

Annexe

1. Nombre de studios de jeux vidéo par province au Canada en 2021

Tableau 2 : Nombre d'entreprises de jeux vidéo au Canada, classées par région

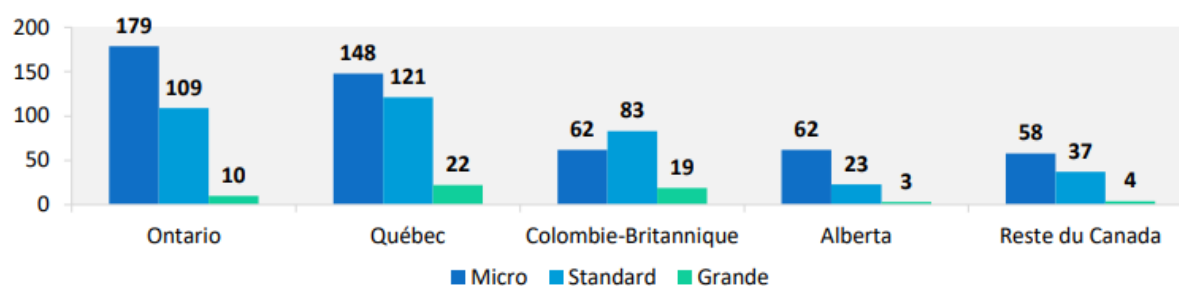
RÉGION	2017	2019	2021
Alberta	25	66	88
Colombie-Britannique	139	116	161
Québec	198	218	291
Ontario	162	235	298
Atlantique	28	38	59
Prairies (Manitoba et Saskatchewan)	21	20	40
Total	573	692	937

n=937 | Source : estimations fondées sur le sondage sur l'industrie de l'ALD de 2021 et la recherche secondaire de Nordicity

L'industrie canadienne du jeu vidéo en 2021

11

Image 2 : Nombre d'entreprises de jeux vidéo au Canada, selon la taille et la région



n=937 | Source : estimations fondées sur le sondage sur l'industrie de l'ALD de 2021 et la recherche secondaire de Nordicity

L'industrie canadienne du jeu vidéo en 2021

Source : [L'industrie canadienne du jeu vidéo en 2021](#)

2. Fiscalité avantageuse du Canada dans l'industrie du jeu vidéo

Coût-pays pour les entreprises :

	North America			Europe					Asia pacific	
	Canada	Mexico	US	France	Germany	Italy	Netherlands	UK	Australia	Japon
Digital services	74,0 (2)	65,6 (1)	100,0 (10)	87,8 (7)	89,0 (9)	83,5 (4)	82,3 (3)	85,6 (6)	84,1 (5)	88,8 (8)
digital entertainment Video Game production	69,4 (2)	64,0 (1)	100,0 (10)	84,2 (7)	89,1 (9)	81,6 (4)	80,6 (3)	82,8 (5)	83,0 (6)	87,4 (8)
Software design Software development	77,9 (2)	67,0 (1)	100,0 (10)	90,8 (9)	88,9 (7)	85,0 (5)	83,7 (3)	87,9 (6)	85,0 (4)	90,1 (8)

Les coûts des entreprises sont exprimés sous forme d'indice, les États-Unis se voyant attribuer un indice de base de 100,0. Un indice inférieur à 100 indique des coûts inférieurs à ceux des États-Unis. Un indice supérieur à 100 indique des coûts plus élevés que ceux des États-Unis. (Par exemple, un indice de 95,0 représente un avantage de 5,0 % en termes de coûts par rapport aux États-Unis). Les résultats sont classés pour les 10 pays, 1 étant le pays le moins cher et 10 le pays le plus cher.

Source : [Competitive Alternatives, 2016 \(assets.kpmg\)](#)

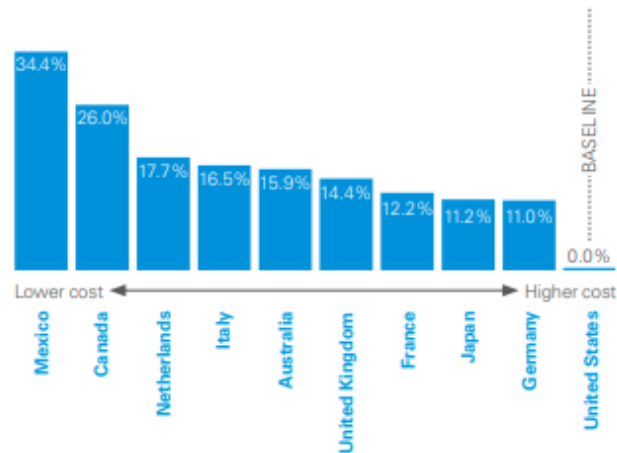
Digital services¹

Business operations:

Software development
Video game production studio

Key influences:

Salary levels and benefit costs for creative and technical IT professionals, plus incentives for digital media



Description des programmes de crédit impôt par province :

Program	Amount
British Columbia Interactive Digital Media Tax Credit (BCIDMTC)	17,5% of qualifie BC labour directly attributable to interatctive digital media activities
British Columbia Investment Capital Program Tax Credit (New Media Venture Capital)	Non refundable credit: 30% of investment for corporations that purchase shares of an eligible business corporation (EBC) (no annual limit on credit) Refundable credit: 30% of investment for individuals who purchas shares of an EBC (max:60 000 CAD credit per taxation year) Unused tax credits can be carried forward four years
Newfoundland and Labrador Interactive Digital Media Tax Credit	40% of eligible Newfoundland and Labrador labour directly attributable to interactive digital media products. Max: 2M CAD/year for associated group
Nova Scotia Digital Media tax Cedit	Lesser of: 50% of eligible Nova Scotia labour + regional credit: 10% of qualif yng expenditures foir productions outside the metro Halifax Zone 25% of total Nova Scotia expenditures + regional credit: 5% of qualifying expenditures ofr productions outside the metro Halifax Zone

Ontario Interactive Digital Media tax Credit (OIDMTC)	40% of eligible Ontario labour directly attributable to interactive digital media products (no maximum) and eligible marketing and distribution expenditures (max: 100 000 CAD per eligible product) or: "specified products" (fee-for-service products): 35% of eligible Ontario labour directly attributable to interactive digital media products (no max) or: Large game companies: 35% of eligible Ontario labour directly attributable to the development of eligible digital games (no max)
Prince Edward Island Innovation and Development Labour Rebate	25% of eligible PEI labour
Quebec Production of Multimedia Titles Tax Credit	Category A titles: 30% of qualified labour + Premium for French: 7,5% of qualified labour if in French language version. Category B titles: 26,25% of qualified labour

Source : [The Big Table - Digital media incentives in Canada 2021 \(part 2 of 3\)1 \(pwc.com\)](#)