

Rapport économique Deezer

Identités : Kerzreho Andréa, Koperecz Ethan, Leenknecht, Limon Tom, Lorenzini Thomas

Année 2024/2025



Nord
Franche-Comté
Belfort - Montbéliard

UNIVERSITÉ 
FRANCHE-COMTÉ



Sommaire

Introduction.....	4
1. Croissance du chiffre d'affaires en 2023.....	5
1.1 Augmentation de la base d'abonnés.....	5
1.2 Partenariats stratégiques avec les opérateurs télécoms.....	5
1.3 Expansion géographique.....	6
2. Réduction des pertes et gestion des coûts.....	7
2.1 Optimisation des coûts opérationnels.....	7
2.2 Diversification des revenus.....	7
3. Innovations et nouvelles fonctionnalités.....	8
3.1 Personnalisation et recommandations musicales.....	8
3.2 Intégration multiplateforme et accessibilité.....	9
3.3 Fonctionnalités sociales et expérience partagée.....	9
4. Perspectives financières et objectifs pour 2024-2025.....	10
4.1 Maintien de la croissance des abonnements.....	10
4.2 Renforcement des partenariats et expansion sur de nouveaux marchés..	10
4.3 Poursuite de l'optimisation des coûts.....	11

Introduction (Noa)

Deezer, l'un des leaders mondiaux du streaming musical, continue de jouer un rôle prépondérant dans l'évolution de l'industrie de la musique numérique depuis sa fondation en 2007. En offrant un accès à un vaste catalogue musical via un modèle d'abonnement, Deezer s'est positionné comme une alternative de qualité à des géants tels que Spotify et Apple Music. L'entreprise a traversé des périodes de croissance rapide, de changements stratégiques et de défis opérationnels, tout en renforçant son engagement à fournir une expérience utilisateur optimisée.

En 2023, Deezer a réalisé des progrès notables en termes de performances financières, atteignant une croissance du chiffre d'affaires significative tout en réduisant ses pertes. L'année a également été marquée par une expansion géographique, l'introduction de nouvelles fonctionnalités et l'optimisation des coûts. Ce rapport explore les résultats financiers de Deezer, met en lumière les stratégies qui ont conduit à cette performance, et analyse les perspectives pour les années à venir.

1. Croissance du chiffre d'affaires en 2023

L'année 2023 a été marquée par une hausse notable du chiffre d'affaires pour Deezer, qui a atteint 484,7 millions d'euros, ce qui représente une croissance de 7,4 %. Cette performance s'explique par plusieurs stratégies efficaces : une base d'abonnés en expansion, des partenariats solides, et l'entrée sur de nouveaux marchés prometteurs.

1.1 Augmentation de la base d'abonnés (Thomas)

En 2023, Deezer a vu son nombre d'abonnés grimper, avec 1,1 million de nouveaux abonnés. Cette croissance a permis d'augmenter la part des utilisateurs payants, ce qui est une source de revenus clé pour la plateforme. Pour y arriver, Deezer a misé sur une stratégie marketing digitale hyper ciblée. Grâce à des campagnes publicitaires bien ficelées sur des réseaux comme Instagram, Facebook, et TikTok, Deezer a réussi à captiver l'attention des jeunes adultes, un public essentiel pour le streaming musical.

Le secret derrière ces abonnements ? Des essais gratuits de plusieurs mois qui ont incité les utilisateurs à tester la plateforme, avec un taux de conversion élevé à la fin des essais. Mais ce n'est pas tout ! Deezer a aussi diversifié ses offres avec des abonnements pour les familles, les étudiants, et des options premium, qui permettent d'écouter de la musique en qualité audio haute résolution. Résultat : une meilleure rétention des clients et des revenus plus réguliers, surtout sur les marchés où le prix est un facteur décisif, comme en Amérique Latine et en Asie du Sud-Est.

Là où Deezer a fait fort, c'est aussi sur la personnalisation. Ils ont boosté leurs algorithmes de recommandations musicales grâce à l'intelligence artificielle, ce qui a permis de proposer des playlists adaptées aux goûts de chaque utilisateur. Ça, ça a carrément renforcé l'engagement des abonnés tout en réduisant le taux de désabonnement, car les gens trouvent plus facilement de la musique qui leur plaît.

1.2 Partenariats stratégiques avec les opérateurs télécoms (Thomas)

En plus de cette stratégie d'abonnés, Deezer a multiplié les partenariats avec des opérateurs télécoms de premier plan comme Orange, Vodafone, et Telefónica. Ces collaborations permettent d'intégrer des abonnements Deezer dans des forfaits mobiles, rendant l'accès à la plateforme beaucoup plus simple pour les utilisateurs. C'est un win-win : les opérateurs offrent un service sympa dans leurs abonnements, et Deezer gagne de nouveaux abonnés à moindre coût.

