Rapport annuel 2021



ASSOCIATION CANADIENNE DU
LOGICIEL DE DIVERTISSEMENT

Table des matières

Message du président et chef de la direction 3
Message du conseil d'administration 4
Campagne de l'Agence de la santé publique du Canada 5
Leadership éclairé 6
#SVGC2020 7
Journée à Ottawa 8
Le point sur les RH 9
Faits essentiels 2020 10
COVID-19 11
Loi sur la radiodiffusion 12
Discussion et analyse de la direction 13
Rapport des vérificateurs indépendants 14

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. Nos interactions avec les médias ont mené à l'émergence d'un discours plus positif sur les jeux et l'industrie des jeux au Canada, à une époque où les reportages négatifs dominent la presse.

Nous sommes fiers d'appuyer une industrie qui rapproche les Canadiens de tous les groupes démographiques, peu importe leur profession, les gouvernements, les entreprises et les collectivités. Les deux tiers des Canadiens jouent régulièrement à des jeux vidéo, non seulement pour se divertir, mais aussi pour tisser des liens avec leurs amis et leur famille. Notre dernière étude, menée par NPD Group Canada, a révélé que 58 % des joueurs de jeux vidéo adultes passaient plus de temps à jouer pendant la pandémie et qu'un énorme 80 % des adolescents passaient plus de temps à jouer avec leurs amis pendant que les écoles étaient fermées et qu'on leur demandait de rester à la maison. Les jeux ont joué un rôle essentiel dans le maintien des liens entre les gens au cours de la dernière année, tout en améliorant leur santé mentale. Notre étude a révélé que 65 % des adultes et 78 % des adolescents ont indiqué que les jeux amélioraient leur santé mentale et leur faisaient se sentir mieux tout en respectant les directives de santé publique.

L'année dernière a été l'une des plus éprouvantes de l'histoire. Les économies du monde entier ont été poussées à leurs limites. Les secteurs qui ont déjà dominé se sont retrouvés dans une situation difficile pour survivre face à l'isolement. Il est plus difficile de se procurer des biens matériels au cours d'une année où il est difficile ou impossible de visiter des magasins. De nombreuses entreprises n'ont pas été en mesure de faire une transition efficace vers le travail à domicile, et elles ont eu de la difficulté à maintenir leur niveau de productivité loin du bureau. Nous sommes heureux de dire que l'industrie du jeu vidéo s'est montrée résiliente face à la pandémie, et même résistante. Nos plateformes et infrastructures numériques préexistantes nous ont permis de distribuer nos produits sans avoir besoin de magasins physiques. Notre expérience et notre expertise en développement global distribué nous ont permis de déplacer près de 30 000 employés directs chez eux, avec un minimum de perturbation sur la progression des produits en cours. Bien que cela n'a pas été parfait, notre industrie a démontré comment réussir en période difficile en investissant dans l'infrastructure et la technologie nécessaires pour adopter le numérique.

Dans cette société numérique d'abord, l'accès à la technologie a un impact majeur sur notre vie quotidienne. À l'ALD, nous connaissons le pouvoir des jeux vidéo pour soutenir et servir nos collectivités. Les jeux vidéo développés au Canada sont joués ici même et partout dans le monde par plus de 2,2 milliards de passionnés de jeux vidéo. Nous continuons de développer certaines des plus grandes franchises du monde et notre réputation de chef de file dans l'industrie ne cesse de croître.
À mesure que les effets de la pandémie s'estompent, il est essentiel pour notre industrie de continuer à montrer aux consommateurs pourquoi ils ont pris un téléphone ou une manette au cours de la dernière année pour jouer. De pouvoir continuer à leur faire vivre les expériences qu'ils en sont venus à aimer et les liens auxquels ils sont habitués. Les jeux sont bien plus qu'un passe-temps de pandémie. Les jeux vidéo offrent de nouveaux mondes à explorer, de nouveaux personnages à découvrir, de nouvelles alliances à former et de nouveaux ennemis à vaincre. Ils reflètent l'expérience humaine et sont conçus par des personnes talentueuses qui donnent vie à leur vision grâce aux expériences qu'elles apportent à votre plateforme préférée.

Je continue d'admirer cette industrie et nous sommes fiers de travailler chaque jour à ce qu'elle continue de croître et à ce que ses incroyables innovations et expériences soient connues de ceux qui prennent des décisions qui pourraient avoir une incidence sur notre industrie. Et c'est notre travail quotidien à l'ALD.

Message du conseil d'administration



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 assure la surveillance de l'ALD et appuie son orientation stratégique pour veiller à ce que les activités de l'organisme profitent à tous les membres.

Nous nous sommes engagés à fournir des conseils et une orientation à l'ALD afin d'assurer un environnement sain pour que notre industrie puisse prospérer. Cela comprend la prise de conscience que même si l'ALD est une organisme dirigé par ses membres, sa mission et son travail profitent à une partie beaucoup plus grande de l'industrie. Cette reconnaissance a été un facteur clé dans les efforts déployés par l'organisme pour inclure le plus grand nombre possible de studios dans ses études économiques, ses événements annuels de l'industrie dans plusieurs provinces et son programme d'aide et de conseils au cours de la dernière année.

