FAITS ESSENTIELS 2012

association canadienne du
logiciel
de divertissement

ald™

TABLE DES MATIÈRES

Les amateurs de jeux vidéo et informatiques	3
Profil des joueurs canadiens	5
Enfants (6 à 12 ans)	5
Adolescents (13 à 17 ans)	6
Adultes (18 à 34 ans)	7
Adultes (35 à 54 ans)	8
Adultes (55 ans et plus)	9
Acquisition Adolescents (13 à 17 ans) et Adultes (18 à 34 ans)	10
Acquisition Adultes (35 à 54 ans) & Adultes (55 ans et plus)	11
Les classifications de l'ESRB	12
Principaux jeux vidéo et informatiques vendus	13
Le secteur canadien des jeux vidéo et informatiques	14
Structure et importance du secteur	15
Profils de quelques provinces canadiennes	16
L'ALD	17

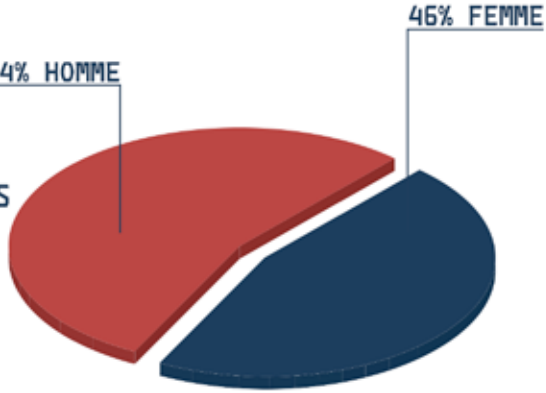
Sauf indication contraire, toutes les données présentées dans ce document proviennent de l'étude réalisée tout spécialement par le **NPD Group**, intitulée Understanding the Canadian Gamer 2012 (Comprendre le joueur canadien 2012). L'étude a été commandée par l'**Association canadienne du logiciel de divertissement** (**ALD**) et a permis de recueillir des données auprès de 2 969 adultes, 527 adolescents (de 13 à 17 ans) et de 687 enfants (6 à 12 ans), entre le 13 et le 30 avril 2012. La marge d'erreur associée à l'ensemble de l'échantillon est de +/- 1,5, 19 fois sur 20. Le **NPD Group** est le principal fournisseur de renseignements fiables et complets sur les consommateurs et les ventes au détail dans des secteurs très variés. Aujourd'hui, plus de 1 700 fabricants, détaillants et entreprises de services font appel au NPD avant de prendre leurs décisions d'affaires importantes aux niveaux international, national et local. NPD aide ses clients à identifier de nouvelles occasions d'affaires et oriente le développement de leurs produits, leur marketing, leurs ventes, leur commercialisation et autres fonctions. L'information est disponible sur les secteurs suivants : automobile, esthétique, technologie commerciale, technologie grand public, divertissement, mode, aliments et boissons, services d'alimentation, foyer, fournitures de bureau, sports, jouets et sans-fil. Pour de plus amples renseignements, visitez son site Web à : http://www.npd.com/. Ce document contient aussi des données extraites du rapport préparé par **Secor Consulting Group** et intitulé Canada's Entertainment Software Industry in 2011 (Le secteur canadien du logiciel de divertissement en 2011). Cette étude avait été commandée par l'ALD et avait permis de recueillir des données quantitatives et qualitatives auprès d'entreprises canadiennes de jeux vidéo et informatiques, notamment des développeurs et autres acteurs importants du secteur. La Saskatchewan n'apparaît pas dans ce rapport car, même si quelques entreprises ont été identifiées dans ce secteur dans cette province, aucune n'a répondu au sondage. En conséquence, ces entreprises et la province elle-même ont été supprimées de l'analyse des donnés pour ne pas fournir de résultats analytiques sans données réelles.

