



ASSEMBLÉE NATIONALE DU QUÉBEC

TROISIÈME SESSION

QUARANTE-TROISIÈME LÉGISLATURE

Projet de loi n° 796

**Loi visant à protéger les jeunes
contre les effets néfastes des écrans
notamment en encadrant les médias
sociaux et les jeux vidéo**

Présentation

**Présenté par
Madame Christine Labrie
Députée de Sherbrooke**

**Éditeur officiel du Québec
2026**

NOTES EXPLICATIVES

Ce projet de loi a pour principal objectif de protéger les jeunes contre les effets néfastes des écrans. À cette fin, il modifie la Loi sur la protection du consommateur afin notamment d'y introduire deux nouveaux titres portant respectivement sur les médias sociaux et les jeux vidéo.

Le projet de loi interdit au commerçant qui exploite un média social d'inscrire à son service un consommateur âgé de moins de 16 ans et l'oblige à vérifier l'âge des utilisateurs.

Par ailleurs, le projet de loi interdit, dans les jeux vidéo s'adressant aux consommateurs âgés de moins de 13 ans, les mécanismes incitant à l'engagement déterminés par règlement et, dans ceux s'adressant aux consommateurs âgés de moins de 18 ans, les lots aléatoires payants et les microtransactions.

Le projet de loi prévoit en outre certaines obligations à l'égard des consommateurs, notamment celle de leur fournir des outils permettant de suivre et de limiter leur temps d'utilisation des médias sociaux et celle de les informer des risques associés à l'utilisation des écrans.

Enfin, le projet de loi prévoit des dispositions transitoires qui obligent un commerçant qui exploite un média social à vérifier l'âge des consommateurs déjà inscrits à son service.

LOI MODIFIÉE PAR CE PROJET DE LOI :

- Loi sur la protection du consommateur (chapitre P-40.1).

Projet de loi n° 796

LOI VISANT À PROTÉGER LES JEUNES CONTRE LES EFFETS NÉFASTES DES ÉCRANS NOTAMMENT EN ENCADRANT LES MÉDIAS SOCIAUX ET LES JEUX VIDÉO

LE PARLEMENT DU QUÉBEC DÉCRÈTE CE QUI SUIT :

LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

1. L'article 2 de la Loi sur la protection du consommateur (chapitre P-40.1) est modifié par l'ajout, à la fin, de l'alinéa suivant :

«Un contrat peut être visé par la présente loi même si le bien ou le service est fourni sans contrepartie monétaire immédiate, dès lors que le commerçant en tire un avantage économique direct ou indirect, notamment par l'exploitation des renseignements personnels du consommateur.»

2. Cette loi est modifiée par l'insertion, après l'article 260.32, des titres suivants :

«TITRE III.4

«DISPOSITIONS PARTICULIÈRES CONCERNANT LES MÉDIAS SOCIAUX

«260.33. Le présent titre s'applique aux commerçants qui exploitent un média social.

Pour l'application du présent titre, on entend par «média social» une plateforme numérique qui vise à faciliter la création et le partage de contenu généré par les utilisateurs, la collaboration et l'interaction sociale.

N'est toutefois pas un média social au sens du présent titre une plateforme dont l'objet principal est soit :

1° de permettre aux consommateurs de communiquer par messagerie, par courrier électronique ou par appel vocal ou vidéo;

2° de permettre aux consommateurs de partager des renseignements concernant des biens ou des services, notamment des avis, des conseils ou de l'assistance technique;

3° de permettre le réseautage professionnel ou le développement professionnel;

4° de soutenir l'enseignement ou la communication entre des établissements d'enseignement et des étudiants et leurs familles;

5° de soutenir la prestation de soins de santé ou la communication entre des professionnels de la santé et leurs patients.

Le gouvernement peut, par règlement, soustraire toute autre plateforme à l'application du présent titre.

«**260.34.** Il est interdit à un commerçant qui exploite un média social d'inscrire à son service un consommateur âgé de moins de 16 ans.

Pour se conformer au premier alinéa, le commerçant doit, avant d'inscrire un consommateur à son service, vérifier son âge au moyen du mécanisme gouvernemental de vérification de l'âge déterminé par règlement.

«**260.35.** Lorsqu'un consommateur s'inscrit à un média social, le commerçant doit, selon les modalités prévues par règlement, l'informer :

1° des risques associés à l'utilisation des écrans et plus particulièrement à l'utilisation des médias sociaux;

2° des mécanismes utilisés pour capter et maintenir son attention.

«**260.36.** Le commerçant qui exploite un média social doit fournir au consommateur des outils lui permettant de suivre et de limiter son temps d'utilisation sur la plateforme, notamment au moyen de notifications.

«TITRE III.5

«DISPOSITIONS PARTICULIÈRES CONCERNANT LES JEUX VIDÉO

«**260.37.** Pour l'application du présent titre, on entend par :

a) «lot aléatