d'une analyse d'impact renforcée. Ce qu'il faut en retenir n'est pas une alarme mais une méthode : ne bâtissez pas un processus critique sur l'hypothèse que le fondement juridique du transfert restera identique cinq ans.

Comment Zapier gagne-t-il de l'argent sur l'IA sans changer son unité de facturation ? Il l'a intégrée au lieu de la séparer. Étapes d'IA, exécution de code et appels MCP consomment des tâches comme le reste, avec des coefficients variables : deux tâches par appel MCP réussi, davantage pour les modèles lourds ou un code dépassant trente secondes. C'est l'inverse du choix de Make, qui a créé le crédit en janvier 2026. L'approche est plus lisible — une seule monnaie — mais moins transparente : le coefficient peut bouger sans que le tarif affiché change, et rien ne vous prévient. Corollaire pratique : surveillez votre consommation mensuelle de tâches, pas seulement le montant de votre abonnement, car c'est la première qui bouge.

Les assistants conversationnels vont-ils tuer le modèle de Zapier ? Ils attaquent son canal d'acquisition avant son produit, et c'est plus grave. Le produit reste utile : quelqu'un doit exécuter, réessayer, journaliser et relancer un traitement qui échoue à trois heures du matin, et un assistant ne fait pas ça. Mais la moitié du trafic venait de la recherche, et l'étude Pew montre que la présence d'un résumé d'IA fait passer le taux de clic de 15 % à 8 %, avec seulement 1 % de clics sur les sources citées. Les requêtes « connecter X à Y » sont précisément celles qu'un assistant traite le mieux sans renvoyer nulle part. La réponse de Zapier — être l'outil que l'assistant appelle — le maintient dans la chaîne mais échange un canal détenu contre un canal loué. Le vrai signal à surveiller n'est pas un communiqué : c'est le jour où un éditeur d'assistant intégrera en direct les cinquante applications les plus demandées.

Sources

Pages consultées le 7 septembre 2026. Les liens marqués d'un astérisque répondent dans un navigateur mais renvoient une erreur 403 aux requêtes automatisées.

Zapier — pages officielles. About · Jobs · Pricing · App integrations · Developer Platform · Partner Program · Exigences de publication · Documentation MCP et guide MCP du blog · Security & compliance — SOC 2 Type II, SOC 3, AES-256, TLS 1.2+, AWS États-Unis.

Zapier — documents juridiques. Index légal · Terms of Service — entité du Delaware, juridiction de Wilmington, tarifs hors taxes · Data Privacy Overview — hébergement américain, absence d'option européenne, représentants UE et Royaume-Uni, rétention · Data Processing Addendum · EU-US Data Privacy Framework · Data Transfer Impact Assessment, daté de décembre 2023 · Subprocessors · Data retention & deletion · Import-export des flux · Export de l'historique.

Zapier — presse et analyses. Forbes, 8 mars 2021 · *Blog Y Combinator*, 18 août 2017 · *Fast Company*, 18 janvier 2018 · Quartz, 21 mars 2017 · *Fiche YC et Learnings of a CEO · Sacra* — revenus et valorisation, chiffres 2022-2023 présentés comme des estimations, et entretien du 26 juin 2025 · *Business Wire*, 23 avril 2026 · GTMnow, 8 avril 2026*, chiffres déclaratifs · Revenue Brew, 26 janvier 2026, aucun chiffre financier · International Business Times, réduction d'effectif de juin 2023 rapportée par la presse et non retrouvée sur une page officielle · Wikipédia anglophone, chronologie et acquisitions uniquement.

Concurrents et marché. Make — Pricing et About · n8n — Integrations, 2 147 intégrations · n8n — Privacy Policy, n8n GmbH, Berlin · Microsoft — Connector reference, nombre total non affiché · Tech.eu, 12 mai 2026.

Acquisition en ligne. Pew Research Center, 22 juillet 2025 — 900 adultes américains, 68 879 requêtes de mars 2025.

Cadre juridique et fiscal. CNIL — Transférer des données hors de l'UE · CNIL — Adéquation des États-Unis · CNIL — Définition du sous-traitant · CNIL — Guide pratique AITD, février 2025 · Affaire T-553/23, Latombe c. Commission, arrêt du 3 septembre 2025, et WilmerHale, 1er décembre 2025 sur le pourvoi formé le 31 octobre 2025 · impots.gouv.fr — Prestations entre assujettis · impots.gouv.fr — Obligations TVA du micro-entrepreneur.

Note de méthode : Légifrance refuse les requêtes automatisées. Les articles du RGPD cités dans les repères légaux l'ont été via les pages de la CNIL, qui en donne la lecture officielle en français, et non depuis le texte source. Les paliers tarifaires intermédiaires de Zapier ne figurent pas dans le document servi par la page tarifaire : ils n'ont pas pu être relevés.

Contenu à jour au 7 septembre 2026 — les grilles tarifaires, les chiffres d'entreprise, les listes de sous-traitants et les décisions d'adéquation évoluent vite : vérifier les montants, les seuils et les fondements juridiques avant de s'y fier.