Jeux Vidéo CANADA



# 2026 Faits essentiels

## SUR L'INDUSTRIE CANADIENNE DU JEU VIDÉO

# Table des matières


Avant-propos ..... 3
Faits saillants ..... 4
Le Canada joue ..... 5
L'industrie canadienne des jeux vidéo ..... 12
Les bienfaits du jeu ..... 14
Le tissu social ..... 17
Classifications des jeux ..... 20
Conclusion ..... 21
Annexe ..... 22


Méthodologie

Le sondage Faits essentiels 2026 a été mené par Burson à partir du panel en ligne de Leger Opinion auprès de 1 650 adultes, 250 enfants (âgés de 6 à 12 ans) et 250 adolescents (âgés de 13 à 17 ans), entre le 1er et le 16 octobre 2026 au Canada. L'échantillon adulte a été pondéré selon l'âge et la région. Tous les répondants ont joué à des jeux vidéo au cours des quatre dernières semaines sur un appareil leur appartenant.

Video Games CANADA | Jeux Vidéo CANADA

# Avant-propos

Bienvenue dans le rapport Faits essentiels 2026. Cette publication marque une étape déterminante avec le dévoilement de notre nouvelle identité : **Jeux Vidéo Canada**.

Nous avons choisi ce nom, car la clarté est essentielle. Que nous rencontrions les décideurs publics, collaborions avec nos partenaires internationaux ou nous adressions au grand public, notre nouvelle dénomination reflète sans équivoque qui nous sommes et ce que nous défendons : les créateurs, les studios et les éditeurs qui propulsent l'incroyable industrie canadienne du jeu vidéo.

Depuis des décennies, notre talent local se distingue bien au-delà des attentes, signant certains des jeux les plus emblématiques et prisés au monde. Ce qui n'était à l'origine qu'un simple divertissement est devenu une pierre angulaire de notre identité créative ainsi qu'un moteur économique de premier ordre partout au pays.

Ce qui me frappe le plus cette année, c'est l'ambition de la relève. Plus de la moitié des adolescents sondés, aux côtés d'une forte proportion d'adultes (52 % de la génération Z et 44 % des millénariaux), souhaitent bâtir leur carrière dans notre secteur.

En grandissant, j'étais passionné de jeux vidéo, mais je n'aurais jamais imaginé que mon parcours m'amènerait à défendre l'industrie canadienne. Aujourd'hui, les jeunes posent un regard ambitieux sur cette discipline et y découvrent un univers où compétences techniques et narration créative ouvrent la porte à des carrières stimulantes et gratifiantes, ici même au Canada.

Les résultats démontrent également à quel point le jeu vidéo est profondément ancré dans le quotidien des Canadiens. Chaque semaine, les joueurs consacrent du temps à des mondes interactifs et adoptent le jeu comme une forme de bien-être personnel pour se ressourcer, évacuer le stress et partager des moments précieux en famille. De fait, 91 % des joueurs affirment que le jeu les aide activement à décompresser et soutient leur santé mentale; pour huit parents sur dix, plonger dans une partie avec leurs enfants chaque mois est devenu un rituel familial incontournable.

D'un océan à l'autre, les Canadiens expriment leur grande fierté envers nos talents d'ici : 68 % estiment qu'il est important que des jeux conçus au pays soient disponibles, et plus des trois quarts souhaitent que le Canada égale ou dépasse les investissements internationaux dans le secteur afin de préserver notre statut de chef de file mondial.

J'espère que les données de cette année susciteront de nouvelles idées et vous inciteront à vous plonger dans votre jeu solo préféré ou à essayer une nouvelle aventure multijoueur avec vos proches. Par-dessus tout, je me réjouis de façonner, ensemble, l'avenir du jeu vidéo canadien.

**Paul Fogolin**
*Président et chef de la direction*
Jeux Vidéo Canada

# Faits saillants

Le Canada est un chef de file mondial dans le secteur du divertissement interactif, et les joueurs canadiens souhaitent que ce leadership se poursuive. Forts d'une grande fierté à l'égard des studios d'ici et de leur portée nationale et internationale, le maintien de notre avantage concurrentiel par des investissements soutenus demeure une priorité claire.

Cette fierté inspire également la prochaine génération. Les jeunes Canadiens interrogés entrevoient un avenir professionnel au sein de l'industrie, percevant le jeu vidéo comme un tremplin pour la créativité numérique, l'innovation technologique et des carrières enrichissantes.

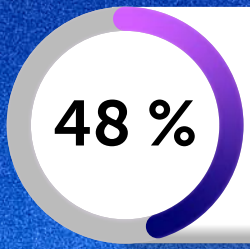
À la maison, les jeux vidéo continuent d'occuper une place centrale dans le quotidien. Les Canadiens y consacrent plus de temps, s'appuyant sur le jeu pour décompresser, soutenir leur bien-être mental et partager des moments significatifs en famille et entre amis.

*À moins d'indication contraire, les résultats présentés dans ce rapport reflètent les opinions et comportements des répondants ayant joué à des jeux vidéo au cours des quatre dernières semaines.*

# Les joueurs Canadien

## Le paysage canadien des jeux vidéo

Les jeux vidéo demeurent une forme de divertissement très prisée au Canada. Près de la moitié des Canadiens jouent à des jeux vidéo, et le taux de participation chez les enfants et les adolescents demeure particulièrement élevé.