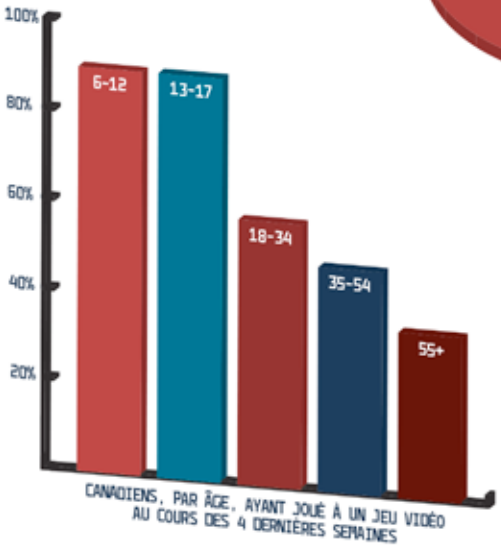
SECOR est le plus important cabinet-conseil indépendant en stratégie et organisation du Canada. Depuis 35 ans, il accompagne les équipes de direction dans leur réflexion stratégique et sa mise en œuvre. Il a des bureaux à Montréal, New York, Paris, Québec, Toronto et Vancouver. Pour de plus amples renseignements, visitez son site à : www.secorgroup.com.

LES AMATEURS
DE JEUX VIDÉO ET INFORMATIQUES

58% DES CANADIENS SONT DES JOUEURS

90% DES ENFANTS ET DES ADOLESCENTS CANADIENS SONT DES JOUEURS

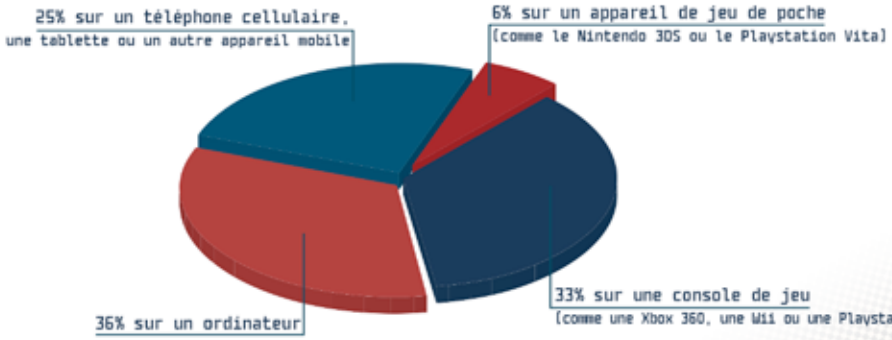




45% DES JOUEURS JOUENT PLUSIEURS JOURS PAR SEMAINE

31 ANS – ÂGE MOYEN DU JOUEUR CANADIEN

Sur quelle plate-forme les Canadiens jouent le plus souvent à des jeux vidéo?





61% des foyers canadiens possèdent une console de jeu (Wii, Xbox 360 ou PlayStation 3)





80% des foyers canadiens possèdent un téléphone cellulaire, une tablette ou un autre appareil mobile





95% des foyers canadiens possèdent un ordinateur



Le nombre d'appareil de jeu au sein des foyers canadiens a énormément augmenté depuis 2010, exception faite des ordinateurs. La plupart des foyers (80 %) possède au moins un téléphone cellulaire ou un autre appareil mobile. Environ trois foyers sur cinq possèdent au moins une console de jeu vidéo (61 %) et près d'un foyer sur trois (31 %) possède un appareil de poche.

La tendance relative à l'utilisation générale des appareils de jeu s'est nettement modifiée, 58 % des joueurs indiquant utiliser un ordinateur (baisse de 12 % par rapport à 2010) et 44 % des joueurs indiquant utiliser des systèmes de jeu de poche (augmentation de 18 % par rapport à 2010).

PROFIL DES JOUEURS CANADIENS

ENFANTS (6 À 12 ANS)

FILLETTES

35% JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN ORDINATEUR

30% JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN TÉLÉPHONE CELLULAIRE OU UN APPAREIL MOBILE

58% LA PLUPART JOUE QUELQUES JOURS PAR SEMAINE

17% JOUENT TOUS LES JOURS

GARÇONNETS

41% JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UNE CONSOLE DE JEU

24% JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN SYSTÈME DE JEU DE POCHE

48% LA PLUPART JOUE QUELQUES JOURS PAR SEMAINE

41% JOUENT TOUS LES JOURS

ELLES JOUENT

45% À DES JEUX DE RÔLE POUR ENFANTS

LA PLUPART JOUE À DES JEUX DE RÔLE POUR ENFANTS EN LIGNE ET ELLES JOUENT EN LIGNE POUR OBTENIR DES TROPHÉES ET GAGNER, ET GAGNER DES OPTIONS OU DES PERSONNAGES.

