N°240 - Septembre 2017 - 7 euros

MultiMédia

À LA UNE

ISSN 1267-7663

SONY

Et tout devient extraOH!rdinaire

Redécouvrez le monde en Super Slow Motion

Nouveau
XPERIA XZ1

DAS Xperia XZ1 : 0,799 W/kg. Le DAS (débit d'absorption spécifique) des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La règlementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2 W/kg. Les icônes et images sont des simulations et sont utilisées ici uniquement à des fins illustratives. Lors de vos appels, il est recommandé d'utiliser le kit piéton. Sony est une marque commerciale ou une marque déposée de Sony Corporation © 2017 Sony Mobile Communications Inc. Tous droits réservés. RCS 439 961 905 Nanterre.

SOMMAIRE

MM1 N240 / SEPTEMBRE 2017

14
DIGITAL @ RETAIL, L'EXPLOSION CONTINUE

Le Digital @ Retail continue son explosion et sa diversification. Avec encore + 29 % en valeur au premier semestre, des perspectives alléchantes et des nouveaux concepts qui arrivent toutes les semaines, les voyants sont au vert..

20
UBISOFT POURSUIT SA CROISSANCE

Entre des résultats en hausse, un E3 2017 de haute volée, une activité de plus en plus diversifiée et un catalogue très dense pour les prochains mois, tous les voyants sont quasiment au vert pour Ubisoft. John Parkes nous donne les clés pour comprendre.

24
NINTENDO A TOUTES LES CARTES EN MAIN

Nintendo vise des résultats équivalents à ceux de la Génération 7. La fin 2017 sera cruciale avec une Switch qui doit confirmer et des consoles portables qui doivent se pérenniser. Philippe Lavoué, DG France de Nintendo fait le point..

26
CAP SUR 2018 POUR PATHÉ

Pathé reviendra en force en 2018 avec de nombreux atouts dans ses manches. Pour en parler, nous avons rencontré Margot Abattu, Marine Dabezies et Arthur Menard, responsables vidéo/VoD de Pathé Films.

NEWS
DOSSIER
DIGITAL @ RETAIL, L'EXPLOSION CONTINUE
Marine Billault-Chaumartin – GFK
Rodrigue Birba - Sony C.E.
Dominique Cor – Electronics Arts

FOCUS
VIDÉO / 10
Nouveau repli du marché de la vidéo physique
DISTRIBUTION / 12
La Fnac passe sous pavillon allemand

INTERVIEW
JEU VIDÉO /20
John Parkes - Ubisoft
Dominique Cor – Electronics Arts
Philippe Lavoué – Nintendo
DVD / BLU-RAY /26
Margot Abattu, Marine Dabezies et Arthur Menard - Pathé Films
HARDWARE / 28
Marie Legrand - TCL

NOUVEAUTÉS
JEU VIDÉO / 30
Les jeux de sport ont trouvé la martingale
Le jeu vidéo vend enfin son passé
2017, année record pour Bethesda
La Switch mise sur les pépites du Web
La Switch fait le bonheur des accessoiristes
PRODUITS DÉRIVÉS /37
Innelec fonce sur les produits dérivés
DVD / BLU-RAY / 38
Universal ressuscite ses monstres
Actualités
HARDWARE / 44
Actualités
OBJETS CONNECTÉS /46
Actualités