**des adultes canadiens déclarent avoir joué à des jeux vidéo au cours des quatre dernières semaines** *parmi les Canadiens sondés âgés de 18 à 64 ans*

**88 %** des adultes joueurs jouent au moins une fois par semaine

*34 % déclarent jouer chaque jour*

**93 %** des enfants et adolescents joueurs jouent au moins une fois par semaine

*42 % déclarent jouer chaque jour*

**Âge moyen**

**39**

La participation adulte est mesurée auprès des Canadiens âgés de 18 à 64 ans. Toutes les autres données concernent les joueurs sondés âgés de 18 à 64 ans ou de 6 à 17 ans, tel qu'indiqué. Le jeu hebdomadaire comprend la pratique quotidienne, plusieurs fois par semaine et une fois par semaine

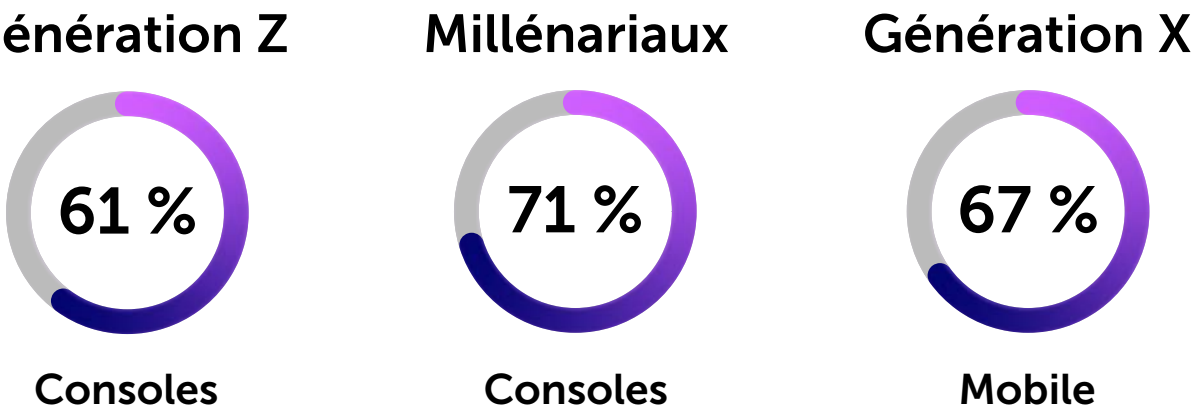
# Qui joue aux jeux vidéo

**Les jeux vidéo sont appréciés à travers toutes les générations, chaque groupe d'âge privilégiant ses propres manières de jouer.** Si les consoles demeurent particulièrement populaires auprès des jeunes adultes, les joueurs de la génération X manifestent une nette préférence pour les jeux mobiles, illustrant ainsi la diversité des habitudes de jeu au Canada.

## Répartition par génération / âge




## Plateforme privilégiée par génération




### PERSPECTIVE GÉNÉRATIONNELLE

### Les millénariaux en tête sur la console.

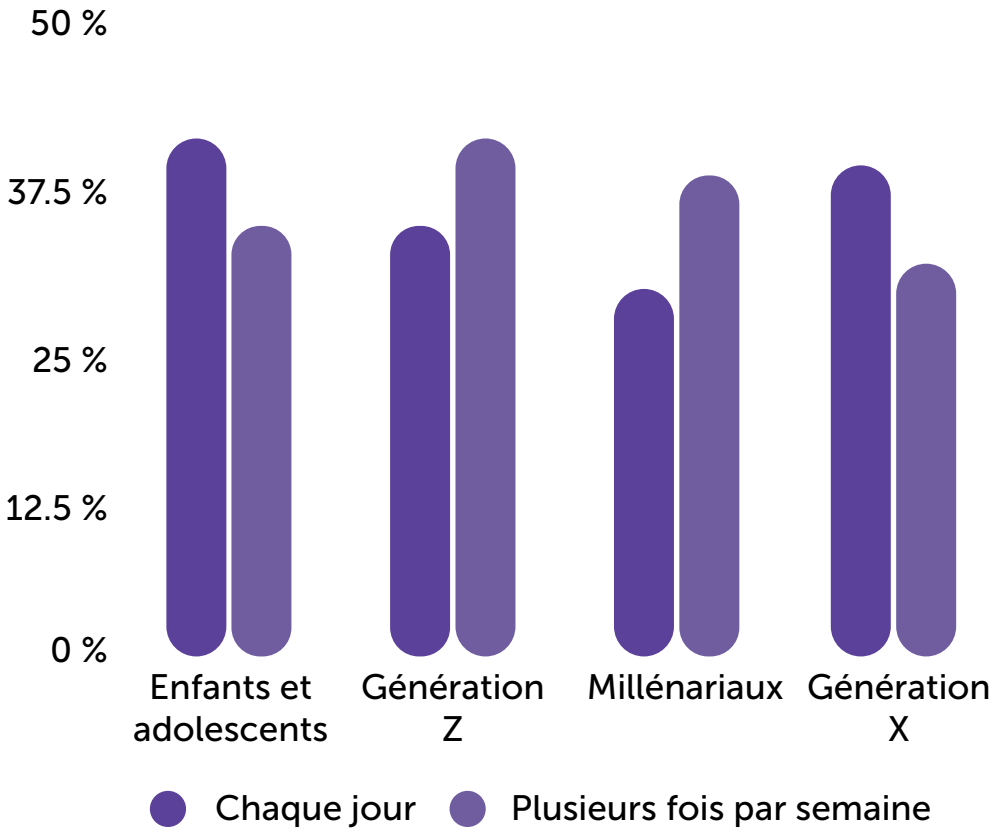
71 % des millénariaux joueurs déclarent jouer sur console, comparativement à 61 % des répondants de la génération Z et à 49 % de ceux de la génération X.