28% À DES JEUX D'ARCADE

ILS JOUENT

56% À DES JEUX D'ACTION ET D'AVENTURE

32% JEUX DE COURSE ET DE SIMULATION DE VOL

LES PARENTS QUI JOUENT ET LEURS ENFANTS

80% DES PARENTS AMATEURS DE JEUX JOUENT À DES JEUX VIDÉO AVEC LEURS ENFANTS

52% DES PARENTS AMATEURS DE JEUX INDIQUENT JOUER EN FAMILLE UNE FOIS PAR SEMAINE OU PLUS

ADOLESCENTS (13 À 17 ANS)

ADOLESCENTES

42%
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN TÉLÉPHONE CELLULAIRE OU UN APPAREIL MOBILE

49%
LA PLUPART JOUE QUELQUES JOURS PAR SEMAINE

20%
JOUENT TOUS LES JOURS

ELLES JOUENT

27%
À DES JEUX D'ARCADE

26%
À DES JEUX AXÉS SUR LA MUSIQUE

26%
À DES JEUX ÉDUCATIFS, DES PUZZLES, DES JEUX AXÉS SUR LES MOTS OU TOUT AUTRE JEU FAISANT APPEL À LEURS CAPACITÉS MENTALES

ADOLESCENTS

64%
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UNE CONSOLE DE JEU

35%
LA PLUPART JOUE QUELQUES JOURS PAR SEMAINE

54%
JOUENT TOUS LES JOURS

ILS JOUENT

53%
À DES JEUX DE TIR
LA MAJORITÉ (74 %) JOUE À DES JEUX DE TIR EN LIGNE, SURTOUT EN COMPÉTITION OU LES UNS CONTRE LES AUTRES

44%
À DES JEUX D'ACTION ET D'AVENTURE
LA PLUPART JOUE EN LIGNE ET PRÉFÈRE JOUER EN LIGNE POUR AVOIR DES CONTACTS SOCIAUX OU ENTRER EN COMPÉTITION AVEC D'AUTRES

29%
À DES JEUX DE SPORTS

ADULTES (18 À 34 ANS)

FEMMES

38%
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN TÉLÉPHONE CELLULAIRE, UNE TABLETTE OU UN APPAREIL MOBILE.

31%
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN ORDINATEUR

30%
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UNE CONSOLE DE JEU

45%
LA PLUPART JOUE QUELQUES JOURS PAR SEMAINE

ELLES JOUENT

40%
À DES JEUX ÉDUCATIFS, DES PUZZLES, DES JEUX AXÉS SUR LES MOTS OU TOUT AUTRE JEU FAISANT APPEL À LEURS CAPACITÉS MENTALES

33%
À DES JEUX DE RÔLE
LA PLUPART JOUE EN LIGNE ET PRÉFÈRE JOUER EN LIGNE POUR COLLABORER AVEC D'AUTRES DANS DES JEUX D'ÉQUIPE OU AVOIR DES CONTACTS SOCIAUX AVEC D'AUTRES

29%
JOUENT À DES JEUX DE STRATÉGIE OU DE RÔLES (EN TEMPS RÉEL OU DANS UN MONDE QUI N'EST PAS EN CONTINU)

HOMMES

51%
DES ADOLESCENTS JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UNE CONSOLE DE JEU

33%
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN ORDINATEUR

49%
LA PLUPART JOUE QUELQUES JOURS PAR SEMAINE

ILS JOUENT

42%
À DES JEUX DE RÔLE
LA PLUPART JOUE EN LIGNE ET PRÉFÈRE JOUER EN LIGNE POUR COLLABORER AVEC D'AUTRES DANS DES JEUX D'ÉQUIPE OU AVOIR DES CONTACTS SOCIAUX AVEC D'AUTRES

