

JUICY PRODUCTION EN ACCORD
AVEC NO JOKE PRODUCTIONS
PRÉSENTE

NINO ARIAL

- PAS COMME EUX -

DOSSIER DE PRESSE

LE PHÉNOMÈNE NINO ARIAL

UNE TOURNÉE
INCROYABLE

DÉJÀ + 210 000
BILLETS VENDUS

34 ZÉNITHS COMPLETS
À UNE VITESSE
RECORD EN 2026

35 NOUVEAUX
ZÉNITHS
EN 2027

UNE AUDIENCE
MASSIVE

5,5 MILLIONS
D'ABONNÉS
TOUS RÉSEAUX
CONFONDUS

1000 ABONNÉS
GAGNÉS CHAQUE JOUR
DEPUIS 2 ANS

1 MILLIARD DE VUES
CUMULÉES
SUR INSTAGRAM

UNE SIGNATURE
VISUELLE FORTE

1 TENUE DIFFÉRENTE
PAR SPECTACLE

+ 200 TENUES
DE SCÈNE

DES PERFORMANCES
HORS NORMES

70 MILLIONS DE VUES
CHAQUE MOIS

ENTRE 1 ET 8 MILLIONS
DE VUES PAR VIDÉO

+ 1 MILLION DE VUES
EN MOYENNE
PAR VIDÉO

UN RYTHME
IMPLACABLE

1 VIDÉO PUBLIÉE
CHAQUE JOUR

16 HEURES D'IMPRO
EN SPECTACLE
DÉJÀ DIFFUSÉES
GRATUITEMENT
EN LIGNE

UNE MÉCANIQUE
DE PRÉCISION

6 CAMÉRAS
PAR REPRÉSENTATION
3 SUR SCÈNE / 3 SUR LE PUBLIC

2535 HEURES
DE RUSH CAPTÉES

1000 HEURES
DE MONTAGE
PAR AN





UN NOUVEL ÉCOSYSTÈME LE MODÈLE NINO ARIAL

Depuis toujours, la communication du spectacle vivant reposait sur un modèle stable et efficace : affichage urbain, relations presse, radio et télévision, critiques, bouche à oreille. En France, jusqu'au début des années 2010, la visibilité d'un humoriste passait presque toujours par quelques passages clés : festivals, scènes identifiées, interviews et plateaux télé. Les médias traditionnels faisaient l'audience et, généralement, la carrière.

L'écosystème a profondément changé avec l'essor des réseaux sociaux. Selon le Digital Report 2024, plus de 78 % des 18-34 ans découvrent désormais des artistes via les plateformes numériques. TikTok compte en France près de 25 millions d'utilisateurs actifs, Instagram plus de 28 millions, et les formats courts peuvent atteindre plusieurs millions de vues en quelques heures. Dans ce contexte, la promotion n'est plus seulement médiatique : elle devient un contenu à part entière.

Certains humoristes ont su transformer cette mutation

en véritable stratégie. Nino Ariel en est l'exemple le plus emblématique. Avec près de 6 millions d'abonnés cumulés sur Instagram, TikTok, Facebook et YouTube et près de 70 millions de vues mensuelles, il a construit une audience avant même l'exploitation massive de son spectacle sur scène.

Le changement est aussi économique. Là où une tournée dépendait autrefois de l'exposition médiatique, les réseaux permettent désormais de tester des sketches, fédérer une communauté et convertir directement cette audience en billetterie. Certaines vidéos peuvent générer en quelques jours des dizaines de milliers de clics vers les plateformes de réservation.

Une évolution qui redéfinit le rapport entre création, communication et marché : dans le spectacle vivant, le contenu numérique n'est plus seulement un outil de promotion, il devient un levier central de développement artistique et commercial.

1^{er} tour de Zénith



20.09.25	LILLE	28.02.26	STRASBOURG
04.10.25	TOULON	13.03.26	AMNEVILLE
10.10.25	DOME DE PARIS	19.03.26	MACON
11.10.25	DOME DE PARIS	21.03.26	MONTPELLIER
21.11.25	NARBONNE	22.03.26	BESANCON
29.11.25	PAU	23.03.26	MONTBELIARD
11.12.25	TOULOUSE	03.04.26	ANGERS
14.12.25	BORDEAUX	04.04.26	LE MANS
18.12.25	GRENOBLE	22.04.26	NANTES
19.12.25	LYON	23.04.26	BREST
10.01.26	CLERMONT-FRD	30.04.26	CAEN
15.01.26	DIJON	26.09.26	LIMOGES
16.01.26	CHAMBERY	02.10.26	ORLEANS
22.01.26	MARSEILLE	03.10.26	POITIERS
31.01.26	NANCY	10.10.26	AMIENS
07.02.26	REIMS		
12.02.26	ROUEN		
13.02.26	LE HAVRE		
20.02.26	RENNES		

COMPLET

adidas arena
12 DÉCEMBRE 2026

LE SPECTACLE

Dans son spectacle, Nino Ariel observe son époque avec un regard aussi lucide qu'impertinent. Il y aborde les contradictions de notre société, les relations amoureuses, le harcèlement, les inégalités liées au privilège de la beauté, la place des femmes dans le monde actuel et les absurdités du quotidien. Il rit de tout et, sans jamais se revendiquer politique, glisse au passage des messages aussi percutants que subtils.

