2022

Rapport annuel

ASSOCIATION CANADIENNE DU LOGICIEL DE DIVERTISSEMENT

Table des matières

Message du président et chef de la direction 3
Message de la présidente 4
« Mes raisons » de l'ASPC.....5
Guide de recyclage 6
Étude économique 7
Relations avec les médias 8
Leadership éclairé.....9
Relations gouvernementales..... 10



ASSOCIATION CANADIENNE DU LOGICIEL DE DIVERTISSEMENT

Message du président et chef de la direction



Le mandat de l'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD) est de promouvoir et de protéger les intérêts de l'industrie canadienne du jeu vidéo d'un océan à l'autre. En collaborant avec les gouvernements de tout le pays et en préconisant le meilleur environnement possible pour la création et la publication de jeux vidéo, nous déployons des efforts permettant l'élaboration de politiques qui augmentent la création d'emplois et l'investissement des entreprises dans l'industrie canadienne du jeu vidéo. Au cours de l'exercice 2022, nos interactions accrues avec les médias ont donné lieu à des dizaines d'articles et de reportages soulignant les nombreux avantages que présentent les jeux vidéo pour les Canadiens et l'industrie du jeu vidéo pour l'économie canadienne.

L'exercice 2022 a malheureusement été une autre année difficile compte tenu des mesures de lutte contre la pandémie de COVID 19, des mesures de confinement et des fermetures qui ont une incidence sur les industries partout au Canada, y compris la nôtre. En fait, nous avons été encore une fois incapables de voir nos pairs et amis de l'industrie en personne. Les plus grands événements de notre industrie n'ont pas eu lieu et nous avons dû faire valoir notre industrie par des moyens et des médias numériques.

Même si la plupart d'entre nous ne s'attendaient pas à une deuxième année de pandémie, je suis heureux d'annoncer que notre industrie continue de prospérer malgré les défis auxquels nous continuons tous de faire face. Grâce à notre partenariat continu avec Nordicity et aux renseignements généreux et incroyablement précieux que l'industrie de partout au Canada nous a communiqués, nous avons réalisé et lancé notre plus récente étude économique, intitulée « L'industrie canadienne du jeu vidéo 2021 ». L'étude n'aurait pas été possible sans la réponse massive de plus de 150 studios de jeux vidéo qui ont fourni leurs données sur l'emploi et les finances, permettant ainsi à Nordicity de mener à bien son analyse de l'incidence économique.

Selon l'étude de 2021, l'industrie était florissante en cette période des plus difficiles. Elle a su tirer parti de sa nature numérique et a réussi à communiquer avec ses employés et ses consommateurs, la plupart du temps sans contact physique. Avec près de 1 000 studios d'un océan à l'autre, l'industrie canadienne du jeu vidéo emploie maintenant plus de 32 000 personnes talentueuses à temps plein et soutient 23 000 emplois indirects. Avec une contribution actuelle au PIB du pays à hauteur de 5,5 milliards de dollars, ce secteur d'activité est un champion national ayant une véritable incidence mondiale.

Les jeux vidéo réalisés au Canada par des talents canadiens continuent de dominer les palmarès des ventes à l'échelle mondiale, d'accroître la notoriété de la marque, d'être ancrés dans l'importance culturelle et de susciter des avancées novatrices. Mais le plus important, c'est qu'ils continuent de jouer un rôle positif : ils permettent aux gens de rester en contact, améliorent la santé mentale des personnes qui aiment nos produits et donnent aux parents l'occasion de passer plus de temps avec leurs enfants dans leur propre environnement.

Si les deux dernières années ont eu un effet positif sur les jeux vidéo, c'est qu'elles ont permis à l'industrie d'atteindre un niveau de notoriété que nous avons toujours mérité. Notre industrie se classe maintenant au même rang que la musique et le cinéma en tant que formes de divertissement créatives de premier plan. Grâce à nos produits, les gens peuvent s'immerger pleinement dans des mondes et des histoires comme jamais auparavant. Nous devrions tous être fiers de ce que nous faisons chaque jour et de la manière dont nos contributions influencent la vie de nos joueurs.

