



Le concept éditorial

- **Gala, un positionnement unique** dans la presse féminine française sélective basé sur un double contrat de lecture en parfaite harmonie :
 - En ouverture, l'actualité des Stars faite d'Emotion, de Glamour, de Succès, de Rêve et de Réussites.
 - Tout au long des pages féminines, en Mode, Beauté, Cuisine et Voyage; un monde de Luxe, de Beauté, d'Élégance et de Séduction.

Par la mise en scène du Luxe du début à la fin du magazine et sur de nombreux registres, Gala offre à ses lectrices Détente, Evasion, Enchantement et Envies :

Luxe éclatant de son format, de son papier glacé et élégance de sa maquette

Luxe de vie des célébrités et des lieux paradisiaques racontés

Luxe à portée de main pour sa lectrice, guidée dans ses rêves et ses envies de consommation par le fil rouge du magazine : la Star, à la fois icône et égérie.

Les 5 meilleures raisons d'intégrer Gala dans vos plans media

1 - Un "écrin" pour vos marques ...

grâce aux atouts uniques d'une maquette luxueuse, d'un format XXL, et d'une qualité de reproduction optimale pour des photos magnifiées sur papier glacé.

2- Un concept unique ...

qui crée un véritable lien de proximité entre les marques et les lectrices. L'attraction exercée par la star, icône ou égérie, sur la lectrice, permet à la Marque de créer un lien unique de proximité qui suscite envies et plaisir de consommation

3 - Un impact publicitaire fort ...

des scores de « vu-lu » qui prouvent la forte implication des lectrices à la lecture de leur magazine: une annonce est vue en moyenne par plus de 80% des lectrices ⁽¹⁾ !

4 - Le Coût Pour Mille le plus économique de son univers ... ⁽²⁾

en audience femmes !

5 - LE "référent émotionnel" ...

En 10 ans, Gala s'est imposé comme la nouvelle référence de la presse, féminine sélective, à côté des deux référents "vitrine" que sont Elle et Madame Figaro.

Il offre une alternative incontournable aux plans media féminins classiques.

Profil des lectrices

2 675 000 lecteurs dont 1 978 000 femmes
Femmes : 74% - Hommes : 26%

	Ensemble femmes	Lectrices de Gala	
	26 305 000	1 978 000	
15-24	14.2%	12.1%	85
25-34	14.6%	15.8%	108
35-49	24.9%	29.3%	118
50-64	23.5%	23.3%	99
Active	50.4%	55.2%	109
Foyer 2 actifs et +	41.7%	44.2%	106
Urbaine (Ville >100 000 h & Paris)	45.7%	50.8%	111
enfants <15ans	31.1%	35.4%	114

Les lectrices de Gala sont des « Fashion Addict »

• Les lectrices de Gala s'intéressent beaucoup à la mode
34% / indice 171

• Elles consacrent une part importante de leur budget à la mode
36% / indice 120

• Les lectrices Premium de Gala sont influentes en matière de mode, on leur demande souvent conseil
48% / indice 150

• Elles renouvellent leur garde robe presque entièrement à chaque saison :
33% / indice 165

Source : SIMM 2009

Source : AudiPresse Premium 2009

Diffusion

Diffusion totale payée

294 278 ex.

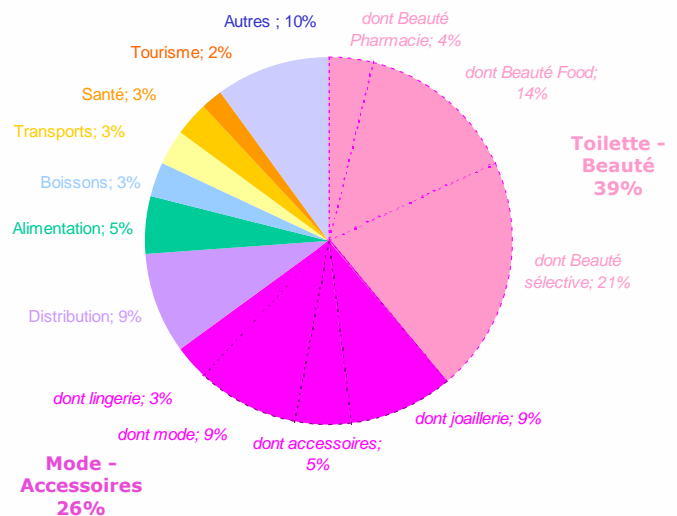
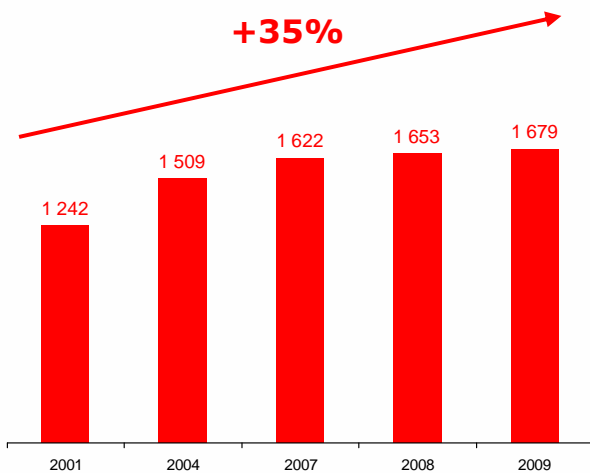
Diffusion France payée

268 347 ex.

% Achat en kiosques = **84 %**

Source : OJD 2009 (DSH)

Publicité



Source : Kantar Media 2009 (pages hors encart)

Prix de vente : 2.20 €
Périodicité : hebdomadaire
Bouclage commercial : 4 semaines avant parution
Lancement du magazine : 1993
Tarif brut 2010 :
 Page quadri 21 100 €

Audience :
 Femmes 1 978 000 (AEPM 08-09)
 Couverture 7.5%
 CPM 11 €
 Femmes Premium 337 000 (AudiPresse Premium 2009)
 Couverture 11.2%
 CPM 63 €

CONTACT : 01 44 15 30 18

9 numéros spéciaux par an : Mode / Accessoires / Beauté / Cadeaux / Joaillerie / Luxe