Selon la plus récente étude de l'ALD, menée par NPD Group Canada, 61 % des Canadiens jouent régulièrement à des jeux vidéo. Ces 23 millions de Canadiens proviennent de tous les milieux économiques, de tous les groupes ethniques et de tous les groupes démographiques, des jeunes enfants aux personnes âgées. Il ressort clairement de nos recherches et de nos reportages dans les médias que les jeux vidéo ont joué un rôle majeur dans la vie des gens au cours de la dernière année. Il n'y a pas de plus grand sentiment de fierté que de savoir que ce que nous faisons a une incidence positive sur la vie des gens qui utilisent nos produits. En plus de l'impact social des jeux, l'impact économique continu de l'industrie au Canada s'est poursuivi cette année, même si les choses étaient loin d'être normales.

La crise de la COVID-19 a représenté un défi économique et social sans précédent auquel aucun d'entre nous n'était préparé. En ma qualité de président du conseil d'administration, j'ai été témoin des efforts déployés par l'ALD pour appuyer et promouvoir l'industrie à un moment où c'était grandement nécessaire. Je suis fier que l'ALD ait pris l'initiative d'aider les entreprises non membres qui avaient des questions et des préoccupations au sujet de leurs activités pendant la pandémie. Le conseil n'a pas hésité à approuver la publication de notre guide de retour dans le milieu de travail, qui a été financé et élaboré au nom des membres de l'ALD, avec l'ensemble de l'industrie canadienne du jeu vidéo.

Nous étions et nous sommes toujours convaincus que même si l'ALD sera toujours un organisme axé sur ses membres, notre mandat dépasse celui de seulement ceux qui font partie de l'association. Notre travail va au-delà de nos membres, au profit de l'ensemble de l'industrie canadienne. En tant que président du conseil d'administration, je ne pourrais être plus fier du travail que fait cet organisme pour faire progresser l'industrie auprès du gouvernement, des médias, du public et d'autres intervenants clés au Canada et dans le monde.

À l'approche du début de la reconstruction économique et sociale après la crise de la COVID-19, nous savons que les jeux vidéo continueront de jouer un rôle énorme pour garder les gens branchés et divertis. Le conseil d'administration de l'ALD est impatient de s'assurer que notre organisme participe aux bonnes initiatives qui continueront de faire progresser l'industrie du jeu vidéo et ses priorités au Canada.

Campagne de l'Agence de la santé publique du Canada



Une fois qu'il a été déterminé que l'industrie du jeu vidéo ne serait pas l'une des plus touchées par la pandémie, mais qu'en fait, elle bénéficierait d'une vision positive des consommateurs, l'accent a été mis sur la recherche de moyens d'utiliser cette portée pour aider le gouvernement. À cette fin, nous avons commencé à élaborer des stratégies avec nos membres pour trouver des façons de diffuser d'importants messages de santé publique liés à la prévention de la propagation de la COVID-19 à notre base de joueurs de plus en plus importante.

Notre approche proactive à l'égard du gouvernement fédéral a été accueillie avec enthousiasme, ce qui nous a permis de constater que nous étions sur la bonne voie quant à la meilleure façon d'aider en cette période difficile. Nous savions que l'industrie du jeu vidéo, en tant qu'industrie numérique, ne pouvait pas produire d'équipement de santé d'urgence comme des ventilateurs ou des EPI comme des masques et des visières. Nous savions également que les jeux jouaient un rôle clé pour aider les gens à rester branchés et divertis et que le bassin pour les jeux avait considérablement augmenté. Ce public a donné à l'industrie du jeu vidéo une occasion énorme de joindre un très grand nombre de personnes avec des messages ciblés sur la santé à l'intention d'un groupe démographique plus jeune.

Après des mois de collaboration avec l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) et nos membres, la campagne #ÉCRASONSLACOVID a été lancée. Dans le cadre de cette initiative, l'ASPC et l'ALD ont collaboré à l'élaboration de messages précis qui seraient diffusés par les deux organismes et qui viseraient principalement les 18 à 35 ans qui jouent aux jeux vidéo. Ce groupe démographique était difficile à atteindre pour le gouvernement, car au début de la pandémie, on croyait que le virus était moins dangereux pour eux et, par conséquent, les messages ne fonctionnaient pas aussi efficacement qu'avec les groupes plus âgés.

Une série de graphiques et de courtes vidéos a été produite et diffusée sur une période échelonnée en novembre et en décembre. Ils ont été diffusés sur les réseaux sociaux par l'ASPC, Santé Canada, la ministre fédérale de la Santé, ainsi que l'ALD et plusieurs de ses membres. La campagne a même été annoncée par l'administratrice en chef de la santé publique du Canada au cours d'une de ses séances d'information quotidiennes, regardées par des millions de personnes partout au pays.