41%
À DES JEUX D'ACTION ET D'AVENTUR

40%
À DES JEUX DE TIR
69 % DE CEUX QUI JOUENT À DES JEUX DE TIR JOUENT EN LIGNE. LA PLUPART JOUE EN LIGNE POUR ENTRER EN COMPÉTITION AVEC D'AUTRES OU JOUER CONTRE EUX, OU JOUE EN ÉQUIPE POUR COLLABORER ET OBTENIR DES TROPHÉES ET GAGNER

ADULTES (35 À 54 ANS)

FEMMES

46 %
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN ORDINATEUR

32 %
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN TÉLÉPHONE CELLULAIRE, UNE TABLETTE OU UN AUTRE APPAREIL MOBILE

HOMMES

39 %
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN ORDINATEUR,

33 %
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN ORDINATEUR

25 %
JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN TÉLÉPHONE CELLULAIRE, UNE TABLETTE OU UN AUTRE APPAREIL MOBILE

UNE MAJORITÉ
JOUE AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE
(38 % JOUENT QUELQUES JOURS PAR SEMAINE, 32 % JOUENT TOUS LES JOURS ET 13 % JOUENT UNE FOIS PAR SEMAINE)

46 %
JOUE QUELQUES JOURS PAR SEMAINE

ELLES JOUENT

56 %
À DES JEUX ÉDUCATIFS, DES PUZZLES, DES JEUX AXÉS SUR LES MOTS OU TOUT AUTRE JEU FAISANT APPEL À LEURS CAPACITÉS MENTALES

34 %
À DES JEUX DE CARTE

23 %
À DES JEUX D'ARCADE

ILS JOUENT

26 %
À DES JEUX DE TIR

26 %
À DES JEUX DE CARTE

24 %
À DES JEUX DE RÔLES
LA PLUPART JOUE EN LIGNE POUR AVOIR DES CONTACTS SOCIAUX ET JOUER AVEC D'AUTRES ET POUR OBTENIR DES TROPHÉES ET GAGNER

24 %
À DES JEUX D'ACTION ET D'AVENTURE

ADULTES (55 ANS ET PLUS)

FEMMES | HOMMES

68 % DES JOUEURS ADULTES (55 ANS ET PLUS) JOUENT LE PLUS SOUVENT SUR UN ORDINATEUR

À QUELLE FRÉQUENCE JOUENT-ILS?

41 % JOUE QUELQUES JOURS PAR SEMAINE

32 % JOUENT TOUS LES JOURS

ELLES JOUENT

56 %
À DES JEUX DE CARTES

53 %
À DES JEUX ÉDUCATIFS, DES PUZZLES, DES JEUX AXÉS SUR LES MOTS OU TOUT AUTRE JEU FAISANT APPEL À LEURS CAPACITÉS MENTALES

ILS JOUENT

41 %
À DES JEUX DE CARTES

23 %
À DES JEUX ÉDUCATIFS, DES PUZZLES, DES JEUX AXÉS SUR LES MOTS OU TOUT AUTRE JEU FAISANT APPEL À LEURS CAPACITÉS MENTALES

JEU EN LIGNE

30 % DES JOUEURS ADULTES CONSACRENT PLUS DE TEMPS (BEAUCOUP PLUS OU UN PEU PLUS) À JOUER À DES JEUX VIDÉO EN LIGNE

ADOLESCENTS (13 À 17 ANS)

ADOLESCENTES

COMMENT SE PROCURENT-ELLES LEURS JEUX?

- **33 %** TÉLÉCHARGEMENT D'UN JEU GRATUIT COMPLET OU D'UNE APPLICATION DE JEU GRATUITE
- **28 %** TÉLÉCHARGEMENT DE LA DÉMONSTRATION GRATUITE D'UN JEU
- **27 %** NOUVEAU JEU REÇU EN CADEAU

ADOLESCENTS

COMMENT SE PROCURENT-ILS LEURS JEUX?

- **58 %** ACHAT D'UN NOUVEAU JEU EN MAGASIN OU SUR UN SITE WEB
- **44 %** NOUVEAU JEU REÇU EN CADEAU
- **26 %** TÉLÉCHARGEMENT DE LA DÉMONSTRATION GRATUITE D'UN JEU

ADULTES (18 À 34 ANS)

FEMMES

COMMENT SE PROCURENT-ELLES LEURS JEUX?