Parfois insolent, jamais insultant, il mêle écriture précise et improvisation instinctive. Sur scène, son sens aigu de l'improvisation transforme chaque représentation en un moment unique et crée une complicité immédiate avec le public. Chaque soir devient ainsi un spectacle vivant, imprévisible et profondément connecté à la salle.

2^{ème} tour de Zénith



28.01.27	RENNES	17.09.27	ORLEANS
29.01.27	BREST	18.09.27	POITIERS
30.01.27	LAVAL	15.10.27	CLERMONT-FRD
19.03.27	LILLE	16.10.27	SAINT-ETIENNE
25.03.27	ANNECY	03.11.27	DIJON
26.03.27	GRENOBLE	04.11.27	MACON
10.04.27	TROYES	05.11.27	BESANCON
17.04.27	NARBONNE	06.11.27	MONTBELIARD
18.04.27	TOULOUSE	19.11.27	NANCY
24.04.27	BORDEAUX	20.11.27	STRASBOURG
25.04.27	PAU	10.12.27	REIMS
27.05.27	MONTPELLIER	11.12.27	AMNEVILLE
28.05.27	TOULON	12.12.27	AUXERRE
29.05.27	NICE	16.12.27	CAEN
30.05.27	MARSEILLE	17.12.27	ROUEN
09.09.27	ANGERS	18.12.27	LE HAVRE
10.09.27	NANTES	19.12.27	AMIENS
11.09.27	TOURS		

NINO ARIAL

Il avait tout pour réussir là où on l'attendait.

Fils d'un père ouvrier et d'une mère famille d'accueil, Nino Ariel grandit à Bordeaux dans un foyer modeste et soudé. Élève brillant, hyperactif, travailleur acharné. Il enchaîne prépa HEC, école de commerce, puis un poste confortable à la banque avant 25 ans. Sur le papier, la trajectoire est parfaite. Le genre de parcours qui rassure les parents et promet une vie stable.

Mais lui regarde ailleurs.

BAFA en poche, il découvre très tôt le plaisir de divertir. Colonies de vacances d'abord, puis clubs de vacances pendant chaque période scolaire. Même une fois entré à la banque, il pose ses congés pour repartir animer. Retrouver un micro. Une salle. L'adrénaline d'un rire qui part au bon moment. Entre deux saisons, l'attente devient interminable. Les semaines au bureau s'étirent, suspendues à la prochaine scène.

Le décalage finit par le rattraper.

À 26 ans, le corps lâche. Burn-out. Un midi, il sort de la banque pour déjeuner. Il ne reviendra jamais.

Il monte à Paris. Écrit pour MinuteBuzz. Explore YouTube et Facebook, teste des formats, apprend le rythme digital. Il travaille énormément. Trop encore. Deuxième burn-out. Cette fois il doit choisir. Et il choisit la scène.

Il écume les comedy clubs de la capitale, affine son écriture, développe une improvisation vive et instinctive. C'est là qu'il forge ce style direct, spontané, en prise permanente avec le public.

Alors en colocation avec Redouane Bougheraba, une intuition va changer la donne. Nino voit dans les improvisations de scène une matière brute, puissante. Il propose de les capter et de les diffuser sur les réseaux sociaux. L'idée change d'abord la trajectoire de Redouane... puis structure la sienne.

Très vite, Nino comprend que les réseaux peuvent devenir une véritable scène parallèle. Le live nourrit le digital, le digital remplit les salles. Il s'impose un rythme quasi militaire : poster une vidéo par jour, issue de ses improvisations avec les spectateurs. Son téléphone devient sa première scène... sa première affiche, son premier média.

La suite tient du phénomène.



La petite salle du Sacré en 2024. Puis le Théâtre Fontaine. L'Olympia. Le Dôme de Paris. Une tournée de 34 Zéniths complète à une vitesse record. Prochaine étape : l'Adidas Arena le 12 décembre et 35 nouveaux Zéniths en 2027 dont la billetterie vient d'ouvrir.

Près de 6 millions d'abonnés suivent aujourd'hui ses vidéos. Et c'est presque uniquement avec son téléphone qu'il a construit cette ascension. Sans campagne d'affichage massive. Sans tournée média classique. Une communauté fidèle, construite jour après jour, qui transforme chaque mise en vente en raz-de-marée sur les billetteries.

Grand, charismatique, reconnaissable à son style vestimentaire très travaillé, Nino cultive aussi une image singulière dans le paysage du stand-up : celle d'un humoriste aussi à l'aise avec les codes de la mode qu'avec ceux de la scène. Et salle après salle, le public suit.

Jusqu'ici, Nino Ariel a rempli les plus grandes salles de France avec deux armes simples : ses vannes et son téléphone.

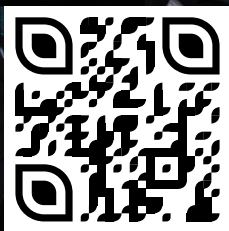
Une ascension fulgurante.

Un phénomène générationnel.

**Et l'un des artistes
les plus incontournables
du stand-up français.**

NINO ARIAL

- PAS COMME EUX -



CONTACTS PRESSE

Impresario

01 44 52 82 22

Stéphane Cohen - stephane@impresario-presse.com

Ophélie Schmitt - ophelie@impresario-presse.com

Amélie Steeno - amelie@impresario-presse.com

Lamine Aïssa - lamine@impresario-presse.com

nino-arial.fr