Ces partenariats ont aussi permis à Deezer de réduire les coûts de marketing, car ces abonnés arrivent directement via leur opérateur. Par exemple, en France, certains clients d'Orange bénéficient d'un abonnement gratuit ou à prix réduit à Deezer, ce qui augmente la visibilité et l'attrait de la plateforme. Grâce à ces accords, Deezer a pu entrer dans de nouveaux marchés sans avoir à payer de gros frais de distribution.

Ces partenariats ne servent pas seulement à attirer de nouveaux utilisateurs, mais ils aident aussi à garder les abonnés. Les utilisateurs qui accèdent à Deezer via leur opérateur sont plus enclins à rester abonnés, ce qui réduit le taux de désabonnement.

1.3 Expansion géographique (Andrea)

Enfin, Deezer s'est fortement développé à l'international, notamment en Amérique Latine, en Afrique, et en Asie du Sud-Est, des régions où le streaming musical est en plein essor. En Afrique, par exemple, l'utilisation des smartphones est en plein boom, et Deezer a bien compris qu'il fallait adapter ses offres aux besoins locaux. Ils ont lancé des abonnements à bas prix, avec des solutions de paiement mobile faciles pour ceux qui n'ont pas de carte bancaire.

De plus, Deezer a intégré dans son catalogue des artistes et du contenu local, ce qui a permis d'attirer les utilisateurs africains en leur offrant une plateforme plus proche de leurs goûts musicaux. C'est pareil en Asie du Sud-Est, où Deezer a noué des partenariats avec des acteurs locaux,

permettant de proposer leur service dans des régions où le streaming commence à se développer.

En diversifiant ainsi ses marchés, Deezer a réussi à limiter sa dépendance aux marchés européens et nord-américains, où la croissance commence à ralentir. En entrant dans ces nouveaux territoires, ils se positionnent pour capter un gros potentiel de croissance à long terme.

2. Réduction des pertes et gestion des coûts

En parallèle de sa croissance, Deezer a aussi mis le paquet pour réduire ses pertes en 2023. Ils ont réussi à diminuer de 50 % leurs pertes par rapport à 2022, atteignant un EBITDA ajusté de 29 millions d'euros de pertes. Cela fait partie de leur stratégie pour rationaliser les coûts et améliorer l'efficacité de l'entreprise.

2.1 Optimisation des coûts opérationnels (Noa)

L'un des axes principaux pour améliorer leurs finances a été de mieux gérer leurs coûts opérationnels. Deezer a mis en place plusieurs mesures pour rationaliser ses opérations. Par exemple, ils ont renégocié certains contrats avec les maisons de disques et les distributeurs de contenu pour obtenir de meilleures conditions. Cela leur a permis de réduire le coût des licences musicales tout en continuant à proposer un catalogue large et varié.

Mais ce n'est pas tout. Deezer a également fait de gros efforts pour moderniser son infrastructure technologique. Ils ont investi dans des solutions cloud plus efficaces, ce qui leur a permis d'automatiser certains processus internes. Résultat : des coûts réduits sur la gestion des serveurs et le traitement des données, tout en augmentant la capacité à gérer un nombre important d'utilisateurs en simultané. Grâce à ces améliorations,

Deezer a pu réduire ses frais généraux tout en garantissant une meilleure expérience utilisateur.

2.2 Diversification des revenus (Andrea)

En parallèle de la gestion des coûts, Deezer a cherché à diversifier ses sources de revenus pour ne pas uniquement dépendre des abonnements. Ils ont notamment mis en place des stratégies pour mieux monétiser les utilisateurs gratuits, grâce à la publicité. En 2023, Deezer a lancé des formats publicitaires plus innovants et moins intrusifs, ce qui a permis d'augmenter les revenus publicitaires tout en gardant une bonne expérience pour les utilisateurs.

En plus de la pub, Deezer a également multiplié les partenariats de marque. Ils ont collaboré avec plusieurs entreprises pour proposer des offres conjointes, comme des abonnements Deezer offerts lors de l'achat de produits technologiques ou d'autres services. Par exemple, certains fabricants d'appareils connectés ont intégré Deezer dans leurs offres, permettant à leurs clients de profiter de la plateforme. Ces initiatives ont permis à Deezer de se faire connaître auprès de nouvelles audiences et de générer des revenus supplémentaires tout en augmentant la visibilité de la marque.