RETROUVEZ LE MOIS PROCHAIN

NOTRE DOSSIER HARDWARE E-SPORT

LE FESTIVAL SON & IMAGE FÊTE SON 40e ANNIVERSAIRE

Rendez-vous incontournable des audiophiles et des amoureux de l'image, le Festival Son & Image fêtera son 40e anniversaire lors de la prochaine édition qui se tiendra les 14 et 15 octobre prochain au Novotel Paris Tour Eiffel dans le 15e arrondissement de Paris. Comme chaque année les plus grandes marques seront là : Samsung, Panasonic, Sony, B&W, Audio-Technica, Focal et biens d'autres. 300 marques présenteront leur meilleure offre de casques, systèmes audio, platine vinyles, produits connectés, TV et autres vidéo-projecteurs. A cette occasion, les visiteurs éclairés du salon pourront découvrir les dernières nouveautés produits, réaliser des écoutes comparatives et rencontrer en direct les grandes marques présentes. Tous ses passionnés auront ainsi accès à une sélection ultime et exhaustive telle qu'aucun point de vente ne le propose en démonstration comparative. A noter que le Festival Son & Image sera prolongé « hors les murs » pendant quinze jours, grâce à des démonstrations dans une liste d'auditoriums et de points de vente en France qui commercialiseront les produits référencés. **Pour ce 40e anniversaire, le festival présentera en exclusivité mondiale le 1er vinyle connecté et nouvel opus de remixes de Wax Tailor.** Dans le détail, ce vinyle, réalisé par MPO, inclue la technologie NFC qui permet de créer un lien entre l'artiste et l'auditeur via les réseaux sociaux, mais aussi l'accès au téléchargement et à tout l'univers digital de l'artiste. Le nouvel album sera en vente en avant-première à cette occasion. Le vinyle sera au cœur de cette 40e édition puisque l'opération « Vinyl Wash » qui a pour but de redonner une nouvelle vie aux vinyles sera reconduite (offre limitée à 5 disques par personne). Un espace de démonstration fera également la part belle au vinyle avec une écoute comparative vinyle / digital. Enfin, l'image est également au cœur du salon à travers **un espace de démonstration comparative de l'Ultra HD 4K. Une animation réalisée par le Blu-ray Partners** qui rassemblent les plus grands constructeurs de l'EGP et éditeurs de la vidéo. Une autre démonstration Home Cinéma présentera trois salles de cinéma privées, construites dans 3 configurations et prix différents. Le Festival accueillera, comme l'année précédente, l'édition automnale des « Sound Days » plus que jamais tourné vers les produits connectés et nomades. Enfin, un espace Start-Up sera proposé avec notamment la présence d'Audirvana, une société française qui a développé un logiciel pour Mac et PC qui améliore la qualité sonore de l'installation Hi-Fi, capable de lire tous les formats audio y compris FLAC, DSD et HiRes (MQA) tout en intégrant les services de streaming Hi-Fi Qobuz et Tidal.

CULTURA OUVRE SON 75e MAGASIN À BELLE EPINE

Cultura poursuit sa politique d'ouverture avec l'inauguration le 16 aout dernier d'un magasin dans le centre commercial de Belle-Epine (94) dans une partie des anciens locaux des Galeries Lafayette. L'enseigne compte encore ouvrir une dizaine de points de vente d'ici la fin d'année, preuve de son dynamisme. Le magasin de Belle Epine proposera sur ses 3 400 m² les gammes complètes de Cultura : livre, vidéo, musique, gaming, loisirs numériques, instruments de musique, ateliers, salles de cours, papeterie, loisirs créatifs (40 000 références). Dirigé par Gonzalo Morales, le magasin Cultura de Belle Épine emploie 50 salariés dont 46 en CDI, la moitié des effectifs ayant été recrutée localement. A noter enfin que c'est le premier magasin Cultura ouvert au sein d'un centre commercial détenu par le groupe Klépierre qui compte 150 centres commerciaux en Europe.

EN BREF

CHRISTOPHER NOLAN
a annoncé qu'il travaillait sur une remasterisation 4K de la trilogie Batman The Dark Knight.

FREE
est entrée, selon L'Express, au capital de Canalplay à hauteur de 20 %. Cette acquisition ferait suite à un accord de 2011, année durant laquelle Canal+ avait récupéré le service de VoD Free Home Video auprès de l'opérateur télécoms.

L'OBSERVATOIRE EUROPÉEN
de l'audiovisuel ajoute 2 nouveaux membres à son Comité consultatif : le European Producers Club (EPC) et la European Association for Viewer's Interests (EAVI).

SPOTIFY
est désormais disponible sur Xbox One dans 34 pays.

STAR WARS :
Le spin-off consacré à Obi-Wan Kenobi a été confirmé. C'est, selon le Hollywood Reporter, le réalisateur Stephen Daldry, metteur en scène de Billy Elliot, qui devrait réaliser le long-métrage sur le maître Jedi.

AMAZON
annonce la fermeture le 31 octobre prochain de Lovefilm, son service de location de DVD et Blu-ray par voie postale disponible au Royaume-Uni et en Allemagne. Cette fermeture intervient 6 ans après le rachat du service par le géant du e-commerce, et fait suite à la chute du nombre d'abonnés face à la concurrence de la VoD et SVoD.

PARAMOUNT
et les laboratoires Dolby annoncent la signature d'un partenariat pour l'édition de titres 4K Ultra HD BluRay et streaming basés sur les technologies Dolby Vision et Dolby Atmos.

WUAKI :
la plateforme VoD a été rebaptisée Rakuten TV. Un changement de nom qui coïncide avec le début du contrat de parrainage de 4 ans signé avec l'équipe de football du FC Barcelone.

