

# Spotify augmente encore une fois ses prix, les abonnés en ont marre

Apps Par Robin Sabbadini le 16 janvier 2026 à 15h29

1 commentaire

Troisième hausse en moins de trois ans, Spotify poursuit sa stratégie d'augmentations tarifaires systématiques. La grogne commence à monter chez les abonnés qui risquent de partir chez la concurrence.



© Spotify / Canva

Spotify vient d'annoncer **une nouvelle augmentation de ses tarifs** aux États-Unis, en Estonie et en Lettonie. C'est la troisième fois en moins de trois ans que la plateforme de streaming musical la plus populaire au monde fait passer ses abonnés à la caisse. **L'abonnement individuel Premium grimpe à 12,99 dollars par mois, soit 2 dollars de plus qu'Apple Music et YouTube Music qui restent à 10,99 dollars.** Les formules Duo et Famille subissent des hausses encore plus importantes, respectivement 2 et 3 dollars supplémentaires par mois. Même les étudiants ne sont pas épargnés avec une hausse d'un dollar.

## Une stratégie d'augmentation permanente

Depuis son lancement aux États-Unis en 2011, Spotify avait maintenu son abonnement individuel à 9,99 dollars pendant plus d'une décennie. Mais depuis juillet 2023, la plateforme a basculé dans une logique d'augmentations régulières. Première hausse à 10,99 dollars en 2023, deuxième passage à 11,99 dollars en juin 2024, et maintenant 12,99 dollars en janvier 2026. En trois ans à peine, l'abonnement a pris 3 dollars, soit une augmentation de 30 %.

Cette stratégie ne sort pas de nulle part. Les analystes de JPMorgan estiment qu'une simple hausse d'un dollar par mois aux États-Unis pourrait générer 500 millions de dollars de revenus annuels supplémentaires, de quoi faire briller les yeux des actionnaires.

Spotify justifie ces hausses par sa volonté de « continuer à offrir la meilleure expérience possible et de soutenir les artistes ». La plateforme peut se targuer d'avoir réalisé son premier exercice complet, rentable en 2024 avec 1,4 milliard d'euros de bénéfices d'exploitation. Avec 281 millions d'abonnés payants dans le monde, dont 25 % en Amérique du Nord, l'entreprise suédoise a les reins solides. Mais cette rentabilité nouvelle ne semble pas suffire puisque les marges bénéficiaires continuent de baisser et les investissements massifs dans les podcasts, les livres audio et l'intelligence artificielle coûtent cher.

Si cette tendance se confirme, l'abonnement individuel français pourrait atteindre entre 13 et 15 euros si on suit la logique. Pour un service qui était proposé à 9,99 euros à son lancement, on serait alors à une augmentation de 50 % en quelques années seulement. La formule Famille pourrait dépasser les 23 euros mensuels, creusant encore davantage l'écart avec les autres plateformes.

Spotify mise sur son ergonomie reconnue, ses algorithmes de recommandation et son interface pour retenir ses abonnés. Mais jusqu'où peut-on pousser les prix sans perdre des clients ? La plateforme a beau affirmer que les taux de désabonnement restent faibles malgré les hausses précédentes, la multiplication des augmentations pourrait bien finir par éroder la fidélité des utilisateurs. Surtout quand la concurrence propose des services équivalents, voire supérieurs en qualité audio, à des tarifs nettement inférieurs.

Pour ne manquer aucune news sur le Journal du Geek, suivez-nous sur Google et sur notre canal WhatsApp. Et si vous nous adorez, on a une newsletter tous les matins.

Partagez

f

X

1 commentaire

Signaler une erreur

ABONNEMENT

AUGMENTATION

SPOTIFY

## La grogne monte sur les réseaux sociaux

Sur les forums et réseaux sociaux, la grogne monte. Certains utilisateurs pointent la multiplication des fonctionnalités dont ils ne veulent pas en imposant des podcasts, des audiobooks, de l'IA, alors que la plupart veulent juste écouter de la musique.

«C'est comme déplacer la Statue de la Liberté» : avant de la faire décoller, la NASA... HBO développe une série Game of Thrones sur un...

## Les dernières actualités

Test Valco VMK25.2 : que vaut vraiment ce casque finlandais à moins de 200 euros ?

Critique The Rip : Matt Damon et Ben Affleck jouent les flics ripoux sur Netflix

Réchauffement climatique : la planète frôle un seuil critique après trois années hors...

«C'est comme déplacer la Statue de la Liberté» : avant de la faire décoller, la NASA... Test ROG XBox Ally : pourquoi en acheter quand la Switch 2 est sur le marché ?

Une "taxe péché" de 50% sur les revenus OnlyFans ? Les...

HBO développe une série Game of Thrones sur un...

## Journal du Geek

We and our 265 partners wish to store and access information on your devices (such as cookies and pixels), and collect personal data on this site to process it along with both known and future information (such as identifiers, browsing history, preferences, purchases, phone number, postal, IP and email addresses, precise geolocation, etc.).

This is used to develop and provide you with services, content, commercial offers, and advertisements across your various devices and screens (including by email, mail, texts, phone, audio, and video), to personalize and measure them, and to conduct audience research and analysis.

You can "accept all" and withdraw your consent at any time via the "cookies" footer link. You can also "set detailed preferences" to object to more limited processing activities. These choices remain valid for 6 months.

powered by data

Set your choices

Accept all



Contactez-nous !

## Pour la publicité

(Espaces publicitaires, opérations spéciales, et autres...)

Keleops Media

[Application Android](#) [Application iOS](#)

Copyright © 2005 - 2026 Keleops France, Tous droits réservés [Contact](#) [À propos](#) [Publicité](#) [C.G.U.](#) [Politique de confidentialité](#)

## Journal du Geek

We and our 265 **partners** wish to store and access information on your devices (such as cookies and pixels), and collect personal data on this site to process it along with both known and future information (such as identifiers, browsing history, preferences, purchases, phone number, postal, IP and email addresses, precise geolocation, etc.).

This is used to develop and provide you with services, content, commercial offers, and advertisements across your various devices and screens (including by email, mail, texts, phone, audio, and video), to personalize and measure them, and to conduct audience research and analysis.

You can "accept all" and withdraw your consent at any time via the "cookies" footer link. You can also "set detailed preferences" to object to more limited processing activities. These choices remain valid for 6 months.

powered by data

[Set your choices](#)

[Accept all](#)