Maintenant que nous passons à un monde postpandémique plus « normal », je suis impatient de revoir tout le monde bientôt en personne lors des événements de l'industrie partout au pays et dans le monde. Même si nous avons tous relevé professionnellement le défi de ces deux dernières années, il n'y a toujours pas de véritable substitut aux relations en personne.

Prenez soin de vous. Au plaisir de vous voir bientôt.

Jayson Hilchie
Président et chef de la direction

ASSOCIATION CANADIENNE DU LOGICIEL DE DIVERTISSEMENT

Message de la présidente



Le Canada abrite l'une des industries des jeux vidéo les plus dynamiques au monde. L'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD) est la porte-parole de l'industrie canadienne du jeu vidéo. Elle sert ses entreprises membres en abordant les enjeux pertinents avec les intervenants gouvernementaux et les responsables des politiques publiques à l'échelle nationale et internationale.

Le rôle du conseil d'administration de l'ALD (le Conseil d'administration) est d'assurer la saine gouvernance de l'ALD en ce qui concerne les activités menées à l'appui de notre industrie. Le Conseil d'administration veille à la supervision de l'ALD et appuie son orientation stratégique pour s'assurer que les activités de l'Association profitent à tous les membres.

Le Conseil d'administration et le personnel de l'ALD entament l'élaboration de notre prochain plan stratégique triennal. J'aimerais en profiter pour dire à quel point je suis fière du travail que l'Association a accompli au cours du dernier exercice. Au cours d'une autre année difficile en raison des confinements et des restrictions liées à la COVID 19, nos possibilités de rencontrer le public ont été lourdement limitées. Et pourtant, je suis heureuse d'annoncer que l'ALD a fait d'énormes progrès dans la promotion des effets positifs de l'industrie du jeu vidéo auprès des décideurs de tout le pays et des médias. En fait, le lancement de notre étude économique en novembre 2021 a été le plus médiatisé de tous ceux que nous avons effectués. Il s'agit d'une réalisation remarquable dans un paysage médiatique incroyablement concurrentiel où de nombreuses industries se font concurrence pour transmettre leurs messages.

Non seulement la diffusion de l'étude de l'incidence économique a dépassé nos objectifs en tant que conseil d'administration, mais elle a également dépassé les attentes de tous en ce qui concerne la croissance continue de l'industrie canadienne du jeu vidéo. Au cours de cette période de contraction économique généralisée, de fermeture de magasins, de défis liés à la chaîne d'approvisionnement et de concurrence pour attirer les consommateurs, les jeux vidéo continuent de combler un vide chez les consommateurs en les aidant à tisser des liens avec leurs amis, à améliorer leur bien-être et à trouver des divertissements intéressants.

C'est probablement la croissance impressionnante de notre secteur du développement pendant la pandémie qui a été la plus remarquable. L'industrie canadienne du jeu vidéo a continué d'ajouter de nouveaux studios, d'embaucher des développeurs talentueux et d'avoir une incidence directe du PIB sur l'économie. Maintenant, avec des retombées économiques de 5,5 milliards de dollars, notre industrie est l'une des plus importantes et des plus dynamiques au monde. Et il nous incombe, en tant que conseil d'administration, de veiller à ce que l'Association continue de travailler fort pour protéger l'environnement d'affaires pour la création de jeux au pays et pour promouvoir les effets positifs des jeux sur nos joueurs.

Même si nous pouvons difficilement prévoir l'année à venir, notre objectif en tant que conseil d'administration consiste à collaborer avec le personnel de l'ALD à la réalisation de ses objectifs dans tout le pays, à organiser des événements pour l'industrie, à nouer des relations avec les entreprises membres et non membres, à écouter et à apprendre, et à mettre en œuvre des politiques et des initiatives judicieuses qui continueront de faire progresser notre industrie au-delà de la pandémie. C'est avec cette conviction que j'ai accepté avec plaisir un deuxième mandat à la présidence du conseil d'administration en 2021. Je suis fière de présider le Conseil d'administration de cette grande association, fière de travailler au sein de cette industrie novatrice et enthousiaste à l'idée de voir de mes propres yeux l'industrie canadienne du jeu vidéo atteindre de nouveaux sommets dans les années à venir.

