

# SPOTIFY : LE FREEMIUM DEVIENT RENTABLE ?

LE 6 DÉCEMBRE 2010 PHILIPPE ASTOR

**Avec une forte croissance des abonnements premium sur Spotify, le service de streaming serait-il en train démontrer la pertinence économique du modèle freemium ?**

Une perte nette de £16,6 millions (19,6 M€) à rapporter à un chiffre d'affaires de £11,3 millions (13,3 M€) : ce sont les résultats de Spotify Ltd, l'entité commerciale principale de la compagnie, et opérateur du service de streaming de musique à l'échelle européenne.

Révéle par le site Music Ally la semaine dernière, ces chiffres laissent le doute subsister quand à la rentabilité du modèle économique freemium. Mais les prévisions encourageante de l'exercice 2010 pourraient changer la donne.

Le service de musique en ligne Spotify, qui a encore enregistré de lourdes pertes en 2009, pourrait bien atteindre l'équilibre en 2010. A condition que la forte progression des abonnements et de la publicité enregistrée sur les neufs premiers mois de l'année se soit poursuivie jusqu'à fin décembre.



Les comptes officiels de la filiale britannique de Spotify, Spotify Ltd, font état d'une perte nette de £16,6 millions en 2009 (19,6 M€), pour un chiffre d'affaires de £11,3 millions (13,3 M€). Ces résultats rendent compte des performances de la start-up de musique en ligne sur l'ensemble des territoires européens où elle est présente (Royaume-Uni, Suède, France, Espagne, Finlande, Norvège, Pays-Bas).

Selon son bilan, dont nous nous sommes procuré une copie intégrale (PDF), Spotify Ltd est en effet l'opérateur direct du service de streaming dans tous ces pays et la principale entité commerciale de la maison mère Spotify Technology SA, basée au Luxembourg.

Dans le détail, les revenus engrangés par Spotify Ltd en 2009 proviennent à 60 % des abonnements, à hauteur de £6,8 millions (8 M€), et à 40 % de la publicité, à hauteur de £4,5 millions (5,3 M€). Au 31 décembre 2009, Spotify revendiquait 7 millions d'utilisateurs, dont 250 000 abonnés, soit un taux de conversion en utilisateurs payants de 3,57 %.

Les coûts de vente de la société, qui couvrent notamment les sommes versées aux ayants droit, se sont élevés à £18,8 millions sur la période (22,1 M€), auxquels se sont ajoutés des coûts de distribution et les dépenses administratives, pour un montant global de £8,8 millions (10,3 M€).

## Forte progression de l'abonnement

Fin octobre, Spotify **indiquait** à Music Ally avoir versé 40 M€ aux ayants droit depuis son lancement, dont 30 M€ sur les huit premiers mois de l'année 2010. Une indication que le chiffre d'affaires de la compagnie, qui revendiquait 601 000 abonnés à fin septembre 2010,

dans un document confidentiel adressé à certains ayant droit auquel ElectronLibre a eu accès, aura nettement progressé cette année.

Selon l'évolution du nombre d'abonnés à Spotify, révélée dans ce document, le chiffre d'affaires lié à l'abonnement était déjà de l'ordre de 35 M€ en septembre 2010. Il pourrait atteindre environ 55 M€ fin 2010 si l'objectif déclaré de 770 000 abonnés est atteint, ce qui est en bonne voie. Soit une progression de 587 % sur un an.



Le chiffre d'affaires publicitaire de Spotify aura-t-il progressé dans les mêmes proportions dans l'intervalle ? Les documents dont nous disposons nous permettent de calculer qu'au huitième mois de l'année, les abonnements avaient rapporté 28,5 M€ à Spotify, qui a reversé environ 70 % de ce chiffre d'affaires aux labels, soit près de 20 M€.

C'est-à-dire les deux tiers des droits que la compagnie a déclaré avoir payé en 2010 à cette date. 10 M€ de droits proviendraient donc de la publicité, sur le chiffre d'affaires de laquelle Spotify reverse 50 % aux ayants droit ; soit un CA publicitaire pouvant être estimé à 20 M€ sur les huit premiers mois de 2010, et qui pourrait donc s'établir autour de 30 M€ sur l'ensemble de l'année. Il afficherait ainsi une progression de l'ordre de 660 %. Le chiffre d'affaires global de Spotify Ltd devrait ainsi s'établir autour de 85 M€ en 2010.

## Équilibre en perspective

Dans ces conditions, la start-up suédoise pourrait très vite devenir profitable en Europe, avec une proportion croissante de ses revenus en provenance de l'abonnement, qui s'avère beaucoup plus rémunérateur pour les ayants droit, et un taux de conversion en abonnés payants qui devrait se situer autour de 6,5 %. Une ambition que son PDG, Daniel Ek, a déjà affichée publiquement.

