

Gala



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 "écran" 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 et en diffusion !

5 - LE "référent émotionnel" ...

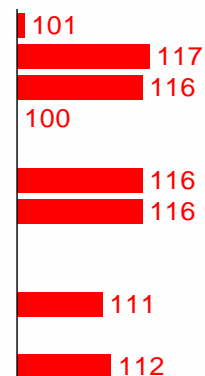
En 10 ans, Gala s'est imposé comme la nouvelle référence de la presse, féminine sélective, à côté des deux référents " vitrine " que sont Elle et Madame Figaro.

Il offre une alternative incontournable aux plans media féminins classiques

Profil des lectrices*

2 708 000 lecteurs dont 1 981 000 femmes
Femmes : 73.2% - Hommes : 26.8%

	Ensemble femmes	Lectrices de Gala
	25 822 000	1 981 000
15-24	14.4%	14.6%
25-34	15.1%	17.7%
35-49	25.4%	29.4%
50-64	22.7%	22.6%
Active	47.3%	55.0%
Foyer 2 actifs et +	42.2%	48.8%
Ville >100 000 hbts & Paris	45.3%	50.2%
enfants <15ans	31.7%	35.6%



Source : AEPM 2006-2007

⁽¹⁾ source ISL ⁽²⁾ univers : Elle, Madame Figaro, Biba, Cosmo, Marie Claire, Marie France

Les lectrices de Gala sont des « Fashion Addict »

41% suivent les tendances de la mode (indice 128)

35% renouvellent très facilement leur dressing (indice 134)

56% aiment passer du temps dans les magasins pour acheter leurs vêtements (indice 122)

43% ont acheté plus de 17 nouveaux articles de mode au cours des 12 derniers mois (indice 131)

Source : Simm 2006 (Regroupement totalement ou plutôt d'accord)

Diffusion

Diffusion totale payée

339 579 ex.

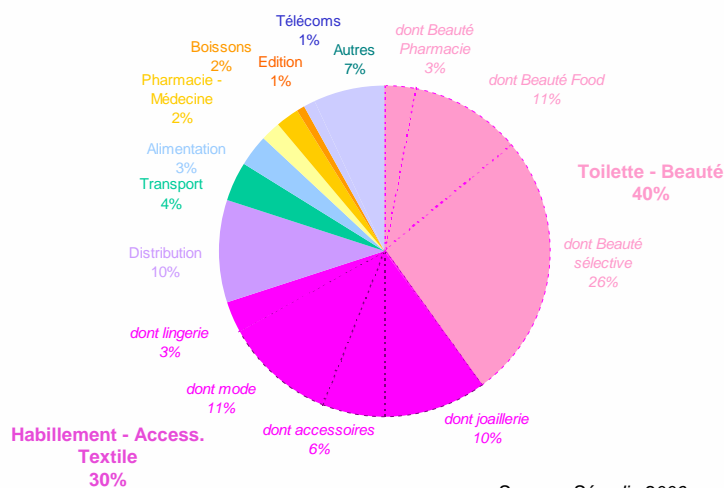
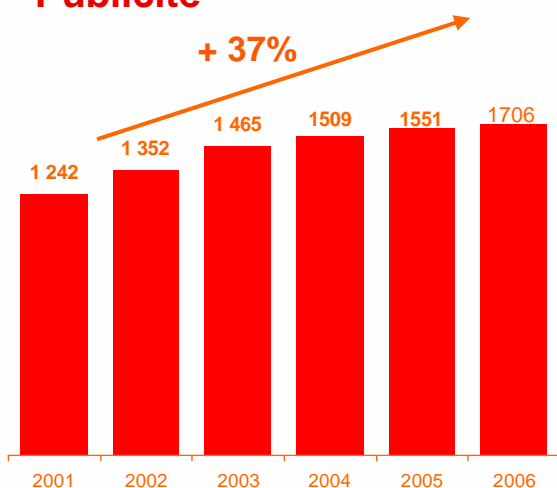
Diffusion France payée

308 662 ex.

% Achat en kiosques = 88 %

Source : DSH 2006-2007

Publicité



Source : Sécodip 2006

Prix de vente: 2.20 €
Périodicité: hebdomadaire
Bouclage commercial : 4 semaines avant parution

Lancement du magazine : 1993

Tarifs bruts 2007 :
Page quadri 19 200 €
Page noir & blanc 14 400 €

Dégressif :
Dégressif volume : à partir de 4%

Remise professionnelle : 15%

Audience :
Femmes 1 981 000 (AEPM 2006-2007)
Couverture 7.7%

Renseignements techniques :
Format page : Pleine Page : 240 X 330
Format Utile : 207.6 X 297.6

Type de format : TIFF - IT/P1
Resolutions : CT 12L/mm LW:100L/mm
Pour le plein papier, prévoir 5 mm de rogne tout autour.
Encarts, collages et opérations spéciales : nous consulter

CONTACT : 01 44 15 33 08

6 numéros spéciaux par an : Mode / Accessoires / Beauté / Cadeaux / Joaillerie

PRISMA Pub
Gala

Novembre 2007