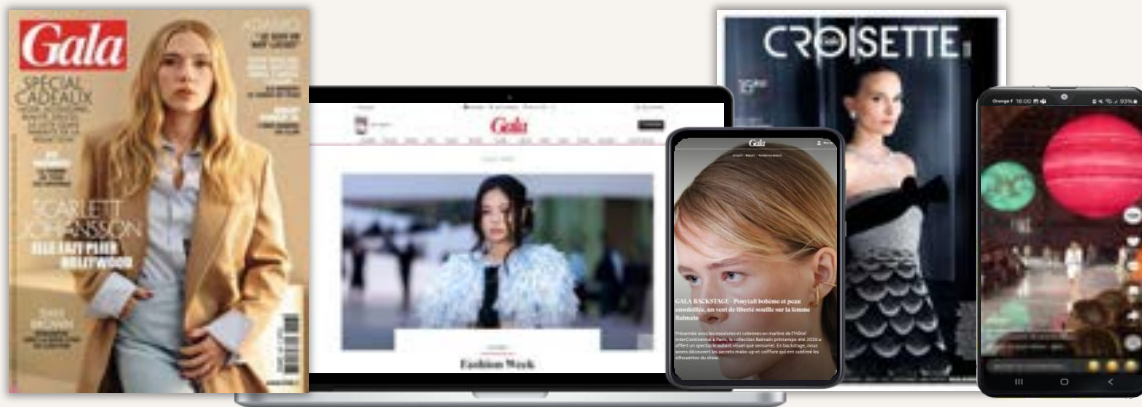


Gala

EN TOUTE COMPLICITÉ

Gala cultive depuis sa création une véritable **complicité avec les icônes**, en entretenant un lien de confiance unique avec les célébrités. Gala est devenue une marque globale qui épouse l'air du temps avec un ton résolument enthousiaste, guidé par la volonté de faire vibrer sa communauté en partageant des coups de cœur, des découvertes, des révélations et des instants d'exception. La rédaction s'applique à créer une **réelle complicité avec ses communautés** pour leur offrir une bulle d'inspiration d'hédonisme et d'envie.

Témoin privilégié de la vie des célébrités, le magazine conjugue style, culture, mode, beauté, Lifestyle, red carpet et stories inspirantes. Gala incarne un féminin premium offrant à sa communauté **une complicité sans frontière** : la force historique de la presse associée à la puissance d'une audience digitale mondiale.



NOUVELLE DIRECTION ÉDITORIALE

Erin Doherty, directrice de la rédaction depuis l'été 2025, offre une nouvelle vision créative, éditoriale et culturelle de la marque Gala. **Ilaria Casati** rejoint également l'équipe de 70 journalistes plurimedia, en tant que rédactrice en chef de L'Indice et rédactrice en chef adjointe social media.