#ÉCRASONSLACOVID est une collaboration sans précédent entre le gouvernement fédéral et l'ALD. Nous espérons le début d'une relation élargie qui permettra à l'industrie canadienne du jeu vidéo d'utiliser son influence et sa portée pour aider le gouvernement à diffuser de l'information clé sur la santé qui protégera les gens et sauvera des vies alors que nous traversons cette pandémie dévastatrice.

Leadership éclairé



L'ALD a toujours été une chef de file de l'industrie en matière de recherche et de données. L'industrie du jeu vidéo a toujours été louangée par le gouvernement pour avoir les données et les statistiques les plus récentes et les plus pertinentes sur des paramètres clés comme l'emploi, les salaires, la diversité, les revenus et le PIB. Ces renseignements aident l'ALD à présenter des arguments convaincants à l'appui des politiques les plus importantes pour notre industrie.

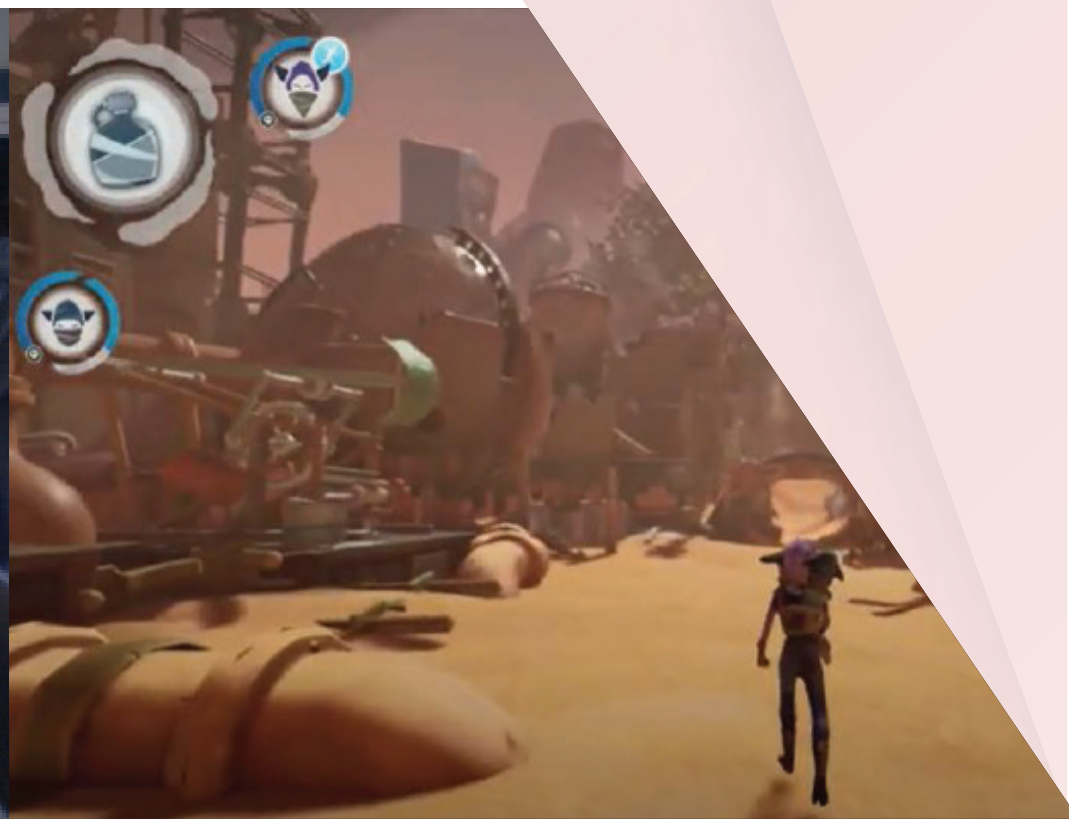
Puisque l'industrie a pris de la maturité et est devenue une force économique beaucoup plus importante au Canada, le temps est venu pour l'ALD d'élaborer les tactiques que nous utiliserons pour positionner l'industrie en vue de sa réussite. Par le passé, nous nous sommes appuyés uniquement sur nos propres études et données pour brosser un tableau d'une industrie florissante qui se situe au cœur d'un écosystème d'innovation. Bien que cela ait été efficace, compte tenu de notre influence croissante, il est temps de participer à la discussion nationale qui aidera à élaborer des politiques sur une plateforme économique plus vaste.

L'ALD est membre de la Chambre de commerce du Canada depuis des années et a travaillé avec diligence avec cet organisme commercial beaucoup plus vaste pour faire avancer les priorités de l'industrie. Au cours de la dernière année, l'ALD a diversifié ses partenariats pour inclure des groupes de réflexion et des organismes de politique économique, comme l'Institut C.D. Howe et le Forum des politiques publiques du Canada. Ces organismes sont deux des plus importants groupes de réflexion sur l'économie au Canada et représentent pour nous une occasion d'élargir notre auditoire d'experts en politiques influents et notre réseau de champions de l'industrie. Ces partenariats contribueront à positionner notre industrie dans le cadre d'une discussion plus vaste sur l'avenir du Canada et sur l'avenir de l'économie numérique. Ces relations nous ont déjà donné l'occasion de participer à des groupes de travail et à de nouvelles études sur des questions comme la main-d'œuvre, le talent et l'avenir du travail.

