

NRJ lance son offensive podcasting

Après Europe 1, RTL ou BFM, c'est au tour de la première radio de l'Hexagone,

12,1 % d'audience, selon la dernière étude de Médiamétrie, de surfer sur la vague très lucrative venue d'outre atlantique, le podcasting. Disponibles depuis hier matin sur le site Internet du groupe, quatre programmes peuvent être téléchargés. Le « 6/9 », c'est-à-dire la matinale, le podcast de « *l'émission sans interdit* » diffusée la nuit, celui de « *T-Miss* », l'une des animatrices vedettes de la station et pour finir, une thématique dénommée les « *Interviews NRJ* ». Interrogé dans les colonnes du *Figaro* les dirigeants du groupe radiophonique expliquent le pourquoi et le comment de la création du service : « *Le podcasting par sa légalité et son aspect communautaire a déjà séduit plus de 9 millions d'utilisateurs aux États-Unis en 2006 et devrait atteindre les 21 millions d'auditeurs en 2007* ». Ils soulignent également le rôle de la démocratisation des baladeurs numériques, dont déjà plus de « *4,7 millions d'unités ont été vendues en France en 2005* ». Parallèlement au lancement de cette formule de podcast, NRJ a l'intention de créer trois nouvelles radios du web (webradios), en complément de l'offre lancée depuis l'an 2000 : « *Hit Music Only* ». Ainsi une radio sur le thème du hip-hop et du R'n'b, « *NRJ Master Mix* », devrait voir le jour, ainsi qu'une webradio dédiée aux nouveautés « *NRJ HIT* » et une autre spécialisée dans le son pop rock, « *NRJ Pop* ». Le site NRJ.fr qui compte déjà **1,6 million de visiteurs par mois** devrait voir sa fréquentation dynamisée par ces nouveaux services.