

Paris - le 3 juin 2025

YouTube Ciné-Club par mk2 : près de 10 000 billets de cinéma déjà vendus en Europe pour le nouveau documentaire d'Average Rob



Après le succès phénoménal de *Kaizen* d'Inoxtag l'an dernier (+ 370 000 entrées en salle, 43 millions de vues sur YouTube, vidéo la plus vue en France en 2024), le YouTube Ciné-Club par mk2 poursuit son développement et franchit une nouvelle étape dans son développement européen.

Le label accompagne actuellement la distribution du nouveau documentaire du créateur belge **Average Rob** (Robert Van Impe), consacré à son incroyable aventure au **Marathon des Sables**, l'une des courses les plus extrêmes au monde.

"Le Marathon Des Sables nous a poussés au-delà de ce que nous pensions possible. Ce fut une incroyable épreuve de nos limites, tant physiques que mentales, mais aussi un voyage qui nous a enseigné le vrai sens de la persévérance et de la détermination. C'est pourquoi, dès le début, nous savions que nous voulions faire plus que simplement publier quelques extraits de nos entraînements. Nous voulions raconter notre histoire réelle et authentique à notre communauté YouTube, mais aussi les surprendre en la portant sur grand écran."

Robert Van Impe



"Cette expérience était bien plus qu'une course à terminer. Ce fut un voyage de résilience, de découverte de soi et d'amitié. Partager ce documentaire, c'est comme franchir à nouveau la ligne d'arrivée. Mais cette fois, avec tout le monde qui nous regarde." Arno Van Impe, frère du créateur, qui a vécu l'aventure à ses côtés.

Un nouveau succès en salle au niveau européen pour le documentaire d'Average Rob

Après les récentes sorties de *Dans l'Ombre* de Ludoc et *Pluriel* de Mathilde Study en France, le YouTube Ciné-Club par mk2 confirme son rôle de tremplin pour les créations originales de YouTube sur grand écran.

Le documentaire d'Average Rob connaît un succès remarquable en salle à un niveau européen :

- **+7 000 spectateurs en Belgique** (25 projections dans 9 villes)
- **Séance parisienne complète** lundi 2 juin au **mk2 Bibliothèque**
- **Près de 10 000 billets vendus** à date pour l'ensemble de la tournée

La tournée européenne se poursuit ce soir à **Amsterdam (3 juin)**, puis à **Londres (5 juin)**, avant une **mise en ligne du documentaire sur YouTube le 7 juin**.

Bande-annonce du documentaire : "[La course la plus dure du monde](#)" (The Toughest Race on Earth)

Un modèle hybride en pleine structuration

Issu d'une collaboration entre YouTube et le groupe de cinéma mk2, le label de distribution YouTube Ciné-Club par mk2 s'impose comme un acteur de référence en Europe pour la diffusion en salle de contenus issus de l'univers des créateurs YouTube.

Le label valorise la salle comme espace de rencontre et d'expérience collective, tout en créant des rendez-vous événementiels forts entre les créateurs et leurs communautés. Il dessine ainsi une nouvelle économie pour les formats longs nés sur YouTube.

Contacts presse : Agence PPR : team.youtube@pprww.com