Michelle Liem
Présidente, Association canadienne du logiciel de divertissement
Xbox Canada

ASSOCIATION CANADIENNE DU LOGICIEL DE DIVERTISSEMENT

« Mes raisons » de l'ASPC



Pendant que la pandémie de COVID 19 continuait de toucher de plein fouet le Canada et que la distribution des vaccins commençait au printemps 2021, l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) a communiqué avec le Conseil d'administration après le succès de la campagne #ÉcrasonsLaCOVID de 2020. L'Agence s'efforçait d'améliorer le taux de vaccination à grande échelle et, pour ce faire, elle avait besoin de messages de personnes influentes dans le but de sensibiliser les personnes hésitantes ou peu intéressées à se faire vacciner, notamment celles âgées de 18 à 34 ans.

Après de multiples discussions avec l'ASPC, il a été décidé que l'ALD participerait à la campagne « Mes raisons » de l'ASPC. Cette campagne consistait en une série de vidéos de personnes bien connues qui discutaient ouvertement des raisons pour lesquelles elles avaient choisi de se faire vacciner et pourquoi c'était si important pour elles. Il est devenu évident que, pour que cette initiative soit couronnée de succès, nous devions trouver des instavidéastes et des personnalités médiatiques bien connues qui trouveraient écho auprès du public que nous voulions sensibiliser.

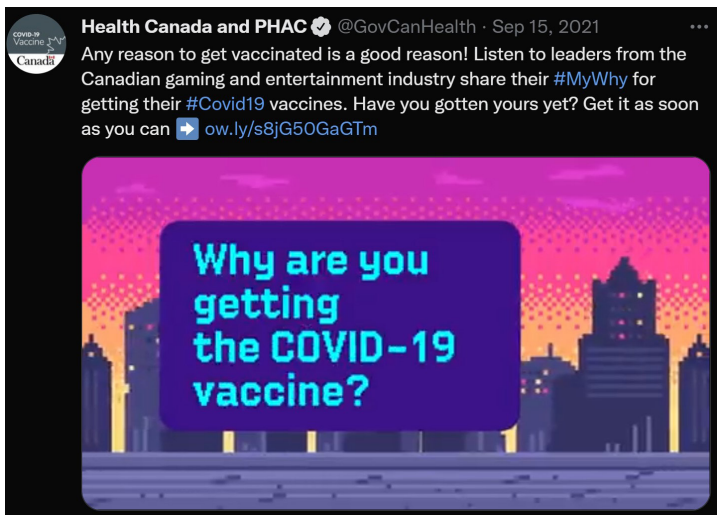
Le personnel de l'ALD a communiqué avec notre réseau et a fini par trouver sept influenceurs qui répondaient aux critères que nous recherchions. Cette approche a donné lieu à huit vidéos, la moitié en anglais et l'autre en français. Nous nous réjouissons d'avoir pu obtenir le même nombre d'influenceurs au Québec qu'au Canada anglais. Cela nous a permis de produire du contenu qui ciblait le plus large éventail de personnes dans les deux langues officielles.

L'ALD aimerait profiter de l'occasion pour remercier de nouveau les personnes suivantes pour leur contribution à cette importante initiative :

Victor Lucas
Clara Sia
Miss Harvey
Madame Zoum
Stacey Roy
Carl-Edwin Michel
Laurent LaSalle

L'Association aimerait également remercier le gouvernement du Canada et l'Agence de la santé publique du Canada d'être des partenaires aussi formidables et coopératifs dans cette initiative. La campagne « Mes raisons » montre comment le gouvernement et l'industrie du jeu vidéo peuvent travailler ensemble pour améliorer la situation face à la pandémie. L'ALD se réjouit des possibilités futures où elle pourra établir de nouveau un partenariat avec le gouvernement.





