



KAIZEN, LE DOCUMENTAIRE ÉVÉNEMENT D'INOXTAG PULVÉRISE TOUS LES RECORDS AU CINÉMA ET SUR YOUTUBE



Kaizen, le documentaire événement d'Inoxtag, produit par IDz Prod (Groupe Webedia), qui retrace son ascension de l'Everest et toute la préparation d'un an pour y parvenir, a créé l'événement ce week-end avec une diffusion au cinéma qui a battu tous les records, suivie d'une diffusion dès le lendemain sur YouTube, qui dépasse les 13 millions de vues en seulement 24h, l'un des meilleurs lancements de l'histoire de la plateforme en France.

Devenir alpiniste et gravir l'Everest en 1 an jour pour jour ? C'était le rêve d'Inoxtag, jeune YouTuber de 22 ans aux près de 26 millions d'abonnés, que rien ne prédestinait à cela. En le suivant pendant 1 an, "Kaizen" met en lumière son changement de vie pour atteindre ce rêve. Un documentaire inspirant, drôle et émouvant sur une aventure hors du commun.

UN SUCCÈS HISTORIQUE EN SALLE !

Ce sont **plus de 300 000 entrées** qui se sont arrachées en quelques minutes pour des séances le vendredi soir et le samedi matin en France métropolitaine et dans les DOM TOM. Auxquelles viennent s'ajouter plus de **40 000 entrées à l'étranger** (en Suisse, Belgique, Luxembourg, Espagne, Algérie, Maroc, Tunisie, Côte d'Ivoire, Sénégal et au Canada), pour un total de plus de **340 000 entrées**

Ce chiffre établit un **nouveau record pour une séance événementielle**, surpassant largement le précédent record de 92 000 entrées. Ce documentaire hors normes a su attirer un public jeune et fidèle, mais également de nouveaux spectateurs désireux de découvrir des formats novateurs sur grand écran.

De nombreux exploitants témoignent ne jamais avoir vu un tel engouement dans leur carrière, notamment dans les petites et moyennes agglomérations qui ont représenté 40% des projections au total. Cette séance inédite a été proposée sous le label YouTube Ciné-Club par mk2 et distribuée par mk2.alt.



Inoxtag, talent exclusif de Webedia Creators lors de l'avant première du documentaire au Grand Rex le vendredi 13/09/2024. Crédit Photo Hanoh Szpira.

UN RETOUR PLUS QU'ATTENDU SUR YOUTUBE !

Après avoir conquis les salles obscures, le phénomène "Kaizen" a également pris place sur YouTube, la plateforme de prédilection d'Inoxtag. Et le public est au rendez-vous avec déjà **13 millions de vidéos vues en 24h** (16,9 millions en 32h) pour le documentaire et un engagement phénoménal de la part de la communauté d'Inoxtag (**1,5 million de "like"** et plus de **100 000 commentaires**).

Il s'agit de **l'un des meilleurs lancements de l'histoire de la plateforme en France**. Ces chiffres hors norme traduisent l'engouement exceptionnel pour ce documentaire événement et devraient inscrire "Kaizen" dans le top des vidéos les plus vues de l'année en France.



Héros de ce voyage initiatique et idole de toute une génération, Inoxtag prouve avec son documentaire que rien n'est impossible si l'on s'en donne les moyens, quels que soient ses objectifs.

[Kit presse / Kaizen / Dossier de presse](#)

Contact Presse d'Inoxtag et Webedia :

Mélanie Tresch : melanie.tresch@mellecomagency.fr - 06 86 56 11 90
François-Xavier Williamson : fxwilliamson@webedia-group.com - 06 65 39 11 95

Contact Presse de mk2 et YouTube :

Marie Lestage : marie.lestage@pprww.com - 06 51 21 39 18

A propos de Webedia

Webedia est l'un des acteurs mondiaux majeurs du divertissement en ligne. Présent dans plus de 15 pays, le groupe intègre les métiers de la production, des médias et des créateurs digitaux dans des modèles verticaux leaders, notamment dans les secteurs du cinéma, du jeu vidéo ou de la cuisine. Webedia édite notamment en France les marques médias emblématiques AlloCiné, JV, Purepeople, 750g ou encore easyVoyage et Dr. Good !, accompagne Inoxtag, Domingo, Joyca, Fatou Guinea, Jamy Gourmaud ou encore Michel Cymes dans leurs créations digitales, et produit des programmes, documentaires et fictions à succès comme Sept à Huit (Elephant - TF1), Les rencontres du Papotin (Kiosco - France 2), Balle Perdue (Nolita- Netflix) ou Week-end Family (Elephant - Disney+).

*Médiamétrie/NetRatings, Internet Global, février 2024 / **Comscore mesure internationale multi-écrans, décembre 2020

