

1. "MON CA PROGRESSE, DONC MA BOÎTE VAUT PLUS." FAUX.

Un acquéreur ne regarde pas seulement combien vous facturez, mais comment vous facturez.

1€ de revenu récurrent ne vaut pas la même chose qu'1€ de commande ponctuelle.

Un carnet contractualisé se paie **10 à 20 %** de plus qu'un CA de projets ponctuels, et jusqu'à **30 à 50 % sur les modèles à forte récurrence**. À l'inverse, un client qui pèse plus de 30 % du CA entraîne une décote de 15 à 30 %.

2. CONCRÈTEMENT ÇA SERT À QUOI ?

Pourquoi c'est crucial :

a. C'est la prévisibilité de votre CA qui détermine la confiance de l'acquéreur

b. C'est ce qui justifie un multiple supérieur (ou inférieur) à la moyenne du secteur

c. C'est ce que les fonds analysent en premier dans une due diligence commerciale

TAUX DE RÉCURRENCE

= **Recurring Revenue Rate**

C'est la part de votre chiffre d'affaires qui se renouvelle automatiquement d'une année sur l'autre, sans effort commercial supplémentaire : abonnements, contrats pluriannuels, maintenance récurrente.

COMMENT LA MESURER ?

a. Taux de récurrence :

REVENUS RÉCURRENTS ANNUELS / CA TOTAL X 100 = TAUX DE RÉCURRENCE

b. Taux de concentration :

CA DES TOP 5 CLIENTS / CA TOTAL X 100 = TAUX DE CONCENTRATION TOP 5

3. TAUX DE RÉTENTION CLIENTS B2B PAR SECTEUR (EN NOMBRE DE COMPTES)

Plus le taux est élevé, plus les clients reviennent d'une année sur l'autre, signe de revenus prévisibles et d'une relation commerciale solide.

⚠ Décotes à prévoir si :

- contrats clients résiliables/sans engagement
- clauses de changement de contrôle
- CA dominé par les affaires one-shot

SECTEUR	TAUX DE RÉTENTION
Énergie / Utilities	89%
Services IT	88%
Logiciels B2B	86%
Services industriels B2B	83%
Services financiers	81%
Services professionnels	73%

SECTEUR	TAUX DE RÉTENTION
Télécommunications	69%
Industrie manufacturière	65%
Biens de consommation	60%
Logistique	60%
Distribution / Wholesale	44%

4. EN BREF, LA CHECKLIST DU CODIR

Le revenu récurrent est-il vraiment contractuel ?

→ Distinguer le récurrent sous contrat écrit du récurrent "par habitude". Seul le premier porte une prime. Vérifier durée d'engagement et clauses de sortie.

Où se situe-t-on par rapport au secteur ?

→ Comparer son taux de rétention à la médiane sectorielle. En dessous, l'acquéreur anticipe une érosion et la traduit en earn-out ou en décote.

Comment évolue le mix dans le temps ?

→ Regarder la trajectoire 3 à 5 ans, pas une photo. Un Top 3 clients qui s'alourdit d'année en année appelle un earnout ou une décote.