BLU-RAY ULTRA HD 4 K :
Paramount annonce que la version Blu-ray UHD 4K de Ghost in the Shell a battu un record en termes de volume de ventes en première semaine aux Etats-Unis, atteignant 11,4 % des ventes totales, avec un chiffre d'affaires de plus de 5 millions de dollars. Le précédent record était détenu par Logan (10,1 % des ventes).

WALMART ET GOOGLE S'ASSOCIENT AUX ETATS-UNIS

Walmart, le géant américain de la distribution, a décidé de s'associer avec Google aux Etats-Unis. Dans le détail, des centaines de milliers d'articles pourront être commandé directement par la voix via l'enceinte intelligente Google Home qui intègre l'intelligence artificielle Google Assistant. Walmart, promet ainsi la plus grande offre de distribution disponible sur la plateforme allant de la lessive au Lego. Google a commencé à commercialiser en France son enceinte intelligente connectée Google Home en exclusivité chez Fnac Darty depuis le 8 aout dernier (149, 99 euros). **Cette nouvelle alliance a évidemment pour but de concurrencer Amazon et son assistant Alexa qui a réussi à s'imposer outre-Atlantique**. A noter qu'Amazon vient également de signer un partenariat avec Microsoft afin de rendre compatible leurs deux systèmes d'intelligence artificielle Alexa et Cortana. Chacun ayant ses spécificités propre : à Cortana, la gestion du calendrier et des rendez-vous, à Alexa, la gestion des achats en ligne.

GAMECASH OUVRE QUATRE NOUVEAUX MAGASINS

Gamecash, l'enseigne spécialisée dans le jeu vidéo d'occasion qui fonctionne sous franchise, a ouvert deux nouveaux magasins en France à Clermont-Ferrand (63) et Douai (59) en octobre dernier. Côté service, Gamecash étend la garantie de ses produits d'occasion de 6 à 12 mois. En parallèle, l'enseigne se développe en Belgique sous la houlette d'un master franchisé en ouvrant deux nouveaux magasins à Nivelles et Liège portant à 6 le nombre de magasins Gamecash en fin d'année. L'objectif affiché étant de parvenir à 18 points de ventes en Belgique à fin 2018. En France, l'enseigne qui compte une soixantaine de point de vente, souhaite se concentrer sur 16 villes prioritaires (Paris, Rennes, Marseille, Lyon, Toulouse, Strasbourg, Dijon, Orléans, Reims, Rouen, Montpellier, Metz, Saint-Nazaire, Poitiers, Nice et Aix-en-Provence).

UN NOUVEAU SIÈGE POUR LDLC

Le groupe LDLC franchit un nouveau cap dans son développement avec l'inauguration de son nouveau siège à Limonest (69) situé en périphérie de Lyon. Celui-ci regroupe 3 entités : le siège et ses 350 collaborateurs, l'école LDLC et un espace à vivre proposant salle de sport, réfectoire et un amphithéâtre ; l'ensemble étant réparti sur 1 hectare dont 7000 m² de bâtiments. Dans le même temps, le groupe poursuit son développement. Il est notamment entré en négociation exclusive en juillet dernier avec la société Olys, distributeur Apple pour les particuliers et professionnels. Son parc de magasins poursuit sa croissance avec **6 nouveaux magasins LDLC ouverts depuis le 1er avril dernier, ce qui porte à 26** le nombre de points de vente physique du groupe. Des magasins qui ont contribué pour 11,5 millions d'euros aux ventes BtoC au 1er trimestre 2017-18, un chiffre en hausse de 31,3 % par rapport à l'an dernier alors que dans le même temps le chiffre d'affaire global du groupe a reculé de 3% à 100 millions d'euros sur la même période. Principalement en raison de *« la forte hausse et durable du prix des composants mémoire »*, indique Olivier de La Clergerie, Directeur général de LDLC. Les ventes sont toujours affectées par la pénurie mondiale de puces mémoire qui touche notamment les prix des barrettes mémoire et disques SSD. Toutefois, Olivier de La Clergerie a indiqué que le marché avait donné des signes de reprises dès les mois de mai et juin dernier.