Enfin, Deezer a aussi investi dans des contenus exclusifs pour ses abonnés premium. Cela inclut des lives privés avec des artistes, des podcasts en avant-première, et d'autres avantages qui rendent l'abonnement premium plus attractif. Ces initiatives ont contribué à renforcer la fidélité des abonnés et à augmenter la valeur de chaque abonnement, tout en différenciant Deezer de ses concurrents dans un marché saturé.

3. Innovations et nouvelles fonctionnalités

En 2023, Deezer a continué à investir dans des innovations pour offrir une expérience utilisateur plus poussée et immersive. Face à un marché hyper concurrentiel, ces évolutions ont permis à la plateforme de maintenir sa compétitivité et d'accroître l'engagement des utilisateurs. Les efforts ont principalement porté sur la personnalisation, l'intégration multiplateforme et les fonctionnalités sociales.

3.1 Personnalisation et recommandations musicales (Andrea)

La personnalisation de l'expérience utilisateur est devenue un point central chez Deezer. Ils ont revu leurs algorithmes de recommandations pour les rendre encore plus performants grâce à l'intelligence artificielle. Concrètement, chaque utilisateur voit ses goûts musicaux analysés en profondeur, en fonction de ses écoutes régulières, ses playlists et ses interactions. Ce processus permet à Deezer de proposer des suggestions hyper adaptées, faisant découvrir de nouveaux artistes tout en conservant ce que l'utilisateur aime déjà.

Une fonctionnalité particulièrement appréciée est le Flow, un mix entre découvertes et morceaux déjà aimés, qui reflète parfaitement l'esprit de la personnalisation musicale chez Deezer. Cette personnalisation a non seulement renforcé l'engagement des utilisateurs, mais elle a aussi réduit le taux de désabonnement, puisque chaque utilisateur sent que la plateforme "comprend" ses goûts musicaux.

3.2 Intégration multiplateforme et accessibilité (Ethan)

Deezer ne s'est pas limité à la personnalisation. Ils ont aussi multiplié les efforts pour rendre la plateforme accessible sur un maximum de

supports. En 2023, ils ont intégré leur service à plusieurs appareils connectés comme Google Home, Amazon Echo, et les téléviseurs intelligents. Les utilisateurs peuvent ainsi contrôler leur musique via des commandes vocales ou des applications sur différents appareils, ce qui améliore la fluidité et la flexibilité de l'expérience.

L'intégration ne s'arrête pas là : Deezer a également rendu son application disponible sur des montres connectées, permettant aux utilisateurs de contrôler leur musique, où qu'ils soient, directement depuis leur poignet. Grâce à cette stratégie d'intégration multiplateforme, Deezer réussit à augmenter le temps passé par les utilisateurs sur la plateforme et à renforcer leur attachement au service.

3.3 Fonctionnalités sociales et expérience partagée (Ethan)

Deezer a aussi misé sur le côté social. En 2023, ils ont lancé une fonctionnalité de playlists collaboratives, où plusieurs utilisateurs peuvent ajouter des morceaux dans une même playlist. C'est une fonctionnalité super pratique, notamment pour les soirées ou les événements en groupe, car tout le monde peut y contribuer en temps réel.

De plus, Deezer a intégré des options de partage vers les réseaux sociaux. Désormais, les utilisateurs peuvent facilement montrer à leurs amis ce qu'ils écoutent, recommander des playlists ou des morceaux directement via des stories Instagram ou Facebook. Ce genre d'intégration sociale aide non seulement à créer une communauté autour de Deezer, mais aussi à donner de la visibilité à la plateforme via les partages naturels de ses abonnés.

4. Perspectives financières et objectifs pour 2024-2025

Après une année 2023 encourageante, Deezer se prépare pour l'avenir avec des objectifs financiers clairs. L'entreprise vise à atteindre un EBITDA ajusté positif d'ici 2025, un jalon important pour leur rentabilité. Pour cela, ils ont établi plusieurs stratégies pour soutenir cette trajectoire.

4.1 Maintien de la croissance des abonnements (Tom)

Pour garder le rythme sur l'acquisition d'abonnés, Deezer prévoit de diversifier encore plus ses offres. Actuellement, ils proposent déjà des abonnements familiaux, étudiants, et premium, mais ils envisagent d'aller plus loin en lançant de nouvelles formules pour des segments spécifiques, comme des abonnements pour entreprises. Ce type d'abonnement permettrait aux entreprises d'offrir des comptes Deezer à leurs employés, renforçant ainsi leur offre sociale.

De plus, Deezer continuera à miser sur la personnalisation des services et les innovations technologiques. Ils comptent améliorer encore leurs algorithmes de recommandation pour offrir une expérience encore plus fine et ajouter du contenu exclusif, qui attirera davantage d'utilisateurs premium. L'idée est de faire en sorte que les gens trouvent toujours plus de valeur dans leur abonnement, les incitant à rester abonnés sur le long terme.

4.2 Renforcement des partenariats et expansion sur de nouveaux marchés (Andrea)

L'expansion reste une priorité. Deezer a déjà eu du succès en Amérique latine et en Asie, et maintenant ils prévoient de s'étendre en Afrique et

dans d'autres marchés émergents où le streaming musical est en pleine croissance. Pour cela, ils continueront à s'appuyer sur leurs partenariats avec les opérateurs télécoms, qui jouent un rôle essentiel dans la capture de nouveaux utilisateurs à moindre coût.

Ces partenariats permettent à Deezer de proposer des abonnements intégrés dans les forfaits mobiles, ce qui facilite l'accès à leur service dans ces nouvelles régions. De plus, Deezer prévoit de renforcer son intégration avec des produits technologiques, comme des appareils connectés, pour multiplier les points d'accès à leur plateforme et répondre à la demande croissante mondiale pour le streaming musical.

4.3 Poursuite de l'optimisation des coûts (Tom)

Enfin, Deezer va continuer à optimiser ses coûts. Cela passe par l'automatisation de ses processus internes, qui réduit la charge de travail humaine et donc les dépenses opérationnelles. En plus de cela, Deezer va chercher à faire des économies d'échelle en élargissant sa base d'abonnés et en consolidant ses partenariats existants.

Un autre point clé sera la réduction des coûts liés aux licences musicales. En continuant à négocier avec les maisons de disques et les distributeurs, Deezer espère réduire ses dépenses en contenu tout en offrant aux utilisateurs un accès à une grande variété de musiques. L'objectif est clair : faire en sorte que la plateforme reste rentable tout en maintenant une offre riche et diversifiée.

Sitographie

Rapport économique officiel de Deezer :

Auteur : Abellenger

Date : 28 Février 2024

Commentaire : Différentes informations relatives à l'économie et au développement de l'entreprise Deezer durant l'année 2023/2024 et les différentes prévisions pour les années à venir établies par l'entreprise

URL: <https://newsroom-deezer.com/fr/2024/02/deezer-resultats-2023-performance-et-dynamique-solides-confirmation-des-objectifs-financiers-2024-25/>

Les stratégies partenariales de Deezer :

Auteur : Alice Vitard

Date : 27 Octobre 2023

Commentaire : Les différentes stratégie partenariales utilisée par Deezer

URL <https://www.usine-digitale.fr/editorial/les-strategies-partenariales-de-deezer-semblent-porter-leurs-fruits.N2188168>

Annexe

Sommaire Annexe

Image 6.....	13
Image 5.....	14
Image 4.....	15

ÉTAT CONSOLIDÉ DE LA SITUATION FINANCIÈRE

(en milliers d'euros)	31 décembre 2023	31 décembre 2022
Actifs		
Goodwill	7 487	15 070
Immobilisations incorporelles	260	524
Immobilisations corporelles	4 915	5 881
Droit d'utilisation	16 736	21 061
Actifs financiers non courants	5 337	5 440
Autres actifs non courants	525	1 705
Total des actifs non courants	35 260	49 681
Clients et comptes rattachés	70 362	47 713
Autres actifs courants	25 769	23 051
Trésorerie et équivalents de trésorerie	63 605	113 610
Total des actifs circulants	159 736	184 374
Total des actifs	194 996	234 055
Capitaux propres et passifs		
Capital social	1 216	1 211
Prime d'émission	483 970	483 976
Actions auto-détenues	(363)	(320)
Réserves consolidées	(654 079)	(501 852)
Résultat net	(57 666)	(167 702)
Capitaux propres - part du groupe	(226 922)	(184 687)
Intérêts ne conférant pas le contrôle	940	2 866
Total des capitaux propres	(225 982)	(181 821)
Provisions pour avantages au personnel	500	692
Dettes de location non courantes	15 097	19 040
Passifs financiers	13 933	23 288
Total des passifs non courants	29 530	43 020
Provisions pour risques	14 838	16 018
Dettes de location courantes	3 676	4 060
Passifs financiers	7 115	4 988
Fournisseurs et comptes rattachés	298 990	283 373
Dettes fiscales et sociales	31 446	37 990
Produits constatés d'avance	33 781	23 193
Autres passifs	1 602	3 234
Total des passifs courants	391 448	372 856
Total des passifs	420 978	415 876
Total des capitaux propres et des passifs	194 996	234 055