Parmi les adultes joueurs sondés âgés de 18 à 64 ans. Les pourcentages générationnels représentent la proportion d'adultes joueurs de chaque groupe. Les pourcentages par plateforme reflètent l'utilisation au cours des quatre dernières semaines. Voir l'annexe pour les définitions des générations.)

# Un rituel hebdomadaire

**Les jeux vidéo font partie intégrante de la routine quotidienne de tous les groupes d'âge, bien que les habitudes de jeu diffèrent.** Parmi les joueurs sondés, les enfants et les adolescents sont les plus susceptibles de jouer quotidiennement (42 %), suivis de près par les adultes de la génération X (40 %). De leur côté, les adultes de la génération Z sont les plus enclins à jouer plusieurs fois par semaine (42 %).

## Fréquence de jeu des Canadiens




### PERSPECTIVE GÉNÉRATIONNELLE

**La génération X joue plus souvent qu'on ne pourrait le croire.**
40 % des adultes de la génération X indiquent jouer quotidiennement, comparativement à 35 % des adultes de la génération Z et à 30 % des millénariaux.

Parmi les adultes joueurs sondés de 18 à 64 ans et les enfants et adolescents joueurs de 6 à 17 ans. Les options « Chaque jour » et « Plusieurs fois par semaine » constituent des catégories de réponses distinctes.

# Comment les Canadiens jouent

**Les appareils mobiles et les consoles demeurent les moyens de jeu les plus répandus.** Parmi les adultes sondés, 60 % ont joué sur un appareil mobile et 60 % sur une console au cours des quatre dernières semaines. Chez les enfants et les adolescents interrogés, la console reste la plateforme numéro un (67 %).

## Chez les adultes joueurs (18–64 ans)




## Chez les enfants et adolescents joueurs (6–17 ans)




## PERSPECTIVE GÉNÉRATIONNELLE

### Le jeu mobile rassemble les générations.

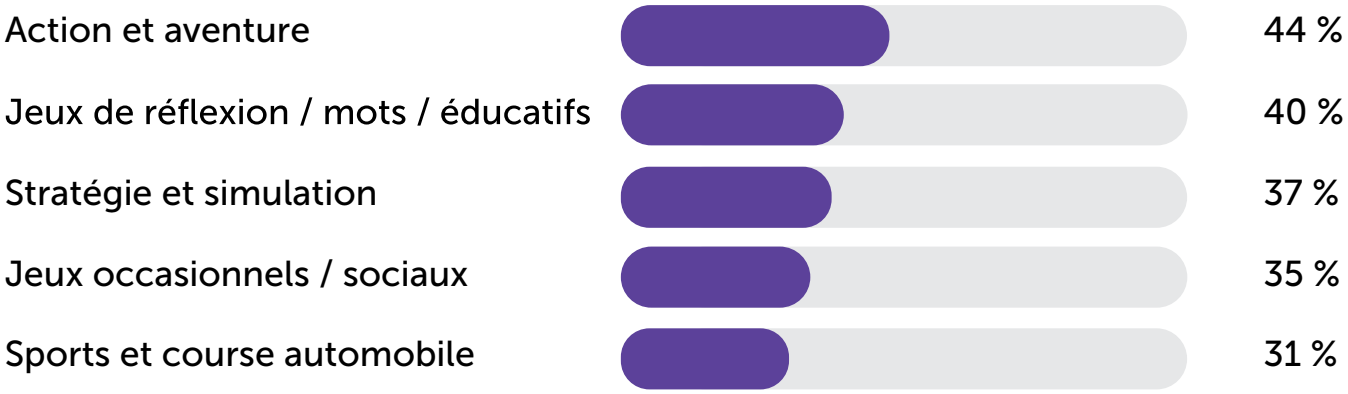
60 % des adultes et 60 % des enfants et adolescents sondés déclarent jouer sur un appareil mobile, révélant une utilisation remarquablement identique d'une génération à l'autre.

Parmi les joueurs interrogés âgés de 18 à 64 ans et de 6 à 17 ans. Les répondants pouvaient sélectionner plusieurs appareils utilisés au cours des quatre dernières semaines; la somme des pourcentages peut donc excéder 100 %.

# Un jeu pour chaque type de joueur

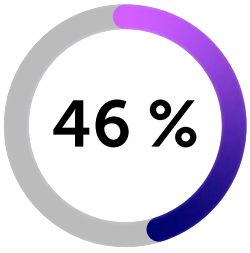
**Les jeux d'action et d'aventure constituent le genre le plus populaire auprès des adultes joueurs (44 %),** suivis des jeux de réflexion, de mots et éducatifs (40 %), des jeux de stratégie et de simulation (37 %), des jeux occasionnels et sociaux (35 %) ainsi que des jeux de sports et de course (31 %).