ASSOCIATION CANADIENNE DU LOGICIEL DE DIVERTISSEMENT

Guide de recyclage



L'industrie du jeu vidéo s'efforce d'être responsable et de respecter ses obligations en matière de recyclage des déchets électroniques. Au Canada, il y a diverses associations responsables des programmes de recyclage, notamment Stewardship Ontario et Éco Entreprises Québec. Certaines concentrent leurs activités sur les obligations relatives aux déchets électroniques, d'autres sur les déchets plus traditionnels comme le plastique. Ces associations sont exploitées par les provinces et enregistrées auprès du gouvernement. Comme certaines entreprises de notre industrie canadienne sont considérées comme des producteurs et des distributeurs de biens matériels susceptibles de produire des déchets dans l'environnement, celles-ci pourraient être considérées comme des « producteurs » devant s'enregistrer auprès de ces associations.

Selon la quantité et le type de déchets, les entreprises peuvent être tenues de produire des rapports qui détermineront le paiement des droits, le cas échéant. À cette fin, l'ALD a collaboré avec une société d'experts-conseils de l'extérieur pour créer un guide sur les obligations en matière de recyclage à l'échelle du Canada. Le principal objectif du guide est d'aider à déterminer les organismes avec lesquels les membres de l'ALD devraient collaborer, ainsi que le contexte et les détails pour aider à éclairer la prise de décisions des membres.

Le guide donne également un aperçu des organismes qui travaillent dans ce domaine partout au Canada, notamment la Canadian Stewardship Services Alliance (CSSA) et l'Association pour le recyclage des produits électroniques (ARPE). En tant qu'organisme de premier plan de l'industrie, l'ALD a commandé le guide et l'a entièrement financé au nom de nos entreprises membres. Nous l'avons également transmis aux autres associations provinciales de l'industrie pour nous assurer que toute l'industrie canadienne du jeu vidéo dispose de l'information nécessaire pour prendre des décisions éclairées sur les obligations en matière de recyclage.

Bien que l'industrie du jeu vidéo ait évolué progressivement vers un modèle de distribution axée sur le numérique, il y a encore un grand pourcentage de consommateurs qui achètent des produits physiques comme des jeux emballés sous forme de disques ou de cartouches. À l'instar du guide sur le retour au bureau que nous avons préparé en 2021 dans le contexte de la pandémie, une des missions de l'ALD est de veiller à ce que les entreprises de notre industrie aient les renseignements nécessaires pour connaître leurs obligations. Nous sommes fiers d'avoir rédigé et distribué le guide sur les obligations en matière de recyclage à nos membres et à l'ensemble de l'industrie canadienne : nous avons adopté une position de chef de file sur des questions importantes comme les déchets électroniques et le recyclage.

ASSOCIATION CANADIENNE DU LOGICIEL DE DIVERTISSEMENT

Étude économique



En novembre 2021, l'ALD a publié son rapport semestriel sur les répercussions économiques soulignant la contribution de l'industrie du jeu vidéo à l'économie canadienne et à l'économie mondiale. À la suite d'une année entière marquée par la pandémie, nous étions impatients de savoir comment l'industrie s'en sortait pendant une période sans précédent de perturbations économiques et sociales. Une fois de plus, l'ALD a retenu les services de la société de recherche Nordicity Inc. pour mettre en œuvre le même cadre que celui des années précédentes. Grâce à la cohérence sur douze mois de la conception et de la méthodologie du sondage, nous avons été en mesure de comparer les résultats qui reflétaient vraiment les changements survenus dans l'industrie.

Le fait de mener notre sondage auprès de l'industrie pendant la pandémie a soulevé de nouveaux défis : les choses étaient loin d'être normales et nous devions nous assurer d'avoir la rétroaction nécessaire pour décrire avec exactitude ce qui se passe dans les studios d'un océan à l'autre. En tirant parti des relations de longue date que nous avons établies au fil des ans, nous avons établi un record avec plus de 160 réponses au sondage, ce qui a généré notre ensemble de données le plus grand ainsi que le plus important depuis le lancement de l'étude.