Comme l'industrie du jeu vidéo continue de prendre de l'expansion et de prendre de l'importance, il est essentiel que nous participions aux tables de discussion stratégiques les plus importantes au pays. Bien que nous en soyons aux premières étapes de notre parcours de leadership éclairé, nous sommes satisfaits des progrès réalisés jusqu'à maintenant, nous sommes optimistes quant à la valeur de cette nouvelle orientation et nous sommes convaincus qu'avec le temps, elle permettra à l'industrie d'avoir une réputation beaucoup plus favorable parmi les principaux influenceurs du Canada.

#SVGC2020





L'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD) appuie la croissance de l'industrie canadienne du jeu vidéo par la recherche, la défense des intérêts et la promotion de la sensibilisation aux enjeux clés qui touchent le secteur, comme le perfectionnement des talents et l'avenir des compétences technologiques au Canada.

Chaque année, dans le cadre de ses efforts, l'ALD organise son concours canadien de jeux vidéo étudiant, invitant les étudiants de niveau postsecondaire de partout au pays à participer et à démontrer leurs compétences en développement et à faire preuve d'excellence dans trois (3) domaines de base : originalité/créativité, expression artistique et compétence technique. Les jeux vidéo sont un élément important de la société d'aujourd'hui, et des étudiants de partout au pays créent des expériences excitantes et novatrices dans le cadre de leurs études postsecondaires.

L'ALD est fière de poursuivre sa tradition de soutien et de croissance de la prochaine génération de talents canadiens dans le domaine des jeux vidéo. Nous croyons qu'il est important d'assurer la continuité d'un solide bassin de talents qui propulsera notre industrie pendant de nombreuses années. Les étudiants qui conçoivent des jeux vidéo aujourd'hui façonnent les innovations de notre industrie pour les années à venir.

L'équipe gagnante de cette année a reçu un prix en argent de 6 000 $ qui servira à acheter du nouvel équipement pour poursuivre ses études et sa formation. Notre Concours de jeux vidéo pour étudiants est une façon d'inspirer les étudiants qui souhaitent entreprendre une carrière dans l'industrie du jeu vidéo et de souligner leur travail, et demeure une plateforme clé pour récompenser le meilleur du système postsecondaire au Canada.

Le concours de jeux vidéo pour étudiants de l'ALD en est maintenant à sa sixième année. Bien que nous n'ayons pas été en mesure d'offrir le voyage traditionnel à E3 qui nous a permis de recueillir tellement de candidatures, nous en avons tout de même reçu 20 cette année et nous sommes très heureux du talent que nous voyons partout au pays. Les jeux soumis ont été joués et examinés par notre comité d'experts composé de juges.

Cette année, des équipes d'étudiants de l'École des arts numériques, de l'animation et du design de l'Université du Québec à Chicoutimi (NAD-UQAC) et du Département d'informatique et de mathématique de l'Université du Québec à Chicoutimi (DIM-UQAC) se sont associées pour concevoir le jeu Cold Sun. Le jeu est une aventure furtive de type troisième personne dans un monde postapocalyptique, Cold Sun, où l'art et une trame narrative bien ressentie s'unissent pour créer une production agréable et palpitante sur le plan visuel.

Les trois meilleurs jeux de cette année à #SVGC2020 mettent en vedette des talents de premier plan d'un échantillon représentatif des programmes postsecondaires de développement de jeux au Canada :

Première place – Cold Sun, NAD-UQAC/UQAC
Deuxième place – Wyrmwood, Sheridan College
Troisième place – The Last Frame, UQAC

Journée à Ottawa





Chaque année, l'ALD organise sur la Collide du Parlement un grand événement qui comprend une réception et une soirée de démonstration où les membres présentent leurs jeux aux députés et au personnel. La réception est suivie d'une journée de réunions de représentation avec les principaux députés et le personnel sur la Colline, où nous défendons les priorités de l'ALD. La dernière journée à Ottawa a eu lieu au début de février 2020, seulement deux jours après le retour du Parlement à la suite de la fermeture du congé des Fêtes. Nous avons été l'un des premiers groupes de l'industrie à tenir un événement avant que la COVID-19 n'entraîne les confinements de masse.

L'ALD n'est pas la seule association à but non lucratif ou de bienfaisance de l'industrie qui a dû s'adapter et trouver de nouvelles façons de mobiliser les parlementaires et leur personnel dans cet environnement à distance et virtuel. Bien que nous ayons connu un succès relatif avec les appels téléphoniques et les vidéoconférences, il n'y aura pas d'activités en personne à Ottawa avant un certain temps. Il a donc fallu que l'ALD élabore une nouvelle stratégie pour mobiliser le gouvernement d'une façon novatrice qui attirerait l'attention et aurait un impact en ces temps uniques.