Figure 1: Etat consolidé de la situation financière de DEEZER

INDICATEURS FINANCIERS CLÉS

En millions d'euros	2023	2022	Variation	Variation à taux de change constants
Chiffre d'affaires total	484,7	451,2	+7,4%	+7,6%
Par trimestre				
T1	115,2	108,2	+6,5%	+6,2%
T2	118,0	111,2	+6,1%	+6,9%
T3	120,7	115,2	+4,8%	+5,5%
T4	130,7	116,6	+12,1%	+12,2%
Par segment				
Direct	331,1	317,2	+4,4%	+4,8%
Partenariats	135,7	118,5	+14,5%	+14,0%
Autres	17,8	15,5	+15,4%	+16,5%
Par géographie				
France	288,1	273,2	+5,5%	+5,5%
Reste du monde	196,6	178,0	+10,4%	+10,9%

En millions d'euros	2023	2022	Variation
Chiffre d'affaires total	484,7	451,2	+7,4%
Marge brute ajustée²	110,3	98,0	+12,6%
En % du chiffre d'affaires total	22,7%	21,7%	+1,0 pt
EBITDA ajusté²	(28,8)	(55,7)	(48,4)%
En % du chiffre d'affaires total	(5,9)%	(12,4)%	+6,4 pts
Résultat net	(59,6)	(168,5)	(64,6)%

En millions d'euros	31 décembre 2023	31 décembre 2022
Trésorerie et équivalents de trésorerie	63,6	113,6
Dette financière	(21,0)	(28,3)
Trésorerie nette	42,6	85,3

	2023	2022	Variation
Nombre total d'abonnés⁽¹⁾	10,5	9,4	+11,5%
Direct	5,6	5,6	-
dont France	3,7	3,5	+5,9%
dont Reste du monde	2,0	2,2	(9,4)%
Partenariats	4,8	3,8	+28,9%
ARPU (en €/mois hors taxes)			
Direct	4,9	4,7	+3,9%
Partenariats	2,8	2,6	+11,0%

⁽¹⁾ Au 31 décembre, en millions

² La Marge brute ajustée et l'EBITDA ajusté sont des indicateurs non IFRS. Une réconciliation des indicateurs financiers non-IFRS est disponible en annexe de ce communiqué.

Figure 2: Indicateurs financiers clés de DEEZER

ÉTAT CONSOLIDÉ DES FLUX DE TRÉSORERIE

en milliers d'euros	Douze mois au 31 décembre	
	2023	2022
Activités opérationnelles		
Résultat net	(59 586)	(168 477)
Ajustements pour :		
- Amortissements (hors dépréciation des actifs courants)	16 319	8 780
- Dotations nettes aux provisions	(1 014)	4 649
- Paiements fondés sur des actions	16 968	88 235
- Plus ou moins-values de cessions	(16)	(7 449)
- Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence (nette des dividendes distribués)	-	360
- Actualisation des profits et des pertes	(2 776)	(1 821)
- Coûts de la dette nette (dont intérêts sur dettes de location)	(1 325)	1 543
- Impôt sur le résultat	917	997
Variations du besoin de fonds de roulement :		
- (Augmentation)/diminution des créances clients et autres actifs	(31 951)	(20 711)
- Augmentation/(diminution) des dettes fournisseurs et autres passifs	23 896	45 122
Impôt sur le résultat payé	(1 426)	(6)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	(39 994)	(48 778)
Activités d'investissement		
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(2 095)	(3 053)
Acquisitions d'actifs financiers non courants	-	274 875
Produits de cession d'immobilisations incorporelles et corporelles	16	22
Produits de cession d'actifs financiers non courants	102	12
Incidence des variations de périmètre	-	7 220
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement	(1 977)	279 076
Activités de financement		
Augmentation du capital social et primes d'émission (nette des coûts)	-	105 165
Remboursements d'emprunts	(5 164)	(251 569)
Rachats d'actions ordinaires	(44)	(390)
Produits de l'émission de la dette à long terme	747	422
Remboursement des dettes de location	(5 190)	(4 512)
Intérêts nets payés (dont contrats de location-financement)	1 317	(1 617)
Autres flux de trésorerie liés aux activités de financement	(92)	-
Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement	(8 426)	(152 501)
Effet des variations de taux de change sur la trésorerie et les équivalents de trésorerie	392	716
Variation de la position de trésorerie nette	(50 005)	78 513
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	113 610	35 097
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	63 605	113 610
Variation de la position de trésorerie nette	(50 005)	78 513

Figure 3: Etat consolidé des flux de trésorerie de DEEZER