Re[ut

BILAN DE CAMPAGNE · CHALLENGE UGC

Resident Evil

3,6 M de vues sur TikTok et Instagram autour de la sortie en salles

Septembre 2026 · 18 créateurs · 53 vidéos



METROPOLITAN FILM & VIDEO × LUCKYTIME × Re[ut

LE CONTEXTE

Un film d'horreur attendu, à faire exister sur TikTok avant la séance



LE FILM

Resident Evil

Film d'horreur du réalisateur d'Évanouis, tiré de la saga de jeux vidéo.

LA SORTIE

16 septembre 2026

Exclusivement au cinéma, filmé pour IMAX. Distribution : Metropolitan FilmExport.

L'ENJEU

Lancer la conversation avant la sortie

Faire parler du film sur TikTok et Instagram dans les jours qui précèdent la sortie, puis entretenir le bouche-à-oreille.

Source : affiche française du film.

LE DISPOSITIF

Un Challenge UGC : des créateurs ciné, des vues vérifiées

Les créateurs réalisent leurs propres vidéos sur le film. La campagne est payée sur les vues que Re[ut a vérifiées.

TIKTOK · INSTAGRAM · DU 08/09 AU 20/09

1. **Le brief**
   Re[ut transmet le brief et le matériel du film à sa communauté de créateurs ciné.
2. **Les vidéos**
   Chaque créateur publie à sa façon : critique, actu, edit.
   18 créateurs, 53 vidéos.
3. **Le suivi**
   Re[ut relève les vues, likes, partages et favoris de chaque vidéo, du premier jour au bilan.
4. **Le paiement**
   Seules les vues vérifiées sont payées, jusqu'à l'objectif fixé avec le distributeur.

Source : suivi Re[ut du challenge, relevé du 30/09/2026. Dates : première et dernière publication.

LES RÉSULTATS

3,6 M de vues, et l'objectif atteint quatre jours avant la date prévue

3 594 079
vues au 30/09

53
vidéos publiées

18
créateurs

14,5 %
taux d'engagement

4 jours
d'avance sur l'objectif de vues

TIKTOK

3 225 355 vues
40 vidéos · 90 % des vues

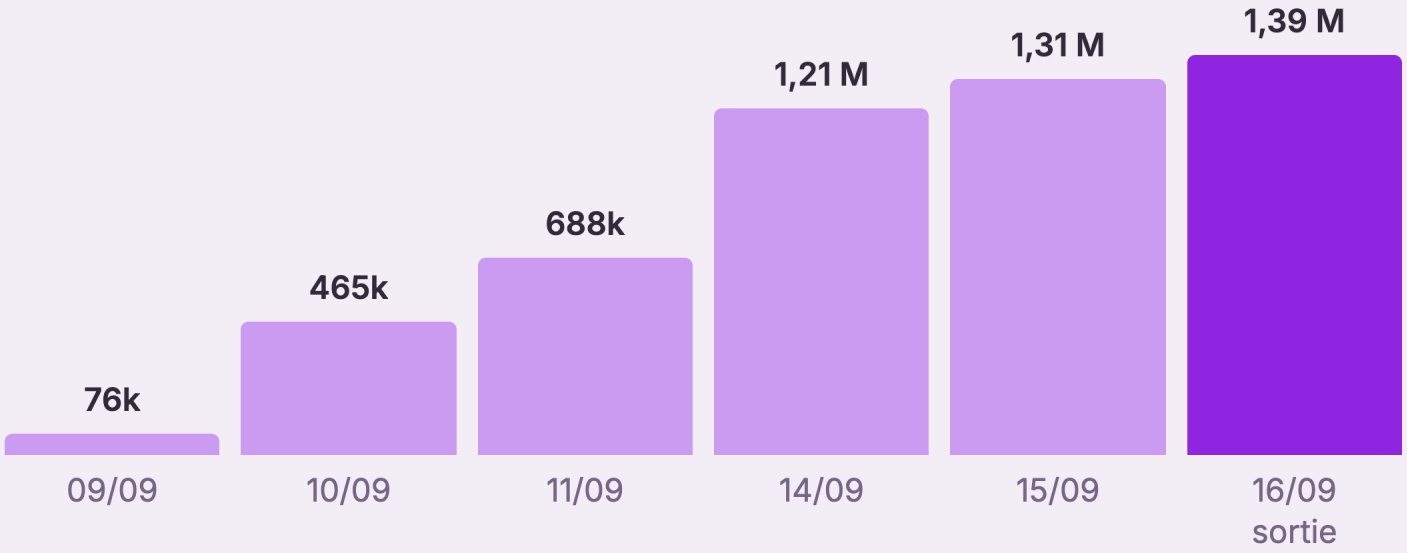
INSTAGRAM

368 724 vues
13 vidéos · 10 % des vues

Source : suivi Re[ut du challenge, relevé du 30/09/2026. Engagement : (likes + partages + commentaires + favoris) / vues. Objectif de vues atteint le 19/09, fin prévue le 23/09.