## Chez les adultes joueurs (18–64 ans)



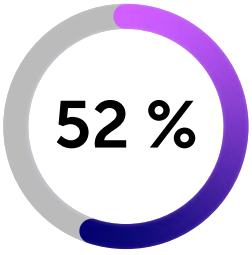

## Genre préféré par génération

### Génération Z



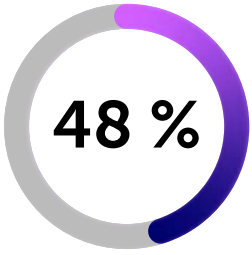

**Action et aventure**

### Millénariaux




**Action et aventure**

### Génération X




**Jeux de réflexion / mots / éducatifs**

Parmi les adultes joueurs sondés âgés de 18 à 64 ans. Les répondants pouvaient choisir plusieurs genres; la somme des pourcentages peut être supérieure à 100 %.

LE CANADA JOUE

# Le Canada, d'un océan à l'autre

Le taux de participation aux jeux vidéo et le nombre moyen d'heures hebdomadaires varient selon les provinces et les régions.



## Colombie-Britannique

**47 %** jouent aux jeux vidéo

**64 %** jouent sur appareil mobile

**39,5** Âge moyen

Genres les plus populaires (adultes)
Action et aventure 44 % Stratégie 43 %



## Alberta

**54 %** jouent aux jeux vidéo

**65 %** jouent sur appareil mobile

**38,4** Âge moyen

Genres les plus populaires (adultes)
Stratégie 43 % Jeux de réflexion / mots / éducatifs 43 %



## Les Prairies

**47 %** jouent aux jeux vidéo

**68%** jouent sur appareil mobile

**39,3** Âge moyen

Genres les plus populaires (adultes)
Action et aventure 46 % Jeux de réflexion / mots / éducatifs 44 %

Les taux de participation sont calculés auprès des adultes canadiens âgés de 18 à 64 ans; les données sur les plateformes, l'âge moyen et les genres concernent les adultes joueurs sondés.

CANADA PLAYS

# Le Canada, d'un océan à l'autre

Le taux de participation aux jeux vidéo et le nombre moyen d'heures hebdomadaires varient selon les provinces et les régions.



## Ontario

**49 %** jouent aux jeux vidéo

**62%** jouent sur appareil mobile

**39,3** Âge moyen

Genres les plus populaires (adultes)

Action et aventure 44 % Jeux de réflexion / mots / éducatifs 42 %



## Québec

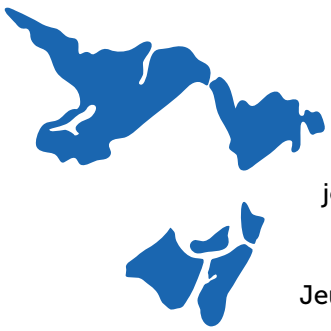
**43 %** jouent aux jeux vidéo

**60 %** jouent sur appareil mobile

**38,4** Âge moyen

Genres les plus populaires (adultes)

Action et aventure 46 % Stratégie 39 %



## Provinces de l'Atlantique

**46 %** jouent aux jeux vidéo

**74 %** jouent sur appareil mobile

**41,1** Âge moyen

Genres les plus populaires (adultes)

Jeux de réflexion / mots / éducatifs 40 % Action et aventure 38 %

Taux de participation auprès des adultes canadiens de 18 à 64 ans; plateformes, âge moyen et genres auprès des adultes joueurs sondés.

CRÉÉ ICI. JOUÉ PARTOUT.

# L'industrie canadienne des jeux vidéo

Le Canada demeure un chef de file mondial du divertissement interactif. Les joueurs sondés reconnaissent l'importance de l'industrie nationale et soutiennent le maintien de la compétitivité du Canada sur la scène mondiale.

**Les créations canadiennes comptent pour les joueurs.** Plus des deux tiers (68 %) des personnes interrogées affirment qu'il est important que des jeux vidéo conçus par des développeurs canadiens soient disponibles.

**68 %** **jugent important que des jeux conçus au Canada soient accessibles**

**32 %** **indiquent avoir sciemment joué à un jeu conçu par un studio canadien**

PERSPECTIVE RÉGIONALE

**46 %** **des joueurs québécois sondés indiquent avoir sciemment joué à un jeu développé par un studio canadien**
*comparativement à 32 % à l'échelle nationale*

**Les joueurs reconnaissent l'apport économique du secteur.** Six joueurs sur dix (61 %) affirment que l'industrie canadienne du jeu vidéo est importante pour l'économie du pays. **L'appui au maintien de la position concurrentielle du Canada demeure très vigoureux :** plus des trois quarts (77 %) des joueurs sondés estiment que le Canada devrait investir autant ou plus que les pays concurrents afin d'appuyer son industrie.

**61 %** **estiment que les jeux vidéo comptent pour l'économie canadienne**

**77 %** **appuient des investissements équivalents ou supérieurs**

Parmi les adultes joueurs sondés de 18 à 64 ans. Les chiffres sur l'importance et l'investissement combinent les réponses favorables. La reconnaissance des jeux d'ici reflète les répondants ayant sciemment joué à un jeu fait au Canada.