SONY DADC SE DIVERSIFIE VERS LE RETAIL

Sony DADC diversifie son activité vers la fourniture de produits au retail dans les domaines de l'Entertainment, de l'EGP, des accessoires et des médias. Et ce via une division dédiée baptisée Sony DADC Consumer Sales qui disposera d'équipes dédiées tout en s'appuyant sur les infrastructure de Sony DADC. Son premier partenaire est l'accessoiriste (jeu vidéo, mobilité...) Dreamgear qu'il représentera en Europe.

UN NOUVEAU COMPTOIR BOULANGER À AMIENS

Après l'ouverture de deux premiers magasins du nouveau concept de magasin, **Le comptoir, Boulanger se décline dans son magasin d'Amiens** situé en centre-ville à proximité de la gare SNCF. Ce format de centre-ville de 210 m² se base notamment sur la qualité de service, la proximité et le conseil avec une table centrale qui sert de point central d'échange. L'équipe est constituée de 12 collaborateurs seniors issus de l'équipe du magasin Boulanger d'Amiens (format classique). 1 000 produits sont disponibles sur place et 25 000 online. Une zone est dédiée à la réparation des mobiles, tablettes et ordinateurs, le client peut également venir retirer tous ses achats internet (Le Comptoir est partenaire de Relais Colis et Mondial Relais), preuve de la proximité que souhaite installer ce nouveau concept Boulanger. Des animations et formations seront organisées chaque jour dans deux salles de réunions. C'est le 136e magasin de l'enseigne**. Deux nouveaux points de vente sont prévus au 3e trimestre 2017** (2 ex-magasins Darty cédés suite à la décision de l'autorité de concurrence), les visiteurs des centres commerciaux Italie Deux (Paris 13) et Velizy 2 (78) découvriront 2 Pop Up store présentant l'enseigne. Enfin, Boulanger est également **devenu le partenaire de la futur U Arena de La Défense** et disposera de 2 espaces de 50 m² dans la salle de spectacle capable d'accueillir 40 000 spectateurs.

LA FÊTE DE LA VOD 2ème

Après une première édition réussie en octobre dernier avec des ventes de séances sur les plateformes participantes supérieures de 100 % aux chiffres des semaines précédentes, et le succès de l'opération La VoD Fête le Cinéma Français au printemps dernier avec un doublement des actes de location, La Fête de la VoD revient pour une seconde édition en octobre. Organisé par le Syndicat des éditeurs de vidéo à la demande (SEVAD) et soutenue par le CNC, **l'évènement se déroulera du 12 au 15 octobre et proposera de découvrir ou revoir un sélection de films au tarif unique de 2 euros** au format SD sur les plateformes participantes (Arte VoD, Canal VoD, FilmoTV, Fnac Play, Imineo, MYTF1VoD, Nolim, Orange, France.TV, Club Vidéo SFR, UniversCiné et Videofutur). A noter que l'offre sera une nouvelle fois réservée à la location d'œuvres cinématographiques et ne s'appliquera pas au téléchargement définitif (EST), ni aux séances E-cinéma. Une grande campagne multimédia nationale accompagnera l'évènement, mettant en avant la VoD.

MPEG LA
lance un appel aux détenteurs de brevets essentiels relatifs aux normes ATSC 3.0 afin de facilité la création d'une licence conjointe. ATSC 3.0 est un ensemble de standards toute la chaine audiovisuelle de nouvelle génération.

AMAZON PRIME VIDÉO
est désormais accessible en France depuis les consoles Playstation 3 et 4.

THE POKÉMON COMPANY
s'est s'associée en août dernier à Snap Inc. pour lancer un effet visuel Pikachu personnalisé sur Snapchat, et ce, pour une période limitée.

LA SOCIÉTÉ AMÉRICAINE IROBOT CORP,
fabricant de robots militaires et domestiques, a fait l'acquisition de son distributeur, Robopolis SAS pour 141 millions de dollars en juillet dernier. Les 2 sociétés collaboraient déjà ensemble mais iRobot Corp entend ainsi avoir une action plus directe en France, Allemagne, Espagne, Belgique, Autriche, Pays-Bas et Portugal.

FACEBOOK
a ouvert sa marketplace en France autorisant les particuliers à vendre directement leur produit.

LE GROUPE GALERIES LAFAYETTE
a racheté 51 % du capital de La Redoute afin de constituer un « groupe leader dans le commerce physique et digital, aux racines françaises et au développement international ».

AMAZON
prévoit d'investir 5 milliards de dollars dans la construction d'un nouveau quartier général aux Etats-Unis baptisé « HQ2 ». Depuis cette annonce, les différentes villes américaines rivalisent d'arguments pour faire valoir leur capacité à accueillir Amazon dans les meilleures conditions, Toronto, au Canada, est même sur les rangs.