Malgré une pandémie qui a ralenti les économies mondiales, les résultats de l'étude économique n'auraient pas pu être plus positifs. L'étude de Nordicity a conclu que l'industrie avait connu une croissance considérable, passant d'un peu moins de 700 studios actifs en 2019 à près de 1 000 en 2021. Les gens jouaient plus que jamais à des jeux vidéo, ce qui leur permettait d'interagir avec leurs amis et leur famille, d'améliorer leur santé mentale et de passer plus de temps avec leurs enfants. Cela a entraîné une hausse sans précédent des ventes, et l'industrie canadienne du jeu vidéo a réagi en prenant de l'expansion pour répondre à la demande des consommateurs. Avec maintenant un total de 32 000 employés à temps plein, notre secteur d'activité est véritablement un champion national dont les répercussions sont ressenties à l'échelle mondiale.

Grâce à la croissance du nombre de studios et d'emplois, notre contribution au PIB du Canada dépasse maintenant 5,5 milliards de dollars, soit le montant le plus élevé à ce jour. En plus de croître, nous prenons de la maturité : nous abordons des enjeux sociaux qui existent depuis longtemps et reconnaissons les éléments pour lesquels davantage de travail est nécessaire. Plus de 80 % des studios de jeux vidéo qui emploient 100 personnes ou plus disposent maintenant d'une stratégie de diversité et d'inclusion visant à attirer et à retenir un effectif équilibré sur le plan des sexes et diversifié. Ces faits constituent des éléments positifs qui indiquent que notre industrie continue d'accorder la priorité à la diversité et à l'inclusion afin d'attirer et de retenir les meilleurs talents dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

J'ai la certitude absolue que l'industrie du jeu vidéo est conçue pour l'ère numérique de la connectivité, qu'elle continuera de croître parallèlement à l'économie canadienne et que, grâce à elle, les gens seront plus proches les uns des autres. L'industrie canadienne du jeu vidéo est particulièrement bien placée pour poursuivre sa croissance, et il est essentiel de continuer notre travail en vue de favoriser un environnement opérationnel et réglementaire de renommée internationale au sein duquel les entreprises connaissent le succès à l'échelle internationale. Grâce à votre appui soutenu à des initiatives comme l'étude économique, j'ai la certitude que nous pourrons faire du Canada l'un des principaux marchés pour le développement des jeux vidéo.

ASSOCIATION CANADIENNE DU LOGICIEL DE DIVERTISSEMENT

Relations avec les médias



En 2021, l'ALD a continué de faire face aux défis découlant de la pandémie mondiale. Notre équipe a principalement travaillé à distance et est passée à des événements virtuels avec un public limité. Malgré cela, nous avons reconnu la nécessité pour l'ALD d'atteindre un vaste public afin de promouvoir son étude économique et d'autres messages clés. Nous avons établi un partenariat avec Hill & Knowlton Strategies pour nous aider à naviguer dans le paysage médiatique numérique et avons réussi à diffuser nos messages clés d'un océan à l'autre. Bien que l'ALD ait participé à plusieurs initiatives et campagnes médiatiques en 2021, notre programme le plus réussi a été le lancement de notre étude économique qui a obtenu des résultats sans précédent, malgré l'accent mis sur le monde numérique.

Hill & Knowlton Strategies a élaboré une campagne nationale exhaustive de relations avec les médias afin de renforcer et d'accroître la visibilité de notre rapport de 2021 auprès des publics clés, ainsi que de positionner l'ALD comme une association crédible qui représente une industrie vitale pour l'économie canadienne. La stratégie médiatique visait à obtenir une couverture très médiatisée de qualité dès le premier jour pour donner le ton à la campagne. Avant la date du lancement, Hill & Knowlton a obtenu une exclusivité avec le Financial Post, qui a produit un article approfondi sur notre rapport et l'industrie dynamique du jeu vidéo au Canada. À la suite de la première journée de couverture et du jour du lancement, Hill & Knowlton a déployé des efforts soutenus auprès des médias tout au long du mois de novembre, en s'assurant que les constats du rapport demeuraient visibles tout au long des cycles de nouvelles de novembre.

La campagne média ainsi méritée a connu un grand succès, générant des résultats phénoménaux au cours d'une période traditionnellement occupée en novembre et en décembre. Au cours de la campagne, l'ALD a obtenu 194 clics, ce qui représente une portée de près de 39 millions d'impressions grâce au reportage du Financial Post mis en vente dans 40 points de vente du réseau Postmedia.