# Une génération envisage une carrière en jeux vidéo

**Les jeunes joueurs canadiens voient dans ce secteur de véritables perspectives professionnelles.** Plus de la moitié (54 %) des adolescents sondés expriment un intérêt marqué pour une carrière au sein de l'industrie du jeu vidéo.

**54 %** **des adolescents joueurs s'intéressent à une carrière en jeux vidéo**
*parmi les 13–17 ans sondés*

**40 %** **des adultes joueurs manifestent un intérêt semblable**
*dont 52 % chez les adultes de la génération Z*

## Compétences associées aux carrières du jeu vidéo



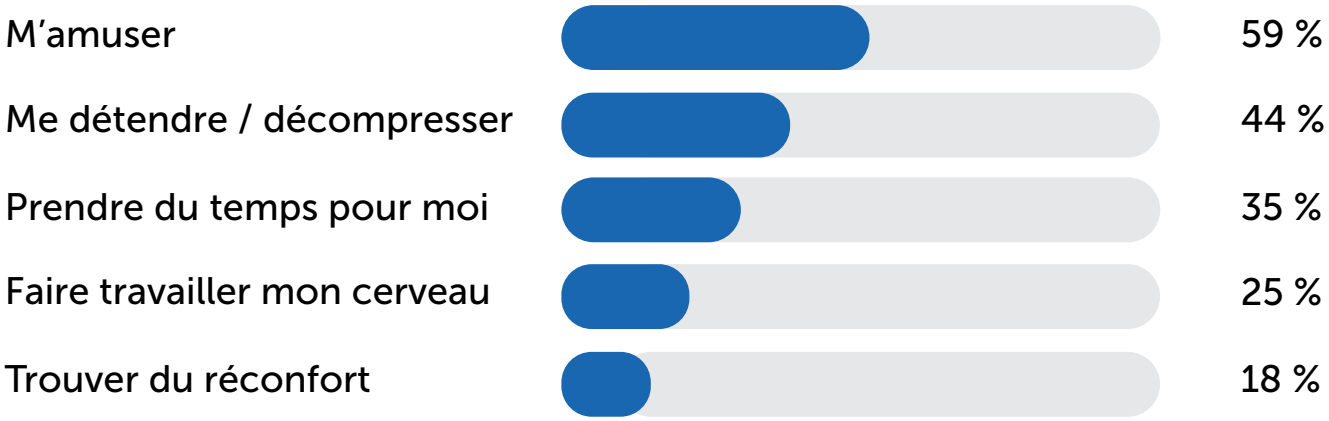

Données recueillies auprès des adolescents joueurs de 13 à 17 ans et des adultes joueurs de 18 à 64 ans. L'intérêt professionnel combine les réponses « Très intéressé(e) » et « Plutôt intéressé(e) ». Les pourcentages de compétences reflètent les choix multiples des adultes joueurs.)

# Les bienfaits du jeu

Le divertissement, le plaisir et la relaxation demeurent les motivations principales derrière la pratique des jeux vidéo. De nombreux répondants associent également le jeu vidéo à des répercussions positives sur le bien-être mental et la réduction du stress.

**Les gens jouent d'abord pour le plaisir.** Chez les adultes interrogés, le fait de s'amuser constitue la raison la plus souvent invoquée (59 %), suivie de la détente (44 %) et de la recherche d'un moment pour soi (35 %).

## Principales motivations des adultes




PERSPECTIVE GÉNÉRATIONNELLE

## Des motivations propres à chaque génération.

Les joueurs de la génération X sont nettement plus enclins à mentionner le besoin de décompresser (53 %) et d'exercer leur cerveau (31 %) que ceux de la génération Z (37 % et 18 % respectivement).

Parmi les adultes joueurs sondés âgés de 18 à 64 ans. Les répondants pouvaient choisir jusqu'à trois motivations principales.

# Pour de nombreux Canadiens, les jeux vidéo sont synonymes de bien-être personnel

**Le jeu vidéo continue d'offrir une soupape essentielle pour décompresser et gérer les tensions quotidiennes.** Neuf adultes interrogés sur dix (91 %) et 90 % des adolescents indiquent jouer souvent ou parfois aux jeux vidéo expressément pour relaxer, gérer leur stress ou rehausser leur humeur.

**91 %** des adultes joueurs jouent souvent ou parfois pour relaxer, gérer leur stress ou améliorer leur humeur.

**90 %** des adolescents joueurs affirment jouer pour ces mêmes motifs.

**La vaste majorité des adeptes interrogés estiment que les jeux vidéo peuvent agir positivement sur l'équilibre mental.** Plus des trois quarts des adultes (78 %) et près de sept adolescents sur dix (69 %) croient en l'effet bénéfique du jeu sur la santé mentale.