Médias en ligne

En l'absence d'une vitrine physique en personne, l'ALD devait trouver un moyen de transmettre son message et d'accroître sa crédibilité lors des réunions virtuelles avec les députés. Pour atteindre cet objectif, l'ALD s'est associée au Globe and Mail, le plus grand journal du Canada, pour publier un article publicitaire payé sur les répercussions positives de l'industrie sur le tissu social des Canadiens pendant la pandémie, ainsi que sur l'économie. Il mettait en évidence les principales données de nos études de 2019 et de 2020 et positionnait l'industrie comme chef de file dans la transformation économique numérique à venir.

Message personnalisé

Comme nous n'avons pas pu rencontrer les parlementaires en personne, nous avons tourné une courte vidéo de cinq minutes mettant en vedette le chef de la direction de l'ALD, Jayson Hilchie. Jayson a souligné tous les effets positifs des jeux et de l'industrie des jeux sur les Canadiens. Les messages de la vidéo faisaient écho à ceux de l'article du Globe and Mail et ont été filmés sur place dans le studio d'un de nos membres, Certain Affinity Toronto. L'objectif du message vidéo était de rester visible pour le plus grand nombre possible de députés et de membres clés du personnel, même sans événement. Nous avons également fait la promotion du message vidéo sur les réseaux sociaux afin d'attirer un plus grand public et nous l'avons séparé en éléments distincts pour l'utiliser sur plusieurs plateformes.

Réunions virtuelles avec les parlementaires

L'ALD a organisé de multiples réunions virtuelles avec des parlementaires de tous les partis pour veiller à ce que le message positif au sujet de l'industrie du jeu vidéo soit transmis aux députés de tous les partis à la Chambre des communes. Les réunions ont été appuyées par la participation de nombreuses entreprises membres qui ont partagé leur expérience du développement de jeux pendant la pandémie, ce qui a renforcé notre message de croissance continue et de réussite pendant une période économique et sociale difficile. Ce n'est qu'avec l'appui de ses membres que l'ALD peut défendre de façon crédible l'industrie et nous remercions toutes les entreprises qui ont participé. Nous espérons revenir sur la Colline du Parlement pour notre présentation des jeux vidéo en 2022.

Le point sur les RH



GESTIONNAIRE DE CONTENU NUMÉRIQUE

L'ALD est heureuse d'annoncer la nomination d'un nouveau membre de son équipe. Dylan Boyd s'est joint à notre association au cours du présent exercice. Dylan possède une vaste expérience en matière de conception, de médias sociaux et de gestion de sites Web.

Dylan a commencé sa carrière à la radio en tant que gestionnaire des médias numériques chez Evanov Media Group. Il y était responsable de l'élaboration d'une nouvelle structure de conception de site Web et du développement de ressources graphiques et de médias enrichis. Il a également été chargé de créer et de superviser la création de tout le contenu graphique et cinématographique pour 19 stations de radio du centre et de l'est du Canada.

Après son passage à Evanov, Dylan a intégré Precise Parklink, l'une des plus grandes entreprises de gestion de stationnement au Canada, où il était coordonnateur de la marque. À ce titre, il a élaboré des documents, notamment des cartes professionnelles, des brochures, des livres électroniques, des affiches, des images 3D ainsi que des graphiques animés pour le Web et les médias sociaux.

Dylan est titulaire d'un baccalauréat en design de l'Université de l'École d'art et de design de l'Ontario, avec une majeure en design graphique et des mineures en technologie portable et médias intégrés.

Dylan a mis son expertise au service de la mise en œuvre d'une stratégie numérique robuste pour l'ALD. Comme il nous est toujours interdit de voyager et de rencontrer l'industrie et les médias en personne, nous nous sommes appuyés sur une stratégie élargie de médias numériques qui comprend la conception graphique sur demande, l'amélioration du Web analytique, les médias sociaux et une amélioration générale de notre présence en ligne. La nécessité pour l'ALD de passer à une stratégie numérique pour atteindre les décideurs, les médias et le public a été précipitée par notre incapacité à nous présenter devant notre public clé en raison de la pandémie. Les compétences de Dylan ont été inestimables et nous continuerons d'améliorer et d'accroître notre présence numérique et en ligne.

Faits essentiels 2020



Amateurs de jeux vidéo au Canada
Faits essential

En novembre 2020, l'ALD a publié sa plus récente étude, *Amateurs de jeux vidéo au Canada – Faits essentiels 2020*, menée par NPD Group Canada. Le but de la recherche était de quantifier l'état du marché de consommation canadien et de comprendre qui est le joueur canadien, ce à quoi il joue, pourquoi il joue et comment les jeux l'ont aidé à faire face aux difficultés de la pandémie de COVID-19.

Cette année, vu les circonstances, nous avons eu l'occasion de poser des questions précises à propos de l'influence de la pandémie sur l'engagement des gens à l'égard de nos produits. Nous avons été ravis de constater que non seulement la grande majorité des Canadiens passaient plus de temps à jouer à des jeux, mais que les jeux leur permettaient de rester en contact avec leurs amis, de passer plus de temps avec leurs enfants à la maison et, ce qui est peut-être le plus important, d'améliorer leur santé mentale en respectant les lignes directrices en matière de santé publique.