- **38 %** ACHAT D'UN NOUVEAU JEU EN MAGASIN OU SUR UN SITE WEB
- **31 %** TÉLÉCHARGEMENT D'UN JEU GRATUIT COMPLET OU D'UNE APPLICATION DE JEU GRATUITE
- **30 %** ACCÈS À DES JEUX GRATUITS PAR UN SITE OU UN PORTAIL DE JEUX OU DES RÉSEAUX SOCIAUX

HOMMES

COMMENT SE PROCURENT-ILS LEURS JEUX?

- **53 %** ACHAT D'UN NOUVEAU JEU EN MAGASIN OU SUR UN SITE WEB
- **35 %** TÉLÉCHARGEMENT D'UN JEU GRATUIT COMPLET OU D'UNE APPLICATION DE JEU GRATUITE
- **26 %** ACHAT DE LA VERSION NUMÉRIQUE D'UN JEU COMPLET À TÉLÉCHARGER

ADULTES (35 À 54 ANS)

FEMMES

COMMENT SE PROCURENT-ELLES LEURS JEUX?

37 % ACHAT D'UN NOUVEAU JEU EN MAGASIN OU SUR UN SITE WEB

33 % TÉLÉCHARGEMENT DE LA DÉMONSTRATION GRATUITE D'UN JEU

33 % TÉLÉCHARGEMENT D'UN JEU GRATUIT COMPLET OU D'UNE APPLICATION DE JEU GRATUITE

HOMMES

COMMENT SE PROCURENT-ILS LEURS JEUX?

50 % ACHAT D'UN NOUVEAU JEU EN MAGASIN OU SUR UN SITE WEB

29 % TÉLÉCHARGEMENT D'UN JEU GRATUIT COMPLET OU D'UNE APPLICATION DE JEU GRATUITE

27 % TÉLÉCHARGEMENT DE LA DÉMONSTRATION GRATUITE D'UN JEU

ADULTES (55 ANS ET PLUS)

FEMMES

COMMENT SE PROCURENT-ELLES LEURS JEUX?

35 % TÉLÉCHARGEMENT DE LA DÉMONSTRATION GRATUITE D'UN JEU

24 % TÉLÉCHARGEMENT D'UN JEU GRATUIT COMPLET OU D'UNE APPLICATION DE JEU GRATUITE

19 % ACCÈS À DES JEUX GRATUITS PAR UN SITE OU UN PORTAIL DE JEUX OU DES RÉSEAUX SOCIAUX

HOMMES

COMMENT SE PROCURENT-ILS LEURS JEUX?

33 % ACHAT D'UN NOUVEAU JEU EN MAGASIN OU SUR UN SITE WEB

21 % TÉLÉCHARGEMENT D'UN JEU GRATUIT COMPLET OU D'UNE APPLICATION DE JEU GRATUITE

20 % TÉLÉCHARGEMENT DE LA DÉMONSTRATION GRATUITE D'UN JEU

LES CLASSIFICATIONS DE L'ESRB

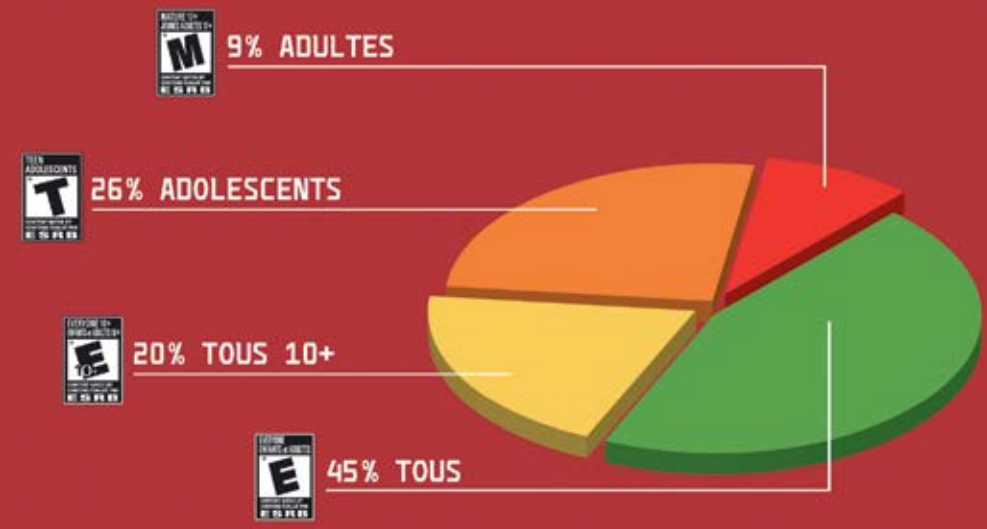
L'Entertainment Software Rating Board (ESRB) est un organisme d'autoréglementation à but non lucratif, qui classifie le contenu des jeux vidéo et informatiques. Le système de classification ESRB a pour objectif de fournir aux consommateurs, notamment aux parents, des renseignements concis et impartiaux sur la pertinence et le contenu des jeux informatiques et vidéo en fonction de l'âge, pour leur permettre de prendre des décisions éclairées et d'acheter ainsi des jeux qu'ils jugent adaptés à leurs enfants et familles.