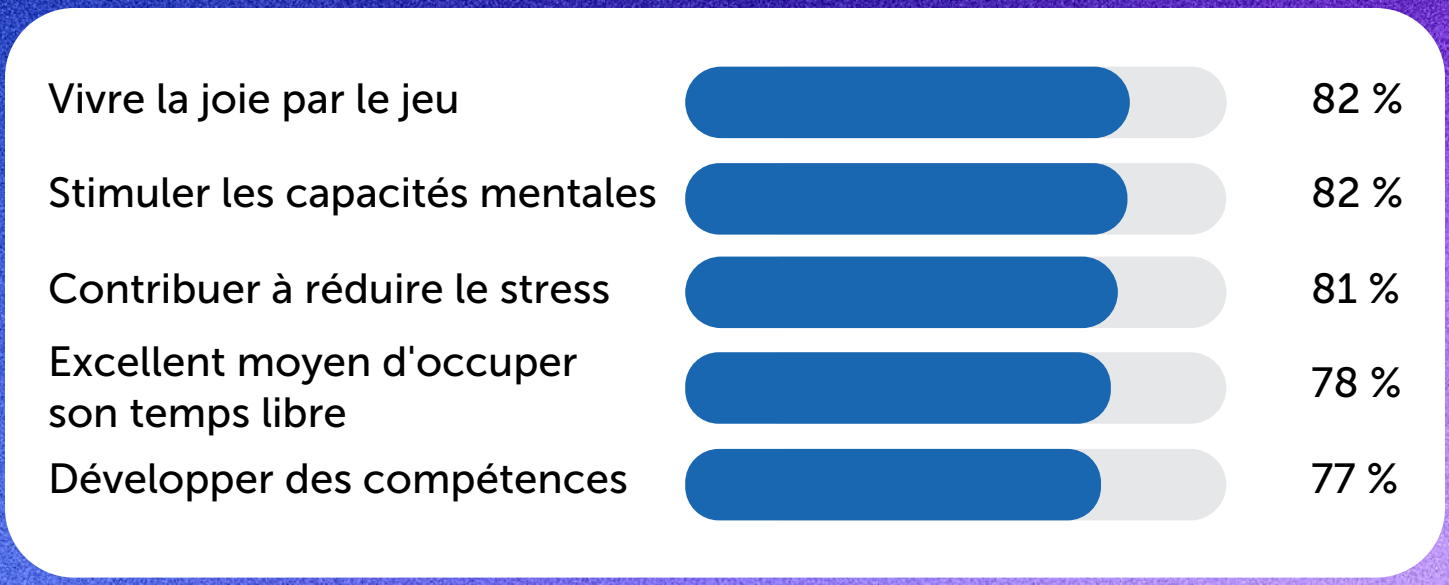
**78 %** des adultes joueurs croient que le jeu vidéo favorise le bien-être mental

**69 %** des adolescents joueurs partagent cet avis

Sondage mené auprès d'adultes joueurs de 18 à 64 ans et d'adolescents joueurs de 13 à 17 ans. Les données sur la gestion du stress regroupent les réponses « Souvent » et « Parfois », le bien-être mental reflète les réponses positives.

# Les bienfaits de plonger dans le jeu

**Les bénéfices constatés dépassent largement le cadre du simple passe-temps.** Plus de huit adultes sondés sur dix associent directement le jeu vidéo à la joie (82 %), à la stimulation intellectuelle (82 %) et au soulagement du stress (81 %).




PERSPECTIVE RÉGIONALE

**Les joueurs de jeux vidéo des provinces de l'Atlantique figurent parmi les plus susceptibles d'affirmer qu'ils jouent spécifiquement pour se détendre et évacuer leur stress.**

Parmi les adultes joueurs sondés de 18 à 64 ans. Les pourcentages regroupent les réponses « Tout à fait d'accord » et « Plutôt d'accord ».

# Le tissu social : Famille, amitié et communauté

Les jeux vidéo génèrent de véritables occasions de rapprochement entre les membres de la famille, les amis et les communautés. Toutes générations confondues, les joueurs s'appuient sur l'expérience vidéoludique pour partager des moments de qualité, entretenir leurs liens et élargir leur réseau relationnel.

**Le jeu vidéo aide les jeunes à maintenir le contact :** sept adolescents sondés sur dix (70 %) affirment qu'il leur permet de rester connectés avec leurs proches. De plus, plus des deux tiers d'entre eux (68 %) soulignent qu'il leur a permis de forger de nouvelles amitiés.

**70 %** **des adolescents joueurs affirment que les jeux vidéo les aident à garder le contact.**

**68 %** **des adolescents joueurs indiquent que le jeu leur a permis de se faire de nouveaux amis.**

**74 %** **des adultes joueurs s'accordent à dire que les jeux vidéo peuvent rassembler des personnes de tous horizons**

**63 %** **reconnaissent que les jeux vidéo renforcent le sentiment de communauté et stimulent les connexions sociales**

## PERSPECTIVE GÉNÉRATIONNELLE

### Les jeunes adultes privilégient une expérience plus sociale.

59 % des adultes de la génération Z indiquent jouer régulièrement avec des amis, contre 43 % chez les millénariaux et 27 % au sein de la génération X.