AVANT LA SORTIE

Le jour de la sortie, les vidéos cumulaient déjà 1,4 M de vues



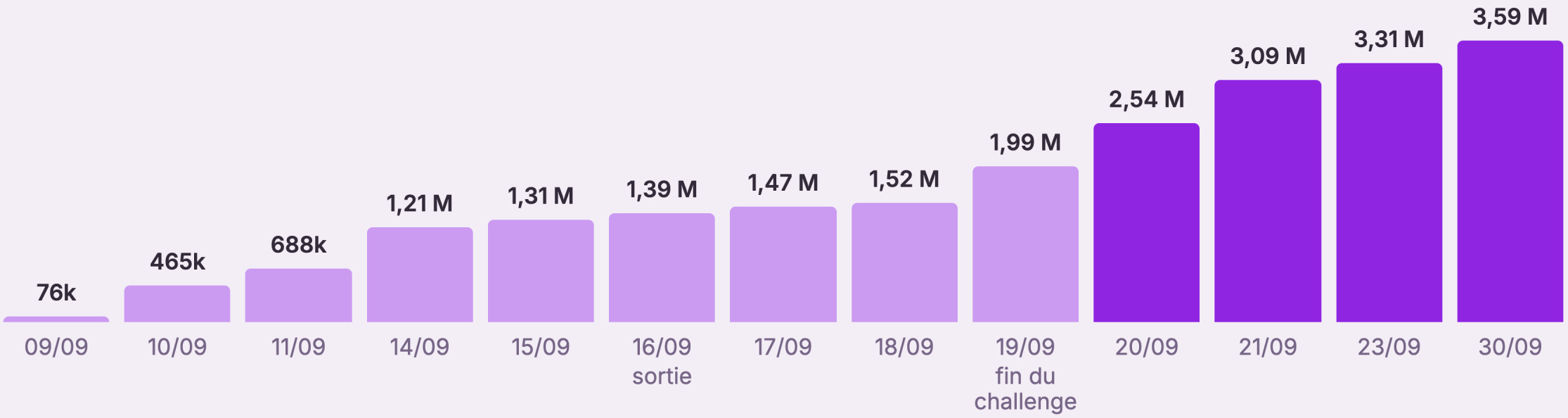
61 %

des vues au 30/09 viennent des 27 vidéos publiées avant le 16/09. Le film était dans les fils TikTok avant d'être à l'affiche.

Source : suivi Re[ut, relevés du 09/09 au 16/09/2026 (1 391 176 vues le 16/09). Pas de relevé les 12 et 13/09. Part avant sortie : vues au 30/09 des vidéos publiées avant le 16/09.

DANS LA DURÉE

Après la fin du challenge, les vidéos ont encore fait 1,6 M de vues



Entre le 19/09 et le 30/09, le total passe de 1 992 648 à 3 594 079 vues (+80 %). Les vidéos publiées pendant le challenge ont continué de circuler.

Source : suivi Re[ut, relevés du 09/09 au 30/09/2026 (dates de relevé seulement : pas de relevé les 12, 13, 22/09 ni du 24 au 29/09). En violet : relevés après la fin du challenge.

LES CRÉATIONS

Neuf vidéos dépassent les 100 000 vues, la plus vue frôle le million

01

@nytoky.ae

TIKTOK · 09/09

961 800

vues

155 800 likes · 32 459 favoris

Voir la vidéo ↗

02

@sarahconnor434_

TIKTOK · 13/09

716 300

vues

81 500 likes · 14 273 favoris

Voir la vidéo ↗

03

@regelegorila1

TIKTOK · 16/09

633 200

vues

65 600 likes · 6 723 favoris

Voir la vidéo ↗

04

@bryanssj2_

TIKTOK · 12/09

279 800

vues

23 700 likes · 5 133 favoris

Voir la vidéo ↗

05

@regelegorila

INSTAGRAM · 16/09

188 000

vues

7 454 likes

Voir la vidéo ↗

Trois créateurs font 82 % des vues : @regelegorila (TikTok et Instagram), @nytoky.ae et @sarahconnor434_.

Source : suivi Re[ut du challenge, relevé du 30/09/2026. Les cinq vidéos les plus vues, liens vers les publications publiques ; favoris remontés par TikTok seulement.

L'ENGAGEMENT

Sur TikTok, un favori toutes les 47 vues

FAVORIS

68 055

1 favori pour
47 vues TikTok

PARTAGES

43 927

1 partage pour 82 vues

LIKES

405 719

1 like pour 9 vues

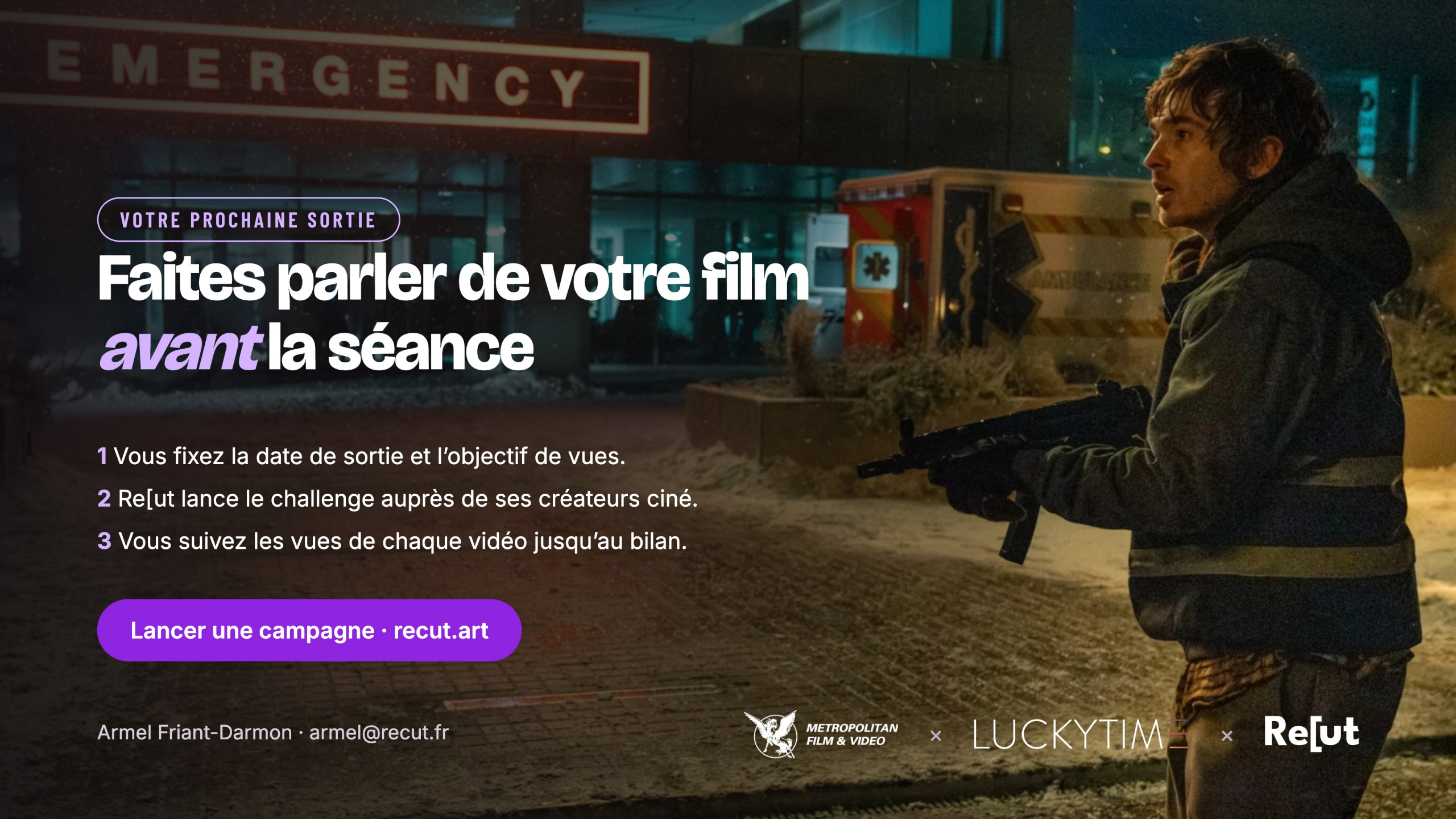
ENGAGEMENT

14,5 %

des vues donnent un like, un partage, un commentaire ou un favori

Mettre une vidéo en favori, c'est la garder pour plus tard ; la partager, c'est l'envoyer à quelqu'un. Ces deux gestes font circuler le film entre spectateurs.

Source : suivi Re[ut du challenge, relevé du 30/09/2026. Engagement : (likes + partages + commentaires + favoris) / vues.



VOTRE PROCHAINE SORTIE

Faites parler de votre film *avant* la séance

1 Vous fixez la date de sortie et l'objectif de vues.

2 Re[ut lance le challenge auprès de ses créateurs ciné.

3 Vous suivez les vues de chaque vidéo jusqu'au bilan.

Lancer une campagne · recut.art

Armel Friant-Darmon · armel@recut.fr

METROPOLITAN FILM & VIDEO × LUCKYTIME × Re[ut