



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

Thermomètre de l'ARPU

A force de participer à des comités de sélection chez **Scientipôle Initiative** et d'expertiser des dossiers de startups, je me suis demandé comment disposer de repères pour jauger des prévisions de chiffre d'affaire.

J'ai donc consolidé dans un tableau une mesure du revenu par utilisateur pour différents types de business. Ce calcul de « l'Average Revenue per User » fournit un repère intéressant par rapport aux sociétés existantes d'un secteur d'activité. Et en particulier pour celles qui vivent d'un revenu publicitaire.

Le tableau suivant rassemble donc quelques uns de ces ARPU pour des éditeurs de logiciels, sociétés Internet, médias et opérateurs télécoms. Le PDF pour y voir quelque chose et avec plus de détails est [ici](#).

L'ARPU est ici calculé à partir du chiffre d'affaire annuel de la société ou de l'activité considérée, divisé par le nombre d'utilisateurs. Ce nombre d'utilisateurs est soit un trafic d'utilisateurs uniques mensuel pour les activités web, soit un nombre d'abonnés moyen pour les services payants.

Company or business	Years of existence	Revenue / Y (m€)	UU / Mo (million)	Business modèle	Yearly ARPU (Euro)	Yearly ARPU (\$)
Saledrama	8	510€	0,75	Paid service	6,70	9,09
Boursorama	9	2,0	0,130	Paid service	55,7	78,0
Mobile operators	11			Paid service	432	605
Carni	21	1630	8,6	Paid service	422	591
Free	7	1748	7,67	Paid service	420	581
Moulic	6	78	0,126	Paid service	188	256
TFL	26	1336	22	Advertising	24	33
Microsoft	32	31,14	940	Paid service	38	53
Google total	9	12084	400	Advertising	17,3	24
Google AdWords	9	830	530	Advertising	14,8	21
Yahoo	17	3914	420	Advertising	6,2	8,7
Autism	26	4,7	1,1	Paid service	4,2	5,9
MaxiMiles	8	11,8	3	Affiliation	3,9	5,5
Autofreemium	8	27,8	10,4	Advertising	2,5	3,5
MySpace	4	134	220	Advertising	2,9	4,0
MSN	12	1429	528	Advertising	2,7	3,8
AlloChic	8	12	5	Advertising	2,4	3,4
C-NET networks	11	271	120	Advertising	2,2	3,1
Sky 3a	5	483	220	Média	2,2	3,1
Facebook	8	107	50	Advertising	2,1	2,9
MyVibes	7	25	12	Advertising	2,1	2,9
SeniorPlanet	11	2,4	1,5	Advertising	1,6	2,2
Doctissimo	7	7,5	14,8	Advertising	0,5	0,7

Le tableau montre la grande disparité des ARPU selon le modèle économique. On constate que les modèles Internet financés par la publicité génèrent entre 0 et une quinzaine d'Euros par an et par utilisateur mensuel. Dans un grand nombre de startups modestes, cet ARPU est inférieur à un Euro, mais il n'apparaît pas ici car ces données ne sont pas publiques, les sociétés en question n'étant pas cotées et ne publiant pas leur chiffre d'affaire !

La manière d'augmenter l'ARPU consiste à augmenter la valeur générée : du service – surtout s'il est payant, et

de la publicité, si le modèle de services est gratuit. Plus la publicité sera contextuelle ou comportementale, plus le revenu par contact sera élevé, mais peu de sites excellent dans ce domaine. Résultat: un ARPU qui navigue entre 1,5€ et 3,5€ par utilisateur. A l'exception notable de Yahoo et Google qui sont bien plus haut grâce à une activité très diversifiée (pour Yahoo) et une valeur de la publicité meilleure pour le search (pour Google).

Cette analyse est bien entendu partielle. Il faut ensuite intégrer le coût d'acquisition de chaque utilisateur, et son coût d'exploitation, pour avoir une idée de la rentabilité du modèle. L'autre dimension à prendre en compte est le temps nécessaire pour obtenir les performances indiquée dans le tableau. En général, au moins cinq ans.

A quoi cela peut-il servir? Par exemple, à donner quelques indications aux entrepreneurs en herbe sur quelques références du marché, pour ne pas sortir trop des clous (cf mon post sur les **plans financiers des startups**). Et à prendre un peu de recul sur ce qui pourrait arriver dans le futur. Par exemple, un grand média comme TF1 me semble quelque peu menacé à terme. Son ARPU pourrait baisser au profit de sociétés comme Google et ceux qui sauront capter les revenus publicitaires de la nouvelle télévision numérique (IPTV & co).

Je vais continuer à enrichir ce tableau au gré des informations glanées. Donc, si vous avez quelques références à partager sur le revenu et le nombre d'utilisateurs de sites web ou médias qui manqueraient à ce tableau, je suis preneur!

Cet article a été publié le 4 novembre 2007 et édité en PDF le 23 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>