

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Festival de Cannes 2026 : GALA innove et dévoile de nouveaux formats éditoriaux et expérientiels au service des annonceurs

Présent sur la Croisette tout au long du Festival de Cannes depuis la création de Gala, notamment à travers Gala Croisette qui fêtera en 2026 sa 16^{ème} année, GALA confirme son statut de média de référence de l'influence et de l'entertainment à Cannes. En 2026, la marque accélère son innovation éditoriale et événementielle en dévoilant de nouveaux formats exclusifs, pensés pour accompagner les marques au cœur de l'un des événements culturels les plus emblématiques au monde.

Chaque année, GALA s'impose comme le rendez-vous média incontournable des talents, des célébrités et des décideurs sur la Croisette. En 2026, la marque renforce plus que jamais son ancrage événementiel avec une expérience Cannes réinventée, mêlant proximité éditoriale, activations sur mesure et **puissance de diffusion sociale**.

Une caisse de résonance sociale amplifiée

Au-delà de sa présence iconique sur la Croisette, GALA déploie une **caisse de résonance sociale massive**, portée par ses propres plateformes mais aussi par des collaborations exclusives avec des créateurs de contenu de premier plan.

CHARLY SALVATOR, nouveau complice de GALA

GALA s'associe cette année à **Charly Salvator**, créateur de contenu incontournable et **Prix du créateur de contenu de l'année 2025 (CosmetiqueMag)**. Suivi par une **communauté de plus d'1,1 million d'abonnés**, Charly Salvator apporte un regard incarné, moderne et ultra-engageant sur les temps forts du Festival, renforçant considérablement l'impact et la viralité des dispositifs GALA auprès des audiences digitales. Cette collaboration exclusive s'inscrit pleinement dans la stratégie de GALA : conjuguer légitimité éditoriale, désirabilité culturelle et amplification sociale à grande échelle.

GALA Plage : une expérience événementielle réinventée

Véritable lieu de vie du Festival, **GALA Plage** revient en 2026 avec une programmation enrichie et des formats inédits, avec deux partenaires : **Vega et Initial Consulting**.

Pensée comme une plateforme d'expression unique, elle capte l'effervescence cannoise et offre aux marques des prises de parole puissantes, affinitaires et hautement visibles, relayées massivement sur les réseaux sociaux.

Cannorama – Nouveau format éditorial signature 2026

Michel Denisot s'installe dans le studio GALA pour une émission de 30 minutes tournée en public. Il y reçoit une personnalité au cœur de l'actualité cannoise pour un entretien privilégié, intime et incarné, ouvrant les coulisses du Festival comme jamais auparavant.

GALA Tables

Célébrant l'art de vivre et la gastronomie, **GALA Tables** réunit un casting cinq étoiles de chefs et cheffes de renom – Mory Sacko, Alice Tuyet, Tatiana et Katia Levha, Céline Pham, Bertrand Chauveau, Julien Sebbag – autour de moments de partage et de création culinaire, conçus comme de véritables expériences de marque immersives.

GALA Hours avec WAXX

Avec **GALA Hours**, GALA s'associe à **WAXX**, créateur et musicien suivi par **près de 400 000 abonnés**, pour une série de showcases live organisés sur la Plage. Au programme : le meilleur de la scène française, des talents émergents aux artistes les plus emblématiques, dans une ambiance intimiste, exclusive et hautement désirable.

GALA Nights

GALA Nights propose des **soirées privées exclusives**, mêlant projections de films, célébrations et expériences nocturnes premium. Ces formats permettent aux marques de s'associer aux moments les plus convoités et confidentiels du Festival, au cœur de la vie cannoise.

Des partenariats d'exception au cœur de l'événement

GALA Tribute

GALA rendra hommage à **Claude Lelouch**, figure majeure du cinéma et ambassadeur historique du Festival, 60 ans après sa Palme d'Or pour *Un Homme et Une Femme*. Cette soirée d'exception réunira un cercle prestigieux de personnalités du cinéma et de la culture.

Une puissance média en constante progression

Portée par une dynamique exceptionnelle, la marque GALA confirme sa position de leader :

- 12 millions de personnes touchées pendant le Festival
- 21 millions de socionauts
- 3^e média mondial sur TikTok
- 1^{er} site de presse féminine en France

Une convergence éditoriale au service d'un rayonnement international

À Cannes comme tout au long de l'année, GALA s'impose comme un véritable accélérateur d'influence, conjuguant puissance éditoriale, expériences événementielles et amplification sociale au service des marques.