**Le pouvoir des séries sur les tendances de consommation :**

**L’exemple de Netflix avec Le Jeu de la Dame**

Sortie le 23 octobre 2020 sur Netflix, le Jeu de la Dame (The Queen’s Gambit).

La série créée par Scott Frank et Allan Scott, est une adaptation du roman de Walter Tevis publié en 1983.
Le personnage principal de la fiction est Beth Harmon, interprété par l’actrice Anya Taylor-Joy.
La mini-série nous plonge dans son ascension vers les plus grands tournois d’échecs jusqu’à ce qu’elle devienne la meilleure joueuse d’échecs du monde.

Le Jeu de la Dame devient la mini-série la plus regardée en un mois dans l’Histoire de Netflix.
Et à peine 2 mois après sa sortie sur la plateforme de streaming, plus de 60 millions de personnes l’ont déjà visionnée.
La série remporte un fort succès et ne cesse de faire parler d’elle.
Contrairement à ce que l’on pourrait penser, il n’y a pas besoin d’être soi-même joueur d’échecs pour se laisser envoûter.
En seulement quelques jours les ventes liées aux échecs ont exploséproportionnellement aux nombres de spectateurs de la série.

**L’explosion des ventes de jeux d’échecs**

D’après les joueurs d’échecs, les réalisateurs ont réussi à filmer les parties d’échecs de façon réaliste tout en nous faisant ressentir les émotions des personnages.
C’est en partie ce qui explique pourquoi la série a créé un tel engouement, contrairement à d’autres séries ou film déjà sortis sur le sujet.

Après avoir été plongés dans l’univers des échecs tout au long de la série, de nombreux spectateurs ont développé un intérêt pour les échecs et les chiffres parlent d’eux-mêmes.
Les recherches liées aux échecs sur Google, comme les ventes de jeux, ont explosé.
The Independant dévoile que sur eBay, les recherches pour « jeu d’échecs » ont augmenté de**273 %** dans les dix jours après la sortie de la série fin octobre.
Aux Etats Unis les ventes de jeu d’échec ont augmenté de 87% depuis la sortie de la série et les livres sur les échecs de **603%.**

**L’âge d’or des échecs en ligne ?**

L’engouement a également été ressenti sur les plateformes de jeux en ligne.
Les inscriptions ont elles aussi explosé.
Bien que les échecs en ligne avaient déjà regagné de l’intérêt suite aux confinements dans de nombreux pays du monde.

Le site[chess.com](http://chess.com/) affirme que les fréquentations sont passées d’une moyenne de 20 000 à 30 000 nouveaux adhérents journaliers à près de 125 000 inscriptions par jour.

Cette hausse soudaine des inscriptions causée  par la série a eu un effet de surprise aussi bien pour les vendeurs de plateaux d’échecs que pour les plateformes qui ne s’attendaient pas à connaitre une telle croissance.

Le site [chess.com](http://chess.com/) a su surfer sur la tendance, en développant une intelligence artificielle (IA) dotée d’une personnalité similaire à Beth Harmon. Elle permet aux utilisateurs de se replonger dans l’univers de la série.

La question qui se pose désormais et de savoir s’il s’agit d’une tendance éphémère ou durable. Les professionnels semblent plutôt optimistes en ce qui concerne l’avenir des jeux d’échec en ligne pour les 10 prochaines années.

Le défi est désormais de réussir à garder tous ces nouveaux adeptes.

Il s’agit d’une preuve une fois de plus du pouvoir de l’influence de Netflix et des séries de manière générale sur les tendances de consommation.
Dernièrement la série Peaky Blinders diffusée par Netflix avait fait constater une hausse de 25% des ventes de casquettes similaires à celles des personnages.