Notre réussite s'est manifestée sur nos propres réseaux sociaux, nos actifs ayant généré plus de 66 000 impressions sur Twitter, dont 5 500 visionnements de notre bande-annonce. Instagram a recueilli plus de 11 000 impressions, ce qui a incité les visiteurs à consulter notre microsite et notre chaîne YouTube. Grâce à notre stratégie exhaustive de médias sociaux qui encourage les gens à regarder notre vidéo, nous avons été en mesure d'obtenir sur YouTube des résultats que nous n'avions jamais obtenus auparavant. Au cours de la campagne, nos vidéos en français et en anglais ont récolté plus de 42 000 visionnements, avec une durée moyenne de visionnement de la quasi-totalité de la vidéo. Il en a résulté un total de 1 213 heures dans les deux langues.

Ces résultats témoignent de l'engagement de l'ALD à promouvoir l'industrie canadienne du jeu vidéo au moyen de messages positifs soulignant nos importantes contributions à l'économie canadienne et au bien-être des joueurs. Nos efforts ont permis de sensibiliser les principaux décideurs, et de nous assurer que nous demeurons en tête des discussions qui influent sur l'ensemble de notre industrie. Nous ne cesserons jamais de travailler à la promotion de notre industrie. Nous continuons de mettre l'accent sur les campagnes intégrées qui font en sorte que nos initiatives concernent à la fois les affaires publiques et les relations gouvernementales, tout en incluant une composante ciblée de relations publiques et de médias. À une époque où les jeux vidéo ont une telle incidence positive sur la vie des gens, il est essentiel que nous racontions nos histoires sur l'industrie et que nous nous veillions à ce que nos voix rejoignent les principaux médias et les intervenants, peu importe où ceux-ci résident au Canada.

ASSOCIATION CANADIENNE DU LOGICIEL DE DIVERTISSEMENT

Leadership éclairé



L'ALD continue de bâtir sa réputation de chef de file éclairé en collaborant avec les organismes de conférenciers et les groupes de réflexion afin de faire progresser nos priorités et d'éduquer les personnes qui sont à l'avant-garde des politiques publiques et de l'économie relatives à l'industrie canadienne du jeu vidéo. Notre adhésion à la Chambre de commerce du Canada, au Forum des politiques publiques et à l'Institut C.D. Howe nous a aidés à avoir accès à des groupes d'experts et à des groupes de travail au sein desquels nous avons pu défendre des priorités importantes dans le cadre d'une cohorte plus vaste.

Nos efforts visant à améliorer les compétences numériques et le bassin de talents du Canada comprenaient notre commandite du rapport de l'Institut C.D. Howe intitulé « Addressing Digital & STEM Skills Shortages », un document qui se retrouvera entre les mains des élus et du personnel ministériel travaillant sur cette question importante. De plus, notre chef de la direction a participé à une table ronde avec la Chambre de commerce Canada-Floride, où il a parlé du besoin urgent, après la pandémie, que les gouvernements intègrent l'apprentissage informatique aux programmes d'études. La nécessité pour l'économie de s'adapter à un environnement axé sur le numérique créera une demande sans précédent de programmeurs informatiques, de développeurs d'interface utilisateur, d'ingénieurs de serveurs, etc. À l'heure actuelle, aucune formation sur le codage informatique n'est offerte à la plupart des étudiants au Canada, ce qui entraînera une crise de l'offre et de la demande si les décideurs ne s'attaquent pas au problème.

En novembre 2021, notre chef de la direction et trois dirigeants d'entreprises membres ont participé à une table ronde intitulée « L'industrie canadienne du jeu vidéo : Un champion national ayant un impact économique mondial ». Ce groupe d'experts s'est concentré sur la croissance spectaculaire de l'industrie au Canada et sur les politiques qui font la renommée de notre industrie. Plus de 400 personnes ont assisté virtuellement à cette table ronde, et bon nombre d'entre elles assistaient pour la première fois à un événement informatif sur l'industrie canadienne du jeu vidéo. Des événements comme celui-là sont très importants pour faire connaître l'histoire de notre industrie à des personnes en position d'influence.