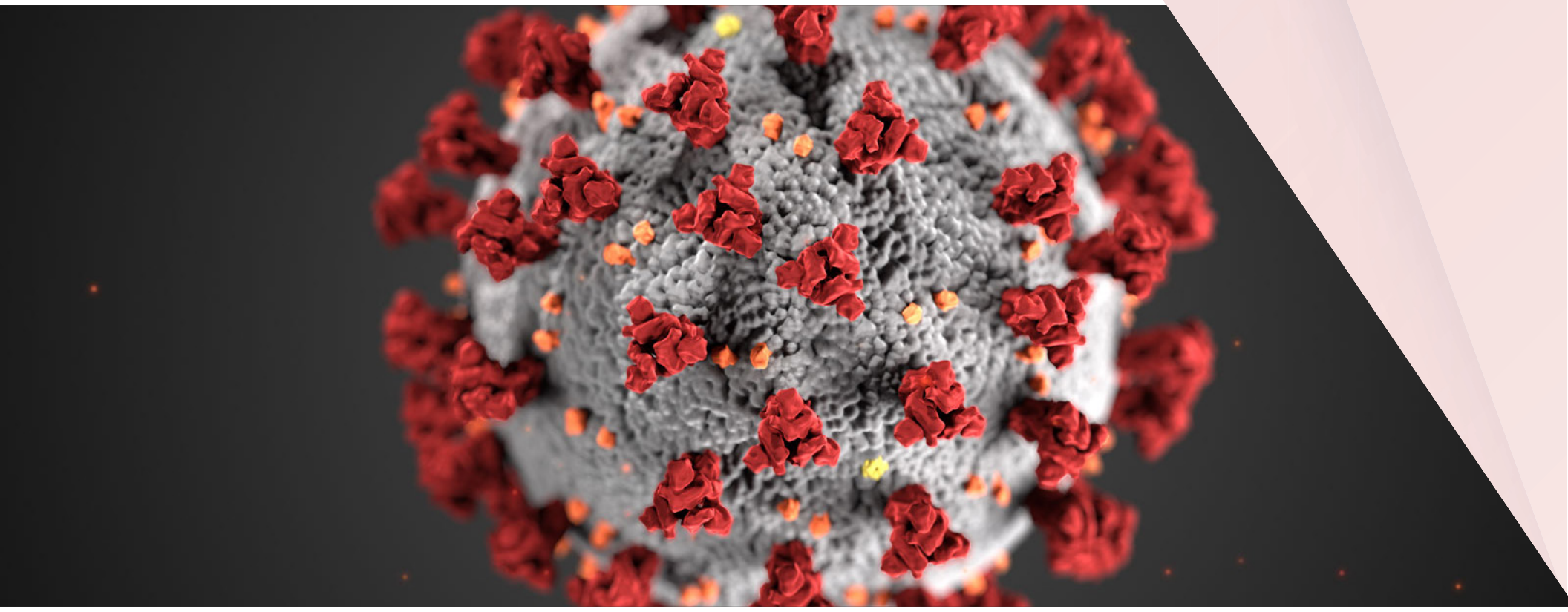
Il n'est pas facile de rester à la maison pendant de longues périodes, surtout lorsqu'on est physiquement éloigné de ceux qu'on aime et de ceux avec qui on passe le plus de temps. Pour la grande majorité d'entre nous, c'était la première fois qu'on nous disait d'éviter ceux qui constituent le fondement de notre cercle social et familial. C'est pourquoi, en tant qu'industrie canadienne du jeu vidéo, nous n'avons jamais eu autant de fierté que l'an dernier. C'est toujours notre objectif de divertir et de créer des liens, mais c'est la première fois que nos produits sont utilisés dans une période aussi difficile, certainement au Canada. Il n'y a pas de plus grand sentiment de fierté que de savoir que les expériences et les jeux que nous avons faits ont pu servir d'intermédiaire pour établir des liens et favoriser la santé mentale.

Encore une fois, cette année, on a constaté que la majorité des Canadiens sont de fervents joueurs de jeux vidéo. Plus de 23 millions d'entre nous, soit environ 61 %, jouent régulièrement à des jeux. Ces gens sont répartis dans tous les groupes démographiques. Ils vont des jeunes enfants jusqu'aux aînés à la retraite qui utilisent les jeux pour se divertir et tisser des liens. Les antécédents des joueurs sont aussi diversifiés que leur âge, et ils proviennent de tous les milieux et de toutes les ethnies. Et encore une fois, la répartition entre les joueurs masculins et féminins est égale à 50/50. Et il n'y a pas de limite pour profiter des produits de divertissement interactifs. Nos recherches ont montré que, bien que la majorité des joueurs jouent sur leur téléphone, un pourcentage énorme d'entre eux jouent aussi sur des consoles et des ordinateurs personnels.

