

Nouveau menu éditorial pour YAM

lun 25/10/2021 - 10:29



Après dix mois d'interruption et un changement de propriétaire (rachat en juin dernier du titre après décision du tribunal), le magazine de gastronomie française YAM signe son retour chez les marchands de presse.

A compter de ce 25 novembre, la parution de 132 pages portée par l'éditeur de médias professionnels Au Cœur des Villes (*La Revue des Comptoirs, L'Auvergnat de Paris, Rungis Actualités*), s'offrira un nouveau challenge : être encore plus gourmande pour ses lecteurs et lectrices et leur apporter un meilleur confort de lecture autour d'un nouveau logo, d'une nouvelle signature " *Des étoiles plein les yeux*", d'une maquette plus aérée et d'articles pédagogiques. Et proposer jusqu'à 8 numéros par an en linéaires.

" *De l'héritage à la renaissance. De la gastronomie au bien manger. Le nouveau YAM a été entièrement repensé pour être plus moderne, accessible et représentatif de toutes les belles cuisines. Il conserve pour autant ses fondamentaux qui en ont fait sa force pendant dix ans : un positionnement haut de gamme et surtout des rencontres avec des chefs, hommes et femmes, avec de nombreuses recettes inédites*", explique la rédaction dans un communiqué portée par Nelson Burton, président et directeur des rédactions d'Au Cœur des Villes, Pauline de Waele, rédactrice en chef du magazine.

Au sommaire notamment, des articles de Leslie Gogois, journaliste culinaire et spécialiste de l'editing de recettes, des contenus de Philippe Vaurès Santamaria (photographe), ou encore des focus sur l'actualité des chefs et des reportages autour de restaurants et de nombreux savoir-faire culinaires. Le tout en traitant de thématiques très actuelles : l'histoire, l'écologie, les terroirs, l'économie, la santé ainsi que les arts et le design. En complément, l'équipe s'engage à partir de 2022, à éditer deux fois par an, deux numéros entièrement dédiés à la pâtisserie. Pour l'heure en tout cas et depuis le 11 octobre, la sortie du titre, à mi-chemin entre le magazine et le mook, est financée par une [campagne de crowdfunding](#) via la plateforme Ulule. Prêts à parler de bien-manger ?