



Un été record pour Gala

Magazines, réseaux sociaux, site Internet... : le titre a enregistré d'excellents résultats estivaux sur tous ses canaux. Ils lui permettent de réaffirmer son statut de média de référence dans les univers de la mode, de la beauté, du sport, du gotha, de la culture et du lifestyle.

Avec une série de Unes prestigieuses (Alice Taglioni, Kate, George Clooney, Céline Dion...), le magazine Gala enregistre des ventes au numéro d'une remarquable stabilité sur les 9 numéros d'été par rapport à l'été 2025, dans un marché en baisse.

Le titre a par ailleurs enregistré des résultats exceptionnels sur ses différents comptes sociaux, avec une hausse de 25 % du nombre total de ses abonnés. Il atteint désormais 19,1 millions d'abonnés sur TikTok (+17 % vs août 2025) et plus de 2 millions sur Instagram (+36 %), mais affiche aussi 3,7 millions d'abonnés sur Facebook.

La vidéo, qui est au cœur de la stratégie sociale de Gala, a d'ailleurs profité à tous les canaux du titre avec une hausse de 210 % des vidéos vues. Le mois de juillet a permis à Gala de signer un mois historique avec 1,341 milliard de vidéos vues en cumul.

Le site gala.fr a progressé par rapport à l'été 2025, en sessions et en pages vues. Gala consolide sa place

de leader dans son univers de concurrence et se place au 20^e rang des marques numériques françaises au classement ACPM d'août 2026.

En cette rentrée, Gala s'affirme donc plus que jamais comme média de référence de l'entertainment. La marque est au cœur de la pop culture et des grands temps forts médiatiques, avec une capacité à créer l'événement et à accompagner les moments qui font l'actualité. Elle s'appuie évidemment sur sa puissance sociale et sa capacité de viralité exceptionnelles (sa vidéo du footballeur espagnol Lamine Yamal a ainsi été reprise 33 millions de fois sur les réseaux sociaux !).

La marque Gala touche une audience mixte et jeune, et peut se targuer d'un rayonnement international puissant, avec des contenus qui dépassent largement le marché français, notamment aux États-Unis et en Amérique latine. Elle possède donc une capacité unique à faire rayonner les personnalités, les événements, les tendances et les savoir-faire français.

« Gala est un média qui informe, inspire et fait rêver, en associant réactivité et exigence éditoriale. Notre titre sait depuis toujours réagir à l'actualité des célébrités et du Gotha et renforce le traitement de ses piliers éditoriaux, la mode, la beauté, la culture et le lifestyle. Le résultat de cet été est le fruit du travail engagé depuis un an. Nous allons, bien sûr, continuer à développer notre offre éditoriale et événementielle, pour multiplier les rendez-vous autour de la marque Gala. »



Erin DOHERTY
Directrice de
la rédaction de Gala