Gala UNE MARQUE GLOBALE

QUI RASSEMBLE 10,3 MILLIONS DE PERSONNES CHAQUE MOIS

PRESSE



124 000 ex
1,1 M lecteurs
hebdomadaire

DIGITAL



9,7 M de visiteurs uniques

RS

1ER MEDIA DE DIVERTISSEMENT
AU MONDE



22 M de socionautes

EVENTS



180 000 ex

225 000 ex

GALA : UN LECTORAT SINGULIER

Chaque semaine

1,1 M de lecteurs
124 079 exemplaires

9,2 de taux de circulation
vs moyenne UC = 4,4

UNE AUDIENCE COMPLEMENTAIRE A LA PRESSE FEMININE

83% des lecteurs ne lisent pas Madame Figaro
845k lecteurs additionnels

71% des lecteurs ne lisent pas Elle
814k lecteurs additionnels

79% des lecteurs ne lisent pas Marie Claire
900k lecteurs additionnels



69%

31%

54%

25-59 ANS

68%

CSP+

72%

PROVINCE

76%

TOP REVENUS

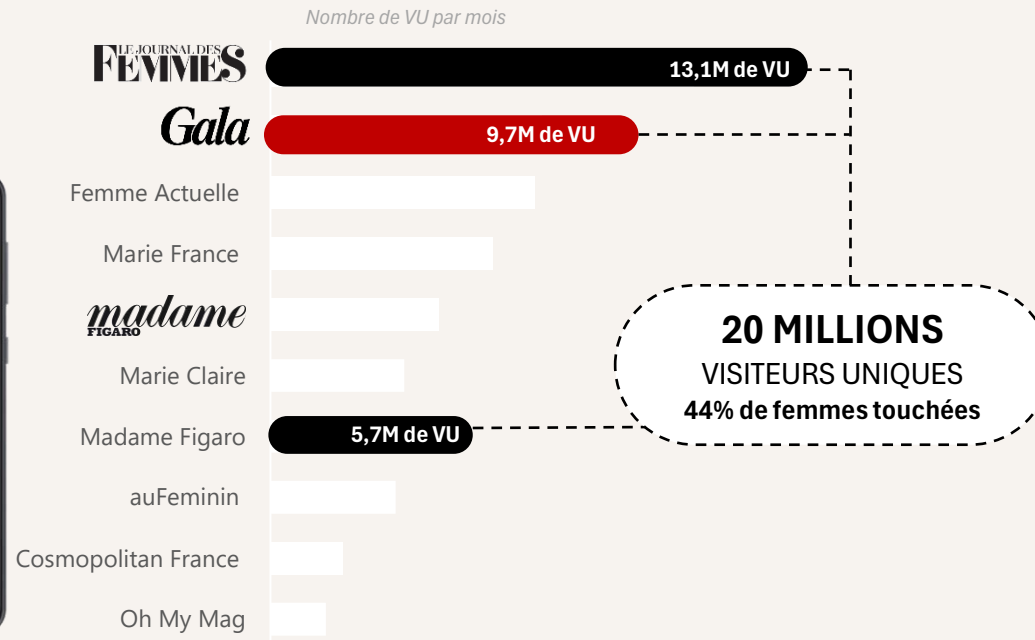
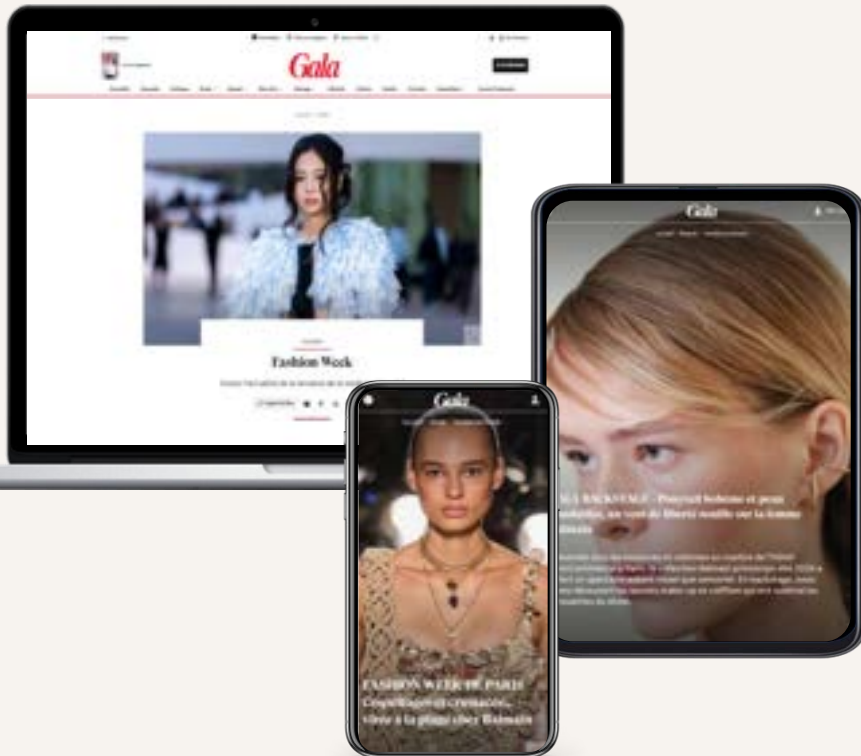
85%

