

**HAUT DE GAMME, INSPIRANT, INCARNÉ  
 LE JOURNAL DE LA MAISON SE RÉINVENTE**  
*Nouvelle formule en kiosque le 18/09/25*

Avec 1,9 million de lecteurs chaque mois, 2 millions de vidéos vues, plus de 570 000 abonnés sur les réseaux sociaux et un écosystème de marques puissantes (Maison&Travaux, Mon Jardin Ma Maison, L'Ami des Jardins...), Le Journal de la Maison est fier d'annoncer le lancement de sa nouvelle formule éditoriale et graphique.



**Une maison qui nous ressemble**

Pendant longtemps, les magazines déco ont multiplié les rêves inaccessibles. Villas hors-sol, perfection froide. Ce temps s'efface. Les Français veulent désormais **des lieux justes : beaux, confortables, ancrés dans le réel**. La maison devient vitale et essentielle.

**Une ligne éditoriale repensée**

Le Journal de la Maison accompagne ce mouvement. **Haut de gamme, inspirant, incarné** : une boussole pour habiter pleinement son espace, avec intelligence et avec joie. La nouvelle formule dépasse la refonte graphique : c'est une réinvention éditoriale. **Rubriques clarifiées, hiérarchie modernisée, formats inédits**. Une promesse : aider chacun à faire de son espace un espace juste.

## De nouvelles rubriques

**La nouvelle édition du Journal de la Maison ... des pages qui inspirent, qui surprennent, qui racontent !**

Le Journal de la Maison se transforme pour capter l'air du temps et répondre aux attentes d'aujourd'hui.

Plus qu'une refonte graphique, c'est un renouvellement éditorial profond : des rubriques repensées, une hiérarchie modernisée, des formats inédits, toujours au service du beau et des idées qui embellissent le quotidien.

Dans ce numéro daté octobre 2025, de nouvelles rubriques sont mises à l'honneur.

**Tendance** : place à l'actualité de la sphère déco dès le début de magazine. Nouveaux lieux, nouveaux objets, expos, boutiques... la curation de la rédaction.

**Collaboration** : mise en lumière des collaborations entre une marque et un designer ou entre deux marques

**Moodboard** cette rubrique réalisée en IA, installe un nouveau regard, visuel et conceptuel, sur les matières et matériaux sélectionnés par notre styliste

**Tentation** : des sélections plus éditorialisées, plus désirables, avec une vraie thématique. Notre rôle de prescripteurs s'en trouve renforcé.

## Des formats renouvelés

**Créateur** : un format long dédié à un designer confirmé, abordé sous l'angle passé / présent / futur. On y mêle interviews et diversité de contenus.

**Reportage** : au cœur du magazine nos reportages exclusifs ! Shootés pour Le Journal de la Maison, des intérieurs singuliers et ultra-inspirants.

**Hôtel** : une rubrique inspirationnelle qui met en lumière les 3/4\* et l'intention des architectes d'intérieur derrière chaque lieu.

**Avant - Après** : notre best-seller éditorial amélioré ! Une source d'idées d'aménagement incomparable.

## Une mission affirmée



Pour **Karine ZAGAROLI, Directrice des rédactions et diversification du pôle Maison** : « Cette nouvelle formule *affirme plus que jamais sa mission : vous inspirer, vous surprendre, vous accompagner dans toutes vos envies d'intérieur. Une édition encore plus proche de ses lectrices et lecteurs avec l'engagement d'inspirer et d'explorer le beau sous toutes ses facettes.*

*Rubriques revisitées, maquette modernisée, contenus enrichis et incarnés... Cette nouvelle formule puise dans l'ADN du magazine tout en ouvrant grand les fenêtres sur l'époque. »*

**Karine Zagaroli** rejoint Reworld Media en 2013, pour piloter le pôle PGP, puis le pôle Science et le pôle Féminin.

Plus récemment, Karine prend de nouvelles fonctions en tant que **directrice des Rédactions et diversification des pôles Maison et Femme**. Dans ses nouvelles responsabilités du pôle maison, elle impulse désormais la ligne éditoriale des magazines Le Journal de la Maison, Mon Jardin & Ma Maison et L'Ami des Jardins, avec l'ambition de les faire résonner encore davantage avec leur époque.

Experte passionnée d'art et de design, Karine Zagaroli a toujours porté un regard à la fois sensible et exigeant sur cet univers. Elle incarne les marques qu'elle dirige, dans leurs pages comme à travers les événements, avec la volonté de partager le beau sous toutes ses formes et de le rendre accessible à chacun.

*Le Journal de la Maison se réinvente pour offrir aux annonceurs un écrin haut de gamme et inspirant, fidèle à sa mission : accompagner depuis plus de 55 ans toutes les envies d'intérieur pour aider chacun à créer son espace juste : juste au sens du goût et du style. Juste au sens de l'époque. Juste au sens de soi.*

### Trois formats, une même exigence

- **Print** – 483K de lecteurs chaque mois : reportages exclusifs, rénovations inspirantes, sélections pointues, matériaux responsables, portraits de créateurs.
- **Digital** – 2,6M de visiteurs uniques mensuels : agilité éditoriale, décryptages de tendances, conseils pratiques.
- **Social media** – 634K abonnés : une écriture visuelle de la maison, sérieuse sans solennité, en temps réel.

Source : Sources : Print - ACPM One Next 2025, Digital - MNR Juillet 2025, Social Media - Réseaux sociaux septembre 2025

**À propos du Journal de la Maison** - <https://www.lejournaldelamaison.fr/>

Le Journal de la Maison, ce sont toutes les nouveautés déco & design, le plein d'idées inspirantes pour transformer son intérieur, mélanger les styles ou gagner de l'espace. La marque média s'adresse à un public créatif pour lequel la décoration est d'abord une philosophie de vie, toujours en quête de nouvelles inspirations. Elle rayonne à travers son magazine mensuel qui touche 483 000 lecteurs chaque mois, plus de 2 millions de vidéos vues dans le digital, et ses réseaux sociaux qui réunissent plus de 630 000 abonnés.

**A propos de Reworld Media** - <https://www.reworldmedia.com/>

Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés, BtoC et BtoB.

-Le marché BtoC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation.

-Le marché BtoB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication.

Le Groupe a à son actif plus de 80 marques médias multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.). Il intègre aussi ses propres plateformes technologiques à la performance, notamment de partner marketing avec 180 000 sites affiliés dans le monde. Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 534,7 M€ en 2024, est présent dans 11 pays et compte 1 356 collaborateurs.

**Contacts Médias :**

Ségolène de Saint Martin, Founder | PCE  
sdestmartin@p-c-e.fr | 33 (0)6 16 40 90 73

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld MediaConnect  
stemplet@reworldmedia.com | 33 (0)6 50 46 37 31