En se basant sur notre estimation des revenus publicitaires et d'abonnement de la compagnie en 2010, elle devrait reverser un total de 53,5 M€ aux ayants droit cette année ; le solde (31,5 M€) permettant largement de couvrir ses autres coûts d'exploitation (la part des coûts de vente qui ne relève pas des royalties à payer, les coûts de distribution et les dépenses administratives), pour peu qu'ils ne s'envolent pas.

Leur marge de progression supportable, pour parvenir à l'équilibre dès 2010, est selon nos calculs de l'ordre de 45 %. De là à considérer que Spotify est sur le point de démontrer la rentabilité de son modèle freemium, il n'y a qu'un pas, qui pourra certainement être franchi dès que Spotify Ltd aura publié son bilan 2010.

Cet article a été initialement publié sur **Electron Libre**

CC flickr : **pedroarilla, Johan Larsson, louisvolant**

**OLIVIER**

le 6 décembre 2010 - 15:42 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Sérieusement, un article bien fouillis, très difficile à comprendre. J'ai essayé de suivre votre raisonnement avec un crayon et un cahier, et franchement j'ai abandonné. (surement aussi du à ne pas choisir une devise et naviguer entre l'euro et la livre)*

De toute façon je ne vois pas comment le CA lié aux abonnements passerait de 35 millions de janvier à fin septembre 2010 à 55 millions pour l'année 2010 avec uniquement +170 000 utilisateurs.

On parle d'une hausse annuelle de 587% du CA (de 8 millions à 55 millions) lié aux abonnements pour un nombre d'utilisateur qui ne fait que tripler (+208%).

Si on prend en plus que l'augmentation des utilisateurs est répartie par l'année, je vois mal comment on peut arriver à ces objectifs

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### PHILIPPE ASTOR

le 7 décembre 2010 - 11:11 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Olivier, vous ne disposez pas en effet, dans cet article, des éléments qui vous permettraient de faire les mêmes calculs que moi, ce qui ne vous laisse pour option que de prendre pour argent comptant les calculs que j'ai fait avec les éléments dont je dispose. Mais puisque vous y tenez, voici ces éléments :

nombre d'abonnés :

jan 2010 : premium + 250 000 x 9,9

fév 2010 : premium + 288 000 x 9,9

mar 2010 : premium + 311 000 x 9,9

avr 2010 : premium + 338 000 x 9,9

mai 2010 : premium + 362 000 x 9,9

jun 2010 : premium + 404 000 x 9,9 premium 10 000 x 4,9

jui 2010 : premium + 436 000 x 9,9 premium 27 000 x 4,9

aoû 2010 : premium + 476 000 x 9,9 premium 40 000 x 4,9

sep 2010 : premium + 516 000 x 9,9 premium 57 000 x 4,9

objectif déc. 2010 : global 770 000

A fin septembre, nous sommes donc sur un revenu premium + consolidé de 33,4 M€ et premium consolidé de 656 K€, soit un total de l'ordre de 34 M€.

Je vous laisse projeter une évolution du nombre d'abonnés sur oct et nov jusqu'à un total de 770 000 (objectif déc) et les revenus correspondants. Vous ne devriez pas obtenir des résultats très différents des miens.

Remarque : il y a bien une erreur dans mon raisonnement. Je fais en effet abstraction d'une TVA, anglaise sur l'ensemble des revenus de Spotify, de 15,7 %, de mémoire, ce qui peut reporter l'équilibre à 2011 plutôt que 2010.

Sur cette base, j'attends votre retour et vos remarques,

Cordialement,

PA

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### OLIVIER

le 7 décembre 2010 - 16:04 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Merci Pascal de partager ces données avec moi

je prendrais sûrement le temps ce weekend de faire le modèle pour Spotify, qui nécessite quelques recherches sur la TVA (en particulier avec l'application des réglementations européennes sur les services électroniques), et des projections concernant l'impact des nouvelles offres :)

Cordialement

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### WILNOCK

le 18 décembre 2010 - 13:13 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Peut-être que c'est écrit quelque part, mais ça ne m'a pas sauté aux yeux: Pour moi, si SPOTIFY est sur le point de montrer que la musique en ligne peut être rentable (en tant que distributeur), c'est surtout car c'est de réelement de l'Internet, en particulier qu'il n'y a pas d'intelligence autre que dans l'extrémité du réseau.

spotify n'a pas a prendre en charge une quelconque cout de bande passante autre que le chargement de son propre client, puisque l'echange se fait ensuite en P2P, apres quoi spotify ne fait que mesurer les audiences et les validites de comptes.

Bien sur que le freemium ca marche, mais a condition que ce soit de l'Internet: non-centre, mais distribue et correctement pense.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## 1 ping

Tweets that mention Spotify : le freemium devient rentable ? » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 6 décembre 2010 - 13:29

[...] This post was mentioned on Twitter by Alexis MONS, Valentin Squirelo, telcos, Elisabeth R., impnamed and others. impnamed said: RT @owni: Spotify : le freemium devient rentable ? <http://bit.ly/hJ6xUI> sur @ownimusic [...]