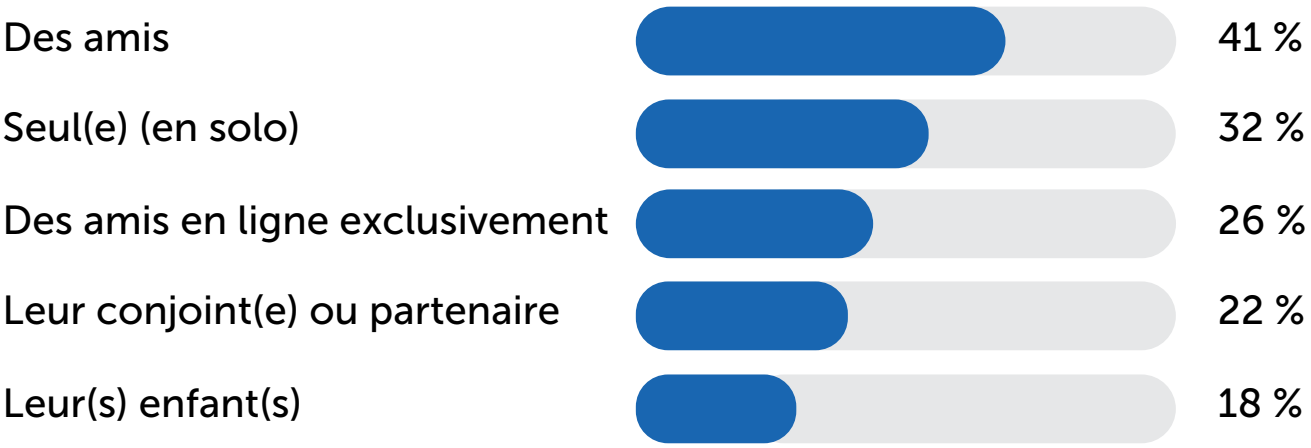
Auprès des adolescents de 13 à 17 ans et des adultes de 18 à 64 ans, selon l'indication. Les taux d'adhésion chez les adultes combinent « Tout à fait d'accord » et « Plutôt d'accord ».

# Une connexion selon leurs propres termes

**La dimension sociale demeure une composante fondamentale du jeu.** Parmi les adultes qui s'adonnent au jeu en ligne, 35 % identifient les interactions sociales comme l'un des principaux incitatifs à leur participation.

**35 %** **des adultes joueurs indiquent apprécier la convivialité et les interactions sociales offertes par le jeu en ligne**

## Avec qui les adultes ont-ils l'habitude de jouer?




## PERSPECTIVE GÉNÉRATIONNELLE

### Le jeu en solo domine chez la génération X.

45 % des adultes de la génération X déclarent jouer généralement seuls, comparativement à 26 % des millénariaux et à seulement 19 % des joueurs de la génération Z.

Parmi les adultes joueurs sondés âgés de 18 à 64 ans. La proportion liée aux interactions sociales reflète les adultes jouant en ligne. Choix multiples possibles pour les partenaires de jeu.

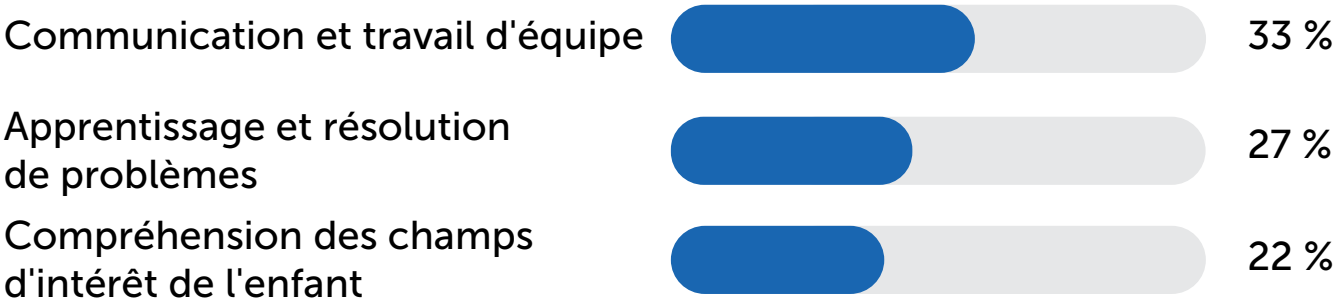
# Une excellente occasion de se réunir

**Les jeux vidéo fournissent aux familles et aux cercles d'amis de beaux prétextes pour partager du temps de qualité.** Chez les adultes, 71 % citent le plaisir et le divertissement parmi les atouts majeurs de jouer ensemble, tandis que 55 % valorisent ces moments privilégiés de partage. Plusieurs mettent également en relief les bénéfices liés à la communication, au travail d'équipe et à l'apprentissage mutuel.

**71 %** **citent le plaisir et l'amusement comme un avantage du jeu en famille**

**55 %** **affirment apprécier partager du temps de qualité ensemble**

## Autres bénéfices soulignés par les adultes




PERSPECTIVE RÉGIONALE

**Les joueurs de jeux vidéo des provinces de l'Atlantique sont parmi les plus susceptibles d'exprimer des perceptions très favorables concernant le rôle rassembleur du jeu vidéo auprès des familles et des communautés.**

Échantillon d'adultes joueurs de 18 à 64 ans. Réponses à choix multiples sur les bénéfices perçus du jeu partagé.

# Une bonne expérience commence par une information éclairée

**La notoriété des systèmes d'évaluation demeure très élevée.** Plus des trois quarts (77 %) des adeptes sondés savent qu'il existe un système officiel de classification pour les jeux vidéo.