Parmi les autres conférences qui ont eu lieu tout au long de l'année, mentionnons MEGA/MIGS, la conférence la plus importante sur les jeux vidéo du pays, et Digital Media at the Crossroads, où Paul Fogolin, notre vice-président, Politiques et affaires gouvernementales, a parlé de l'industrie à un public composé principalement de cadres des milieux du cinéma et de la télévision. Informer les gens sur l'industrie est une fonction essentielle de l'ALD et nous continuons de chercher les tables rondes et les événements les plus en vue pour faire connaître les avantages de l'industrie canadienne du jeu vidéo.

ASSOCIATION CANADIENNE DU LOGICIEL DE DIVERTISSEMENT

Relations gouvernementales



Chaque année, l'ALD produit et organise sur la Colline du Parlement un grand événement qui comprend une réception et une soirée de démonstration où certains de nos membres présentent leurs jeux aux députés et aux membres du personnel. L'événement comprend également une journée de réunions de représentation avec des députés et des membres du personnel clés sur la Colline pour promouvoir les priorités de l'ALD. La dernière Journée d'Ottawa a eu lieu au début de février 2020, soit deux jours après le retour du Parlement du congé des Fêtes. Notre rencontre a été l'une des premières organisées par les groupes de l'industrie. Elle fut finalement l'une des seules avant que la COVID 19 déclenche des confinements massifs.

Une fois de plus, en 2021, nous n'avons pas eu l'occasion de rencontrer les députés en personne ni d'organiser un grand événement en personne en raison de la COVID 19. Pour nouer le dialogue avec les décideurs, nous avons suivi les stratégies de réussite de l'an dernier et nous sommes passés à des réunions virtuelles avec divers députés et membres du personnel, ainsi qu'avec les entreprises membres de l'ALD. Parmi les sujets abordés, mentionnons notamment l'incidence économique globale de l'industrie canadienne du jeu vidéo, la création d'emplois, l'immigration, le perfectionnement des compétences et les pénuries de talents, le financement culturel et la radiodiffusion. Ces réunions avaient pour but de mobiliser les principaux décideurs, d'établir et d'entretenir des relations, et de leur donner la possibilité d'écouter directement nos entreprises membres.

Les députés et les membres du personnel des ministères suivants ont participé aux réunions :

Matthew Gray – conseiller en politiques, ministre du Patrimoine
Eric Gustavson – conseiller en politiques, ministre de l'Emploi
Fritz-Lionel Adimi – conseiller en politiques du patrimoine, Cabinet du Premier ministre
Kyle Nicholson – directeur des politiques, ministre de l'Immigration
John Nater, député – Membre conservateur du Comité patrimoine
Kevin Waugh, député – Membre conservateur du Comité du patrimoine

Les diverses réunions ont toutes été bien accueillies, et l'effusion de soutien de la part des députés et du personnel pour notre prochain événement en personne a été incroyablement touchante. Alors que la pandémie de COVID 19 se dissipe, des plans sont en place pour organiser les Jeux vidéo sur la Colline en personne en novembre 2022.

En plus de nos événements virtuels sur la Colline du Parlement, notre vice-président, Politiques et affaires gouvernementales a communiqué régulièrement avec la fonction publique et les décideurs politiques tout au long de l'année 2021 pour se tenir au courant des priorités législatives comme les préjudices en ligne, la protection de la vie privée et la réforme de l'immigration, tout en fournissant au gouvernement un lien direct avec notre industrie par l'entremise de l'ALD.

À propos de l'ALD

L'ALD est la porte-parole nationale de l'industrie du jeu vidéo au Canada. Nous travaillons pour nos membres que sont Activision Blizzard, Glu, EA, Gameloft, Ubisoft, Kabam, Other Ocean Interactive, Ludia, Microsoft, Nintendo, Sony Interactive Entertainment, Relic Entertainment, Solutions 2 Go, WB Games, Square Enix, Take 2 Interactive, Codename Entertainment, Certain Affinity et NetEase Games, pour veiller à ce que les environnements juridiques, réglementaires et d'affaires publiques soient favorables au développement commercial à long terme. Pour de plus amples renseignements, consultez theESA.ca/fr/.