87% DES PARENTS QUI JOUENT VÉRIFIENT, PARFOIS OU TOUJOURS, LE SYMBOLE DE CLASSIFICATION ESRB QUI APPARAÎT SUR LA BOÎTE LORSQU'ILS ACHÈTENT OU LOUENT DES JEUX VIDÉO POUR LEURS ENFANTS

87% DES PARENTS QUI JOUENT UTILISENT PARFOIS OU TOUJOURS LES DESCRIPTEURS OU CONTENU LORS DE L'ACHAT DES JEUX POUR LEUR ENFANT

93% DES JOUEURS ADULTES DISENT QUE LE SYSTÈME DE CLASSIFICATION ESRB EST TRÈS UTILE LORSQU'IL S'AGIT DE LES AIDER À ACHETER OU À LOUER DES JEUX VIDÉO APPROPRIÉS POUR LEURS ENFANTS

Nombre de classifications ESRB attribuées en 2010



NOTE: L'ESRB a attribué 1332 classifications en 2011. Ces chiffres incluent les jeux modifiés et soumis de nouveau par un éditeur afin de recevoir une autre classification, ainsi que les titres téléchargeables selon un processus accéléré.

Pour de plus amples renseignements, visitez le site Web de l'ESRB à l'adresse suivante: www.esrb.org

ESRB ENTERTAINMENT SOFTWARE RATING BOARD

PRINCIPAUX JEUX VIDÉO ET INFORMATIQUES VENDUS

12 MOIS TERMINANT EN AOÛT 2012

01 CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 3

02 ELDER SCROLLS V: SKYRIM

03 NHL 12

04 BATTLEFIELD 3

05 JUST DANCE 3

06 ASSASSIN'S CREED: REVELATIONS

07 BATMAN: ARKHAM CITY

08 GEARS OF WAR 3

09 DEAD ISLAND

10 SAINTS ROW: THE THIRD

11 SKYLANDERS: SPYRO'S ADVENTURE

12 THE LEGEND OF ZELDA: SKYWARD SWORD

13 SUPER MARIO 3D LAND

14 UNCHARTED 3: DRAKE'S DECEPTION

15 FIFA SOCCER 12

16 MARIO KART 7

17 MASS EFFECT 3

18 MADDEN NFL 12

19 CALL OF DUTY: BLACK OPS

20 FORZA MOTORSPORT 4

Source: NPD GROUP
Behind Every Business Decision

LE SECTEUR CANADIEN DES JEUX VIDÉO ET INFORMATIQUES

- **16 000** PERSONNES ENVIRON TRAVAILLENT DIRECTEMENT DANS LE SECTEUR CANADIEN DES JEUX VIDÉO
- PAR SON NOMBRE D'EMPLOYÉS, LE CANADA SE CLASSE AU **3E** RANG MONDIAL DES PAYS ŒUVRANT DANS LE SECTEUR DES JEUX VIDÉO
- LES RETOMBÉES DIRECTES DU SECTEUR CANADIEN DES JEUX VIDÉO SUR L'ÉCONOMIE CANADIENNE SONT ESTIMÉES À **1,7 MILLIARD** DE DOLLARS
- IL Y A AU CANADA **348** COMPAGNIES ŒUVRANT DANS CE SECTEUR.
- CE SECTEUR A AFFICHÉ UNE CROISSANCE DE **11 %** ENTRE 2009 ET 2010
- LA CROISSANCE PRÉVUE ENTRE 2011 ET 2012 EST DE **17 %**
- **77 %** DES ENTREPRISES JE JEU CANADIENNES PRÉVOIENT EMBAUCHER DE NOUVEAUX DIPLOMÉS D'ICI À 2013
- LE SALAIRE ANNUEL MOYEN DES EMPLOYÉS DES ENTREPRISES DE JEU VIDÉO CANADIENNES EST DE **62 000$**
  (COMPARATIVEMENT À UN SALAIRE MOYEN DE 29 000 $ POUR LES TRAVAILLEURS DE L'ÉCONOMIE EN GÉNÉRAL)