La majorité des joueurs participent à nos jeux sur plus d'une plateforme et acquièrent leur contenu par les canaux numériques, ce qui est l'une des raisons pour lesquelles l'industrie du jeu vidéo a pu prospérer pendant la pandémie. La capacité de donner aux consommateurs le choix entre le matériel physique et le numérique est essentielle à notre offre, mais à une époque où il était impossible d'accéder aux biens physiques en raison des mesures de confinement, la capacité de livrer nos produits de façon numérique a été essentielle.

Nous sommes également heureux de constater que la sensibilisation et le respect du système de cotes du ESRB demeurent élevés, et que les parents consultent régulièrement les cotes pour les aider à faire des choix de contenu pour leurs enfants. En tant que principale forme d'autoréglementation de notre industrie, les cotes ESRB sont une priorité pour nous afin de nous assurer que les parents ont l'information dont ils ont besoin pour prendre des décisions sur le contenu du jeu. L'industrie du jeu vidéo prend au sérieux ses responsabilités envers les parents, et le système d'évaluation, ainsi que les vidéos d'instructions sur la façon dont les tuteurs peuvent utiliser les contrôles parentaux, sont des initiatives prioritaires pour l'ALD.

COVID-19



La pandémie de COVID-19 a eu des effets dévastateurs sur les industries de l'ensemble de l'économie, mais surtout sur les moyens de subsistance de millions de Canadiens. Au début de la pandémie, personne ne pouvait prédire avec précision à quel point elle serait grave ou dans quelle mesure elle aurait une incidence sur notre monde et sur notre façon de vivre et de travailler. En tant qu'industrie du divertissement dépendante de l'intérêt des consommateurs et du revenu disponible, on craignait que l'industrie du jeu vidéo soit touchée négativement par les restrictions imposées par la pandémie, car les gens accordaient la priorité aux produits essentiels.

Cependant, il est rapidement devenu évident que les jeux vidéo deviendraient l'un des plus importants médias sociaux pour les gens qui vivent isolés à la maison. Non seulement les jeux sont devenus un moyen important pour les amis et les familles de rester en contact, mais ils ont aussi aidé à améliorer la santé mentale des joueurs en leur offrant des liens et du divertissement pendant une période d'incertitude, de défis et de difficultés énormes.

Selon NPD Group Canada, les ventes de jeux vidéo et de matériel de jeux vidéo ont augmenté de plus de 29 % en 2020 par rapport à la même période en 2019. Cette croissance massive à un moment où l'industrie était sur le point d'amorcer un nouveau cycle de console est sans précédent. Les jeux sont devenus le moyen de choix des gens dont le revenu disponible a migré des salles de cinéma et de vacances au divertissement virtuel et interactif, ce qui prouve que les jeux vidéo sont en fait la forme de divertissement la plus importante au monde.

Non seulement les jeux sont-ils devenus un produit de choix pour les consommateurs, mais notre industrie a aussi réussi à faire migrer près de 30 000 employés directs vers le travail à distance et à maintenir le développement des jeux qui devaient être lancés pendant la pandémie. Dans la plupart des cas, les jeux ont été lancés comme prévu et dans les délais prévus, ce qui témoigne de la gestion de haut calibre de notre industrie, ainsi que de notre capacité de nous adapter à l'incertitude et nous adapter aux nouvelles normes.

L'ALD a travaillé sans relâche pour aider à guider et à conseiller les entreprises en ce qui concerne les fermetures, la réglementation et d'autres problèmes auxquels l'industrie a été confrontée au début de la pandémie. L'équipe a régulièrement reçu des appels d'entreprises membres et non membres souhaitant s'y retrouver dans cette situation sans précédent. Des appels bimensuels avec les membres ont été organisés pour échanger de l'information et veiller à ce que tout le monde sache ce qui n'était pas permis dans les diverses provinces, mais aussi pour prendre des nouvelles des autres membres et connaître les défis qu'ils devaient relever. Ces appels ont été essentiels pendant la majeure partie de 2020 pour que les membres se sentent connectés et informés.

Les relations de l'ALD avec les diverses associations provinciales n'ont jamais été aussi solides. Dans le cadre de la transition vers une plus grande collaboration et un meilleur partage de l'information, un appel mensuel avec les dirigeants de toutes les associations provinciales a lieu depuis maintenant plus d'un an. Cet appel s'est révélé un moyen précieux pour l'ALD et les associations provinciales de s'assurer que nous sommes tous sur la même longueur d'onde et que nous nous soutenons mutuellement au besoin. Cette collaboration se poursuivra à l'avenir et profitera à l'industrie partout au Canada, alors que les représentants travailleront ensemble pour continuer de faire du Canada la destination de choix pour le développement des jeux.

Dans le cadre de ces efforts, l'ALD et ses membres ont financé l'élaboration d'un guide de retour sur le lieu de travail par Sherrard Kuzz LLP, un cabinet d'avocats en droit du travail établi à Toronto. Ce plan couvre les diverses obligations juridiques et en matière de ressources humaines dans chaque province du Canada où nos membres exercent leurs activités. Le guide a été conçu pour faire en sorte que les studios de jeux vidéo sachent ce dont ils sont responsables s'ils décident de rouvrir leurs portes lorsqu'ils en auront le droit. Ce plan a par la suite été transmis aux diverses associations provinciales et distribué à leurs membres afin de démontrer l'appui de l'ALD à l'ensemble de l'industrie.

