Re[ut

BILAN DE CAMPAGNE · CHALLENGE UGC

# Le Labyrinthe de Pan

494 441 vues sur TikTok et Instagram
pour une séance unique en salles

Novembre 2026 · 14 créateurs · 25 vidéos



STUDIOCANAL × LUCKYTIME × Re[ut

LE CONTEXTE

# Une seule séance en salles, neuf jours pour la faire connaître




LE FILM

## Le Labyrinthe de Pan

Le conte de Guillermo del Toro (2006) revient en version restaurée 4K.

LA SÉANCE

## 13 novembre 2026

Une seule projection en salles. Distribution : StudioCanal.

L'ENJEU

## Donner rendez-vous au public, à date fixe

Faire parler du film sur TikTok et Instagram avant le 13 novembre.

Source : brief de l'opération, affiche française du film.

LE DISPOSITIF

# Un Challenge UGC express : neuf jours, des vues vérifiées

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

TIKTOK · INSTAGRAM REELS · DU 5 AU 13/11

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, sur TikTok, Instagram ou les deux. 14 créateurs, 25 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.

Source : suivi Re[ut du challenge, relevé du 15/11/2026, deux jours après la séance. Dates : période du challenge.

LES RÉSULTATS

# 494 441 vues pour un film sorti il y a 20 ans

**494 441**
vues au 15/11

**25**
vidéos publiées

**14**
créateurs

**7,3 %**
taux d'engagement

**9,0 %**
d'engagement sur TikTok

TIKTOK

## 315 911 vues

19 vidéos · 64 % des vues

INSTAGRAM

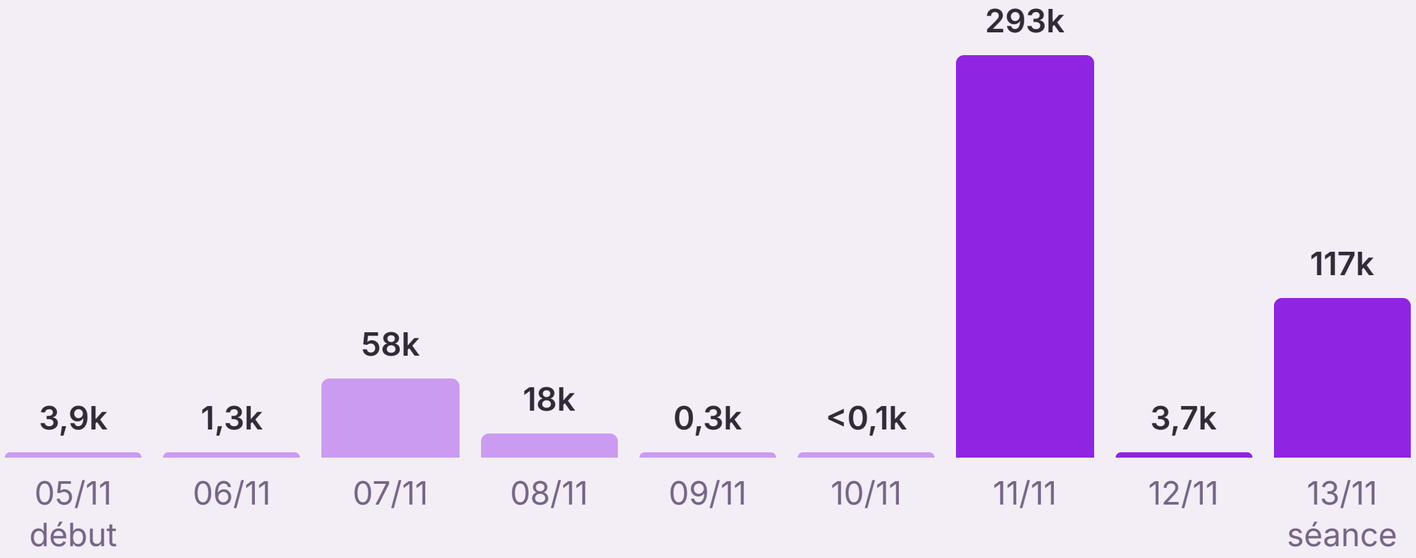
## 178 530 vues

6 Reels · 36 % des vues

Source : suivi Re[ut du challenge, relevé du 15/11/2026, deux jours après la séance.
Engagement : (likes + partages + commentaires + favoris) / vues.

LE TIMING

# 84 % des vues viennent des vidéos publiées les trois derniers jours




**413 298 vues**

pour les vidéos publiées du 11 au 13 novembre. Les créateurs ont publié au plus près de la séance, au moment où le public pouvait encore réserver sa place.

Source : suivi Re[ut, vues au 15/11/2026 selon le jour de publication, 25 vidéos (TikTok et Instagram).

LES CRÉATIONS

# Une vidéo à 182 100 vues sur TikTok, publiée deux jours avant la séance

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 01 | 02 | 03 | 04 | 05 |
| @chronicle_off | @chronicle_off | @horrorcult666 | @bryanssj2_ | @horrorcult666 |
| TIKTOK | INSTAGRAM | TIKTOK | TIKTOK | INSTAGRAM |
| **182 100** | **109 032** | **72 100** | **49 600** | **44 500** |
| vues | vues | vues | vues | vues |
| Publiée le 11/11 | Publiée le 11/11 | Publiée le 13/11 | Publiée le 07/11 | Publiée le 13/11 |
| Voir la vidéo ↗ | Voir la vidéo ↗ | Voir la vidéo ↗ | Voir la vidéo ↗ | Voir la vidéo ↗ |

Trois créateurs ciné font 92 % des vues : @chronicle_off, @horrorcult666 et @bryanssj2_.

Source : suivi Re[ut du challenge, relevé du 15/11/2026, deux jours après la séance. Vues TikTok arrondies par la plateforme. Liens vers les publications publiques.

SUR TIKTOK

# Le challenge a fait 8 fois plus de vues que toutes les vidéos spontanées sur le film




FAVORIS

Sur TikTok, les vidéos du challenge ont été mises en favori une fois toutes les 60 vues. Une vidéo enregistrée garde la date de la séance sous la main.

Source : analyse Re[ut des vidéos TikTok sur le film (17/10 – 15/11/2026), hors médias et comptes officiels. Favoris : suivi du challenge, relevé du 15/11.



VOTRE PROCHAINE SORTIE

# Faites venir le public *le jour de* votre séance

1 Vous fixez la date 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

STUDIOCANAL × LUCKYTIME × Re[ut