Source: Secor Consulting Group's Canada's Entertainment Software Industry in 2011

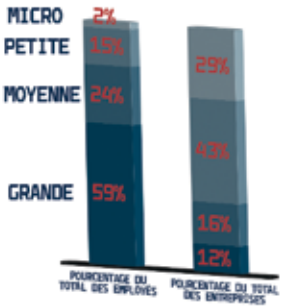
STRUCTURE ET IMPORTANCE DU SECTEUR

- LE SECTEUR CANADIEN DES JEUX VIDÉO REGROUPE UN ENSEMBLE ÉQUILIBRÉ D'ENTREPRISES DE TAILLES DIFFÉRENTES, AVEC DIVERSES CONCENTRATIONS QUANT AUX PLATES-FORMES DE JEUX, PAR EXEMPLE LES JEUX POUR CONSOLES TRADITIONNELLES ET LES NOUVELLES PLATES-FORMES COMME LES JEUX SOCIAUX OU POUR APPAREILS MOBILES

- LA PLUPART DES EMPLOYÉS DU SECTEUR CANADIEN DES JEUX VIDÉO TRAVAILLE POUR DES GRANDES ENTREPRISES (150 EMPLOYÉS ET PLUS), MAIS IL EXISTE AUSSI BEAUCOUP DE PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES, 148 D'ENTRE ELLES NE COMPTANT EN MOYENNE QUE 16 EMPLOYÉS

TOTAL DES ENTREPRISES ET DES EMPLOYÉS AU CANADA

- MICRO: 1 À 5
- PETITE: 6 À 50
- MOYENNE: 51 À 150
- GRANDE: 151 ET +
- % DU TOTAL



STRUCTURE DU SECTEUR PAR PLATE-FORME

- LE SECTEUR CANADIEN SE CONCENTRE SURTOUT SUR LE DÉVELOPPEMENT ET L'ÉDITION DE JEUX POUR PLATES-FORMES TRADITIONNELLES ET 68 % DES EMPLOYÉS DE CE SECTEUR SE CONSACRENT AU DÉVELOPPEMENT DE JEUX POUR CE TYPE DE PLATE-FORME. CEPENDANT LES CHANGEMENTS SONT TRÈS RAPIDES

- LES RESSOURCES AFFECTÉES AUX CONSOLES DE JEUX TRADITIONNELLES SONT EN BAISSE DU FAIT DE L'AUGMENTATION RAPIDE DES RESSOURCES MAINTENANT AFFECTÉES À D'AUTRES TYPES DE CONSOLES. AUJOURD'HUI, 2 % DES RESSOURCES SONT CONSACRÉES AUX JEUX SOCIAUX, 2 % AUX JEUX OCCASIONNELS ET 7 %, AUX JEUX POUR APPAREILS MOBILES

- LA PRÉDOMINANCE DES JEUX POUR PLATES-FORMES TRADITIONNELLES, QUI SE MAINTIENT PAR RAPPORT AUX AUTRES PLATES-FORMES, EST LE RÉSULTAT DE L'IMPORTANCE DES RESSOURCES AFFECTÉES À CE TYPE DE PLATES-FORMES PAR UN NOMBRE RELATIVEMENT FAIBLE D'ENTREPRISES

- LA CATÉGORIE LA PLUS IMPORTANTE REGROUPE DES ENTREPRISES QUI SE CONCENTRENT SUR PLUSIEURS TYPES DE PLATES-FORMES SIMULTANÉMENT, PHÉNOMÈNE QUI SEMBLE REFLÉTER L'ÉVOLUTION DU SECTEUR