**77 %** **connaissent l'existence d'un système de classification des jeux** *parmi les adultes joueurs sondés*

## Des cotes qui guident les choix familiaux

**69 %** **des parents joueurs sondés affirment vérifier systématiquement ou occasionnellement la classification lorsqu'ils choisissent des jeux pour leurs enfants.**

Échantillon d'adultes joueurs de 18 à 64 ans. Le comportement de vérification des cotes est calculé à partir des parents joueurs ayant répondu à la question (n = 447) et cumule les réponses « Toujours » et « Parfois ».

# Conclusion

L'industrie canadienne du jeu vidéo continue d'exercer un rôle prépondérant dans le tissu culturel, créatif et économique du pays. Les passionnés de jeux vidéo reconnaissent pleinement cette contribution et réitèrent leur appui indéfectible au maintien du leadership mondial du Canada dans l'écosystème du divertissement interactif.

L'empreinte du jeu vidéo dépasse désormais le simple divertissement. Les personnes interrogées y voient un moyen privilégié de relaxer, de créer des ponts et de profiter de moments significatifs en famille et entre amis. Parallèlement, une part remarquable de la jeunesse canadienne considère l'industrie comme un gisement d'opportunités d'avenir, associant les métiers du secteur à un chemin d'accomplissement axé sur l'inventivité, la haute technologie et l'innovation.

À mesure que le milieu vidéoludique poursuit son essor, il demeure idéalement armé pour inspirer la relève des créateurs tout en proposant des expériences mémorables à des millions d'adeptes d'un océan à l'autre.

# Annexe

## Méthodologie de recherche

### À propos de l'étude

La recherche pour l'édition Faits essentiels 2026 a été menée par Burson par l'entremise du panel Web Leger Opinion, du 1er au 16 octobre 2026.

L'étude regroupe 1 650 adultes, 250 enfants âgés de 6 à 12 ans et 250 adolescents âgés de 13 à 17 ans au Canada. Les réponses de la population adulte ont été pondérées en fonction de l'âge et de la région géographique.

Sauf mention contraire, les données décrivent des joueurs ayant affirmé avoir joué à des jeux vidéo au cours des quatre semaines précédant la tenue du sondage.

### Comprendre les résultats

Taux de pratique du jeu vidéo : Les chiffres de participation nationale et régionale reflètent la proportion de Canadiens de 18 à 64 ans déclarant avoir joué à des jeux vidéo au cours des quatre dernières semaines. Ces estimations se distinguent des analyses portant exclusivement sur le sous-groupe des joueurs réguliers sondés. Les statistiques régionales de participation reposent sur un échantillon de 760 adultes canadiens âgés de 18 à 64 ans.

Adultes joueurs : Les indicateurs s'appliquent aux répondants de 18 à 64 ans actifs au cours des quatre dernières semaines. Le bassin d'analyse principal compte 1 322 répondants adultes. Ce total varie ponctuellement selon l'admissibilité aux questions et les taux de réponse.

Enfants et adolescents : Les profils jeunesse regroupent 250 enfants de 6 à 12 ans et 250 adolescents de 13 à 17 ans. Lorsque les données sont combinées, elles couvrent la tranche complète des 6 à 17 ans.

Ventilation générationnelle : Les comparaisons s'articulent autour de la génération Z, des millénariaux et de la génération X, formant 95 % de l'échantillon adulte interrogé. Le 5 % restant regroupe des répondants de la génération des baby-boomers (âgés de 18 à 64 ans) et n'apparaît pas isolément dans les graphiques générationnels.

Cumul des réponses : Certaines données résultent de l'addition de modalités associées, comme « Très intéressé(e) » et « Plutôt intéressé(e) », « Tout à fait d'accord » et « Plutôt d'accord », ou encore « Souvent » et « Parfois ». Ces regroupements sont précisés dans les notes de graphiques ou le corps du texte.

Questions à choix multiples : Dès lors qu'un répondant pouvait cocher plusieurs options, le cumul des proportions peut dépasser 100 %. Cela concerne particulièrement les types d'appareils, les genres de jeux, les motivations, les partenaires de jeu et les bénéfices constatés.

# Annexe

Arrondis statistiques : Les proportions sont affichées au nombre entier le plus proche. Des écarts mineurs par rapport au seuil de 100 % s'expliquent par les règles d'arrondi mathématique.

Interprétation

Les données présentées traduisent fidèlement les perceptions, comportements et retours d'expérience des répondants sondés. Les constats relatifs aux vertus prêtées aux jeux vidéo, à l'équilibre mental, à la cohésion sociale et à la vitalité de l'industrie découlent directement des déclarations fournies par les participants.

Les comparaisons entre adultes, enfants et adolescents doivent s'apprécier à la lumière des effectifs d'échantillons et des filtres de questions propres à chaque sous-population.

Video Games CANADA Jeux Vidéo CANADA

Jeux vidéo Canada est le porte-parole national de l'industrie du jeu vidéo au Canada. Nous travaillons pour nos membres – Behaviour Interactive, Cloud Imperium Games, Codename Entertainment, Electronic Arts, Epic Games, Gameloft, Glu, Kabam, Ludia, Microsoft, NetEase Games, Netflix, Nintendo, Other Ocean Interactive, Relic Entertainment, Roblox, Solutions 2 Go, Sony Interactive Entertainment, Take-Two Interactive, Tencent, Ubisoft, WB Games et Wizards of the Coast – pour veiller à ce que les environnements juridiques, réglementaires et d'affaires publiques soient favorables au développement commercial à long terme.