

BFM Business attaque la saison avec ambition

TÉLÉVISION. La chaîne souhaite conquérir un plus large public cette saison, notamment grâce la diffusion de sa matinale sur RMC Story, et devenir la référence de l'information économique en France.

Si les audiences de "Good Morning Business" sur RMC Story n'étaient pas au rendez-vous la saison dernière, le groupe Altice a procédé à de gros changements pour relancer l'émission. Suite au départ de Stéphane Soumier, Thierry Arnaud a hérité en juin dernier du poste de directeur de la rédaction de BFM Business. La chaîne a également recruté Christophe Jakubyszyn, en provenance de TF1, pour devenir le nouveau visage de cette matinale aux côtés de Faïza Garel-Younsi, qui sera quant à elle à la tête de la présentation du journal de l'économie. BFM Business espère ainsi toucher un plus large public avec l'ambition que "Good Morning Business" "devienne la 3e matinale d'information de France derrière

BFMTV et RMC Découverte", a précisé le PDG d'Altice Europe Alain Weill. Ce dernier a profité de sa présence lors de la conférence de rentrée de la chaîne le 9 septembre pour annoncer l'arrivée le 10 octobre de Kim Younès Charbit, en provenance du groupe M6, pour diriger BFM Business. Un grand défi attend la nouvelle manageuse puisque la direction d'Altice s'est fixé pour objectif de doubler le chiffre d'affaires global de la marque, qui est de 25 millions d'euros actuellement. Pour y parvenir, BFM Business va se diversifier et investir davantage dans l'organisation d'événements (BFM Awards, BFM Académie) et de salons comme BFM Patrimoine et Impact PME. Au total, 50 événements auront lieu

cette saison. La chaîne va également renforcer ses contenus avec une antenne plus riche en images, une meilleure expertise, des podcasts natifs, ainsi que des informations exclusives avec pour but de devenir la référence en matière d'actualité économique en France. ■



Christophe Jakubyszyn et Faïza Garel-Younsi seront les visages de BFM Business cette saison.

