

Lancés respectivement en 2000 et 2001, les bouquets de radio par satellite Sirius et XM ont annoncé, le 19 février 2007, leur intention de fusionner pour résister à la concurrence des autres moyens d'écouter la radio, que ce soit sur les baladeurs numériques ou sur Internet grâce aux [podcast](#). XM Radio, avec ses 7,63 millions d'abonnés fin 2006, et Sirius, avec 6 millions d'abonnés, ont indiqué que cette fusion se ferait « *entre égaux* », le nouveau groupe, détenu à parité par échange d'actions, devant peser 13 milliards de dollars (9,88 milliards d'euros) en Bourse, dont 1,6 milliard de dettes. Le nouvel ensemble a vocation à être dirigé par Mel Karmazin, actuellement PDG de Sirius.

La fusion devrait permettre d'économiser entre 3 et 7 milliards de dollars, notamment en mettant fin à la surenchère sur les contenus exclusifs du fait de l'intense concurrence entre les deux groupes dans leur course aux abonnés. Toutefois, cette fusion est conditionnée à l'approbation de la Federal Communications Commission (FCC) qui, lorsqu'elle leur avait accordé l'autorisation de développer leur service en 1997, avait interdit aux deux groupes de fusionner. Entre temps, les conditions du marché ont évolué, ce que font valoir XM Radio et Sirius, en insistant notamment sur les nouveaux modes d'écoute de la radio en ligne et sur le succès des baladeurs numériques. Mais les deux groupes, qui sont les seuls détenteurs d'une licence de radio par satellite, disposeraient après leur fusion d'un monopole sur le marché de la radio par satellite, un marché assez circonscrit puisqu'il concerne d'abord les automobilistes. En effet, la radio par satellite, si elle permet, pour une quinzaine de dollars par mois, de disposer d'une centaine de chaînes thématiques avec une qualité d'écoute supérieure à la diffusion FM, le tout sans coupures publicitaires, offre surtout une couverture nationale aux chaînes avec un emplacement unique sur le spectre. Elle permet ainsi aux automobilistes et routiers de circuler à travers les différents États américains sans coupure des émissions, une plus-value fortement appréciée puisque l'essentiel des abonnements est vendu par les concessionnaires automobiles.

Sources :

- « Radio payante : fusion des deux leaders américains », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 20 février 2007.
- « Radio par satellite : le projet de fusion entre Sirius et XM fait des vagues », *Les Echos*, 21 février 2007.