FITBIT ET APPLE DÉTRÔNÉS PAR XIAOMI

Le marché mondial des wearables, composé des trackers, montres et autres bracelets connectés, poursuit sa croissance au 2e trimestre 2017. Selon les premières estimations du cabinet Strategy Analytics, **21,6 millions de wearables ont en effet été vendus d'avril à juin, soit 8 % de plus qu'à la même période en 2016**. Côté constructeur, Xiaomi monte un peu plus en puissance et détrône Fitbit et Apple en tant que premier fournisseur mondial de wearables. **Avec 3,7 millions d'unités livrées au 2e trimestre et 17,1 % de part de marché (contre 3 millions et 15 % de part de marché un an plus tôt), le géant chinois devance en effet Fitbit** qui a vu ses ventes s'écrouler passant de 5,7 millions d'unités vendues au 2e trimestre 2016 à 3,4 millions au trimestre dernier (15,7 % de part de marché contre 28,5 % en 2016). Apple a de son côté vu s'est vente bondir de 56 % par rapport à l'année dernière, grimpant de 1,8 million à 2,8 millions d'unités écoulées. Sa part de marché a quant à elle progressé de 9 % au second trimestre 2016 à 13 %. Et la sortie de l'Apple Watch Series 3 prévue en septembre devrait lui permettre de gagner encore des parts de marché.

Ventes globales de wearables dans le monde au 2e trimestre 2017 (en millions d'unités)

	2e trimestre 2017		2e trimestre 2016	
	Volume	PDM	Volume	PDM
Xiaomi	3,7	17,1 %	3	15,0 %
Fitibit	3,4	15,7%	5,7	28,5%
Apple	2,8	13,0%	1,8	9,0%
Autres	11,7	54,2%	9,5	47,5%
Total	21,6	100,0%	20	100,0%

Source : Strategy Analytics

NETFLIX, DISNEY, FOX... LA GUERRE DU STREAMING EST LANCÉE

Les studios semblent vouloir reprendre la main sur leur contenu. Deux d'entre eux et pas des moindre ont en effet annoncé cet été la fin de leur partenariat avec Netflix et leur volonté de voler de leurs propres ailes. La Walt Disney Company a ainsi fait savoir, à l'occasion de la présentation de ses résultats financiers, qu'elle ne renouvellerait pas fin 2018 l'accord signé en 2016 avec le géant de la SVoD. Derrière cette rupture se cache **la volonté de Disney de lancer ses propres plateformes de streaming : d'abord avec ESPN début 2018 avec une offre de programmes entièrement dédié aux sports, ensuite avec un nouveau service de SVoD pour le divertissement (films, séries, dessins animés..) sous la marque Disney en 2019.** Pour ce faire, le studio pourra s'appuyer sur le savoir-faire technique de la société BamTech, qui gère notamment le streaming de la chaîne HBO et de la Major League Baseball, dont il devenu actionnaire majoritaire cet été (75 %) suite à une prise de participation additionnelle de 42 % dans la capital. *« Cette acquisition et le lancement [futur] de nos services de vidéos à la demande marquent le début d'une nouvelle stratégie pour l'entreprise, qui nous permettra de profiter de l'opportunité que représente l'évolution technologique pour tirer profit de nos marques fortes »*, a ainsi annoncé Bob Iger, PDG de Walt Disney Company, dans une déclaration officielle. Et Disney n'est pas le seul à envisager de faire cavalier seul. **James Murdoch, directeur général adjoint de la 20th Century Fox, s'est en effet déclaré favorable à l'idée de proposer une offre de streaming indépendante payante et directe aux consommateurs.** Si rien n'est encore acté, le studio a par contre confirmé retirer prochainement les contenus de la Fox de Netflix, sans en préciser le calendrier.

LA SWITCH EN PLEINE FORME AU JAPON

26 semaines après sa commercialisation (fin aout), **la Switch aurait dépassé (selon Famitsu) les 1,5 million de ventes dans l'archipel Nippon**. Une performance remarquable puisque la PS4 n'en était par exemple qu'à 665 000 machines au bout de 26 semaines et qu'elle n'avait dépassé les 1,5 million de ventes qu'après 69 semaines.