TOP CONSOMMATEURS

Gala

UN SITE FÉMININ DE RÉFÉRENCE

9,7M de visiteurs uniques



Direction artistique renforcée

Enrichissement des contenus Mode et Beauté

Refonte des formats digitaux

Optimisation des parcours utilisateurs et sociaux

Gala

PUISSANCE ET ENGAGEMENT DE LA COMMUNAUTÉ SOCIALE GALA

+22M D'ABONNÉS
536M vidéos vues/ mois

 **TikTok**

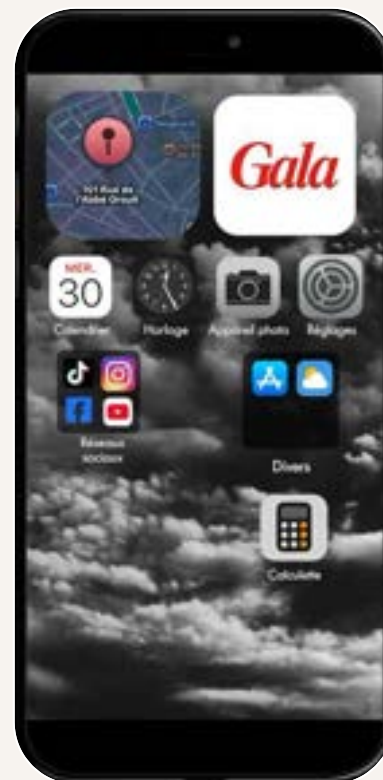
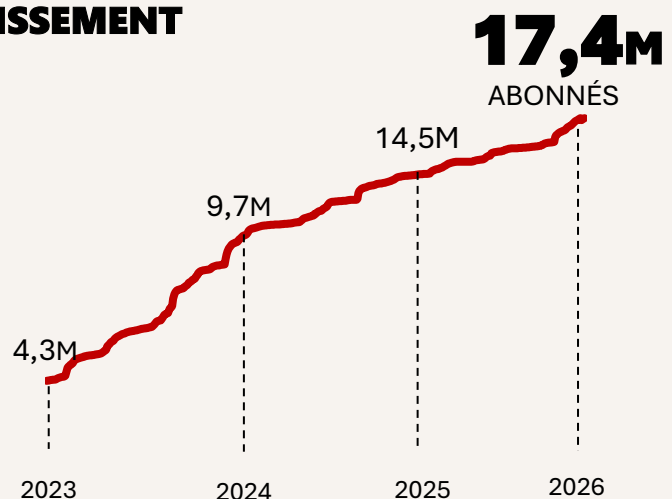
**1^{er} MÉDIA DE DIVERTISSEMENT
AU MONDE**

Gala 17,4M

nickelodeon 15,6M

M 10,8M

TAUX D'ENGAGEMENT
8%



1,8M de FOLLOWERS

+1M en 2 ans

TAUX D'ENGAGEMENT
6%

LE GRAND MÉDIA DE L'INFLUENCE À CANNES

Print



12 éditions
180 000 ex

3 dossiers
dans l'hebdo
124 079 ex

RS & DIGITAL



16M de pages vues
300 contenus publiés



450 vidéos
postées

+372 M de
vidéos vues

LA PLAGE GALA X VEGA



2ème édition en 2026

DES COLLABORATIONS
AVEC DES TALENTS



UNE AUDIENCE PUISSANTE

AUPRÈS DES FEMMES HÉDONISTES

INDICE
162

Visitent régulièrement des musées

INDICE
135

*Fréquentent des restaurants
plusieurs fois par mois*

INDICE
128

Passionnées de voyages

Gala

23% des femmes

**32% de femmes
influentes**

**38% de femmes
Top 2**

*Renouvellent très
fréquemment leur garde robe*

INDICE
162

*Consomment beaucoup de
produits de beauté*

INDICE
135

Amatrices de gastronomie

INDICE
128