Source: Secor Consulting Group's Canada's Entertainment Software Industry in 2011

PROFILS DE QUELQUES PROVINCES CANADIENNES

QUÉBEC

- LE QUÉBEC OCCUPE MAINTENANT UNE PLACE PRÉDOMINANTE DANS LE SECTEUR CANADIEN DES JEUX VIDÉO
- 86 ENTREPRISES DU SECTEUR DES JEUX VIDÉO ONT LEUR SIÈGE SOCIAL AU QUÉBEC
- 8236 DES EMPLOIS DE CE SECTEUR SE TROUVENT AU QUÉBEC
- LE TAUX DE CROISSANCE EST DE 16% PAR AN AU QUÉBEC, CE QUI EST LÉGÈREMENT SUPÉRIEUR À LA MOYENNE DU SECTEUR
- CE SECTEUR DEVRAIT AFFICHER UNE CROISSANCE DE 16%

ONTARIO

- L'ONTARIO EST LA PROVINCE QUI ACCUEILLE LE PLUS GRAND NOMBRE DE MICROS ET DE PETITES ENTREPRISES, AVEC QUELQUE 30 % DE TOUTES LES ENTREPRISES DE CHACUNE DE CES CATÉGORIES. LE TOTAL DES RESSOURCES DU SECTEUR EST AFFECTÉ AUX JEUX POUR APPAREILS MOBILES, AUX JEUX SOCIAUX ET AUX PLATES-FORMES TRADITIONNELLES PLUS RAPIDEMENT QU'AU QUÉBEC
- 96 ENTREPRISES SE TROUVENT EN ONTARIO
- LE NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS EST DE 2600
- LA CROISSANCE SE MAINTIENT À 20%
- L'ONTARIO COMPTE DAVANTAGE D'ENTREPRISES QUE LE QUÉBEC ET AFFICHE DES TAUX DE CROISSANCE PLUS RAPIDES, PROBABLEMENT DU FAIT DE LA TAILLE RÉDUITE DES ENTREPRISES DU SECTEUR DES JEUX VIDÉO. LES ENTREPRISES ENTREPRENEURIALES AFFICHANT SOUVENT UNE CROISSANCE PLUS RAPIDE QUE LES SOCIÉTÉS PLUS ÉTABLIES

COLOMBIE-BRITANNIQUE

- IL EXISTE EN COLOMBIE-BRITANNIQUE UNE MAJORITÉ DE PETITES ET DE MOYENNES ENTREPRISES
- LE NOMBRE TOTAL D'ENTREPRISES EST DE 83
- LE NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS EST DE 3882
- LA CROISSANCE EST TOUJOURS RESTÉE STABLE (0%)
- EN C.-B., CE SECTEUR DEVRAIT AFFICHER UNE CROISSANCE DE 10%

Source: Secor Consulting Group's Canada's Entertainment Software Industry in 2011

L'ALD

association canadienne du logiciel de divertissement

ald™

L'association canadienne du logiciel de divertissement (ALD) est le porte-parole du secteur canadien des jeux vidéo et informatiques, lequel emploie quelque 16 000 personnes dans près de 350 entreprises à travers le pays. En injectant 1,7 milliard de dollars par an dans l'économie canadienne et en offrant des débouchés à des personnes dotées de compétences dans les domaines de la création, des technologies et de l'administration, le secteur du jeu vidéo permet au Canada de maintenir sa position au sein d'une économie mondiale en pleine évolution. Ce secteur dynamique et en plein essor se classe actuellement au troisième rang mondial, mais détient la première place quant au nombre d'emplois par habitant. L'ALD représente ses membres pour assurer un contexte juridique et réglementaire favorable au développement à long terme du secteur canadien des jeux vidéo.

LES MEMBRES DE L'ALD

Activision Blizzard

Disney Interactive Studios

EA

Microsoft

Nintendo

Solutions 2GO Inc.

Sony Computer Entertainment

Take-Two Interactive

THQ

Ubisoft

WB Games

WWW.THEESA.CA

TWITTER: @ESACANADA

© Association canadienne du logiciel de divertissement 2012