NINTENDO SWITCH

COMMENCEZ VOTRE AVENTURE

Adaptateur de jeu et de chargement pour la voiture

Étui de console Premium - Édition Zelda

Official Nintendo Licensed Product

© 2017 Performance Designed Products LLC. All rights reserved. Performance Designed Products, PDP, and their respective logos are trademarks and/or registered trademarks of Performance Designed Products LLC. All other logos and trademarks are property of their respective owners. Nintendo Switch is a trademark of Nintendo. Licensed by Nintendo.

@PDPGaming www.PDP.com

NOMINATION

Nicolas Gaudemet

a été nommé au poste de **directeur commercial du Pôle Culture de la Fnac** en France, en remplacement de Coralie Piton qui a quitté le groupe Fnac-Darty en mai dernier. Ancien vice-président commercial d'Orange, il aura la responsabilité, au sein de la Fnac, de la vente et de l'assortiment de la totalité de l'offre culturelle de la Fnac, livre, musique, vidéo, tant en distribution physique que digitale. .

Manuel Simonnet

devient **sales manager consumer sales Europe de Sony DADC**. Il a travaillé auparavant chez PDP comme sales manager France Benelux Iberia et acheteur EGP chez Cora.

Yoshihisa (Bob) Ishida

a été nommé **CEO de Sharp Europe**, en remplacement de Tetsuji Kawamura, qui prendra prochainement de nouvelles fonctions au sein de Sharp Electronics Corporation (USA). Yoshihisa Ishida cumule désormais deux fonctions puisqu'il avait rejoint Sharp Corporation en tant qu'Executive Vice-Président en juin 2017. Par ailleurs.

Jean-Claude Ghinozzi

est nommé **DGA, Chief Commercial & Marketing Officer de Qwant**, moteur de recherche français. Il sera en charge du développement commercial, des activités marketing et de communication ainsi que du développement de Qwant en Europe. Il était auparavant General Manager de la division Retail, Sales & Marketing de Microsoft après avoir travaillé chez Canal+, Warner Bros, Electronic Arts ou Activision Blizzard.

CHIFFRE DU MOIS

6,5 millions.

C'est le nombre record de téléspectateurs ayant regardé dimanche 27 août, en direct à la TV et en live streaming sur les plateformes HBO, le septième et ultime épisode de la saison 7 de Game of Thrones. Le précédent record était détenu par le 5e épisode de cette saison 7 (10,7 millions). En comptabilisant toutes les plateformes, la saison 7 de Game of Thrones aura enregistré une moyenne de 30,6 millions de spectateurs par épisode. On parle d'une progression de 31 % par rapport à la saison précédente.

17,63 millions.

C'est le nombre d'entrées enregistrées dans les salles de cinéma au mois de juillet 2017, un niveau stable par rapport à juillet 2016 (+0,3 %), selon les dernières estimations du CNC. Sur les 7 premiers mois de l'année, la fréquentation des salles atteint 122,36 millions d'entrées, soit 1,7 % de moins que sur les 7 premiers mois de 2017.

103,95 millions.

Netflix a annoncé avoir dépassé les 100 millions d'abonnés dans le monde à fin juin (dont 52,03 millions à l'international et 51,92 millions aux Etats-Unis), pour un bénéfice net de 66 millions de dollars (+61 %) au second semestre. La plateforme de vidéo en ligne a ainsi vu son nombre d'abonnés progresser de 5,2 millions au 2e trimestre, l'essentiel venant de l'international (4,14 millions). Pour le troisième trimestre 2017, Netflix s'attend à une hausse du nombre d'abonnés de 4,4 millions, dont 3,7 millions hors Etats Unis.

1,696 millions.

C'est le nombre de vinyles neufs vendus en 2016, contre 988 000 en 2015, selon le Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP). Le vinyle représente aujourd'hui près de 8% des ventes physiques, un poids qui a quadruplé par rapport à 2012 (519 000 ventes).

12 000.

L'Accorhotel Arena a accueilli les 2 et 3 septembre les finales des League Championship Series opposant les meilleurs équipes de League of Legends d'Europe. La journée du dimanche aurait attiré 12 000 personnes. Ce qui en fait le plus gros événement e-sport jamais organisé en France.

10 millions.

Nintendo a été condamné à 10 millions de dollars d'amende aux bénéfices d'Ilife par un tribunal américain. Et ce pour violation de brevet sur les Wiimotes.

350 000. La Gamescom a dépassé pour son édition 2017 la barre des 350 000 visiteurs. 919 exposants étaient également présents (+ 5%).

16 milliards. Amazon a lancé un emprunt de 16 milliards de dollars en sept tranches pour financer son acquisition de Whole Foods.