



Deezer et MajelanX visent une alliance dans l'audio automobile

Deezer et MajelanX ont annoncé à l'occasion du Mondial de l'Auto de Paris, une ambition commune pour explorer une collaboration stratégique dans le secteur automobile. Convaincues que le cockpit automobile constitue l'un des prochains territoires stratégiques de l'économie de l'attention, les deux entreprises envisagent un futur partenariat qui soutiendrait MajelanX dans le déploiement de son Augmented Intelligent Radio (AI-R).

Grâce à cette collaboration, majelanX s'appuierait sur l'expertise de Deezer en audio et en monétisation publicitaire pour accélérer le développement de sa plateforme de médias et de services embarqués. L'ambition affichée est de transformer le temps passé à bord en un espace de divertissement et d'interaction à forte valeur, réunissant radio, podcasts, actualités et contenus audio personnalisés dans une expérience unique. Le catalogue musical de Deezer pourrait, à terme, venir enrichir cette offre destinée aux conducteurs.

Pour Deezer, cette collaboration ouvrirait de nouvelles perspectives de croissance et permettrait d'élargir la portée de ses technologies existantes, tout en créant de nouvelles opportunités de valorisation de son catalogue grâce aux véhicules définis par logiciel (Software Defined Vehicles).

L'Augmented Intelligent Radio de MajelanX est déjà déployé par Stellantis sur la DS 3 Maison Sarah Lavoine. L'entreprise ambitionne d'accompagner la transformation de plus de 300 millions de véhicules circulant sur les routes européennes, en allant progressivement au-delà de l'autoradio hérité du 20e siècle vers une plateforme logicielle intelligente capable d'orchestrer l'ensemble des contenus audio disponibles pour les conducteurs. MajelanX prévoit d'explorer en premier lieu ces nouvelles opportunités de monétisation sur la gamme DS en France, dès le début de l'année 2027.

Le marché mondial de l'Augmented Intelligent Radio est estimé à 12,44 milliards de dollars en 2026 et devrait atteindre 21,51 milliards de dollars en 2032, selon Frost & Sullivan, soit une croissance annuelle moyenne d'environ 10%.

En Chine, l'expérience à bord est déjà le premier critère d'achat pour 70% des automobilistes, selon Counterpoint Research (23 avril 2026). MajelanX affirme vouloir aider l'Europe à développer une nouvelle génération de technologies souveraines pour le véhicule défini par logiciel. L'entreprise a été sélectionnée par le gouvernement allemand pour le German Park de VivaTech, comme modèle de coopération franco-allemande.

« Nous sommes ravis de cette première étape avec Deezer, car nous sommes convaincus que le cockpit automobile représente la dernière frontière inexploitée de l'économie de l'attention », déclarent Jérôme Doncieux, fondateur, président et directeur général de MajelanX, et Franck Louis-Victor, co-directeur général de MajelanX.

Julien Delbourg, directeur commercial de Deezer, se dit « ravi d'engager des discussions pour ouvrir la voie à de nouvelles expériences audio et musicales en mobilité » : « Cela représente un nouveau levier de croissance pour "Deezer for business", en apportant nos capacités de monétisation et notre



expertise audio aux véhicules définis par logiciel. Avec Majelan X, nous pourrions aider à enrichir l'expérience à bord et créer davantage de valeur pour les constructeurs, les conducteurs et l'ensemble de l'écosystème musical. »

La Rédaction

5 915 articles publiés

Pour ne manquer aucune actualité de The Media Leader, suivez-nous sur la chaîne WhatsApp Google Actualités LinkedIn et TML Briefing sur Kessel

Inscrivez-vous gratuitement aux newsletters quotidiennes : Première édition en exclusivité dès minuit et TML Briefing dès 18h