Même si la COVID-19 fera partie de notre vie pendant encore un certain temps, l'industrie canadienne du jeu vidéo sera bien représentée à l'échelle nationale et provinciale pour veiller à ce que les bons renseignements et les bons conseils soient fournis afin de protéger le secteur et sa base d'employés croissante.

Loi sur la radiodiffusion



Au cours de notre journée de lobbying en février 2020, l'ALD a rencontré le ministre du Patrimoine, Stephen Guilbeault, pour discuter de l'élaboration en cours d'une nouvelle ***Loi sur la radiodiffusion*** élargie. L'ALD a participé à de nombreuses discussions avec le gouvernement et le groupe d'experts au cours des deux années précédentes, pendant que la portée du projet de loi était débattue et élaborée. L'ALD était d'avis que les jeux vidéo et les développeurs ne devraient pas être définis comme des « émissions » et des « diffuseurs », et ne devraient donc pas être assujettis aux règlements en vertu de la nouvelle loi.

Le fait d'être visés par la nouvelle loi pourrait avoir de nombreuses répercussions sur les finances des membres. Les développeurs étrangers de jeux joués au Canada pourraient être assujettis au prélèvement d'un pourcentage de leurs revenus canadiens qui servirait ensuite à financer le développement du contenu canadien. Des plateformes comme celles qui sont disponibles sur les consoles pourraient devoir promouvoir le contenu et les jeux canadiens et les rendre facilement accessibles aux consommateurs aux dépens des jeux que la plateforme souhaite promouvoir. Enfin, le fait d'être assujetti aux règlements du CRTC ferait en sorte que l'industrie du jeu vidéo serait régulée en tant que diffuseur. Cela pourrait donner lieu à une réglementation du contenu qui remplacerait le système d'autorèglementation déjà très efficace de l'industrie.

Pour préconiser l'exclusion du règlement, l'ALD a préparé une position de principe convaincante pour expliquer clairement et logiquement pourquoi nous devrions être exemptés de la nouvelle loi. Grâce à notre travail approfondi avec les représentants du gouvernement, en collaboration avec nos membres, nous avons pu convaincre le ministre et d'autres décideurs clés que les développeurs de jeux vidéo et les exploitants de consoles ne sont pas des diffuseurs et que les jeux ne sont pas des « émissions ». La sensibilisation du ministre Guilbeault à la composition de l'industrie canadienne a contribué à faire comprendre la nécessité d'empêcher une nouvelle réglementation qui pourrait limiter la croissance. Il reconnaît maintenant que l'industrie canadienne des jeux est un chef de file mondial et qu'elle emploie des milliers de Canadiens dans des postes de direction et de création bien rémunérés.

Le désir d'améliorer le rayonnement du contenu canadien sur la scène mondiale est un objectif louable, mais c'est un problème qui n'existe pas dans l'industrie du jeu vidéo. Le Canada est reconnu dans le monde entier comme un chef de file dans le développement du divertissement interactif, et bon nombre des titres les plus populaires sont constamment conceptualisés et développés au Canada, par des Canadiens.

Bien que le succès de nos efforts soit une victoire pour l'industrie, les répercussions auraient pu être considérables avec des redevances combinées de plus de dizaines de millions de dollars. Nous devons continuer de surveiller les projets de loi comme celui-ci pour veiller à ce que l'industrie des jeux vidéo ne soit pas prise en compte, car elle continue d'être reconnue comme un chef de file mondial de l'industrie.

Discussion et analyse de la direction



L'Association canadienne du logiciel de divertissement se trouve dans une situation financière solide. Au cours de l'exercice 2021, l'ALD a été confrontée à une situation sans précédent en ce qui concerne la COVID-19 et l'incertitude entourant ses répercussions. Je suis heureux de signaler que l'association a non seulement atteint tous ses objectifs, mais aussi respecté son budget. De nombreuses initiatives traditionnelles ont été interrompues ou annulées au profit de nouvelles initiatives numériques qui nous ont permis d'atteindre notre public à la maison. Voici quelques-unes de ces initiatives :

- Investissement accru dans les relations publiques et l'image de marque de l'industrie grâce à une approche axée sur le numérique qui tire parti des médias créatifs, sociaux, mérités et payants pour atteindre notre public par l'entremise de multiples canaux et médias.
- Expertise interne en création et en conception graphique avec l'embauche de Dylan Boyd.
- Appel à des conseillers en médias externes pour des occasions de médiatisation payante dans des publications de premier plan.
- Réaffectation des budgets de voyage et d'hébergement aux communications numériques et à la recherche.
- Élimination du bureau physique de l'ALD à l'expiration du bail plutôt que de renouveler un bail pour une période supplémentaire de cinq ans au milieu d'une crise du marché des bureaux.
- Poursuite d'une saine gestion financière avec un léger excédent et une contribution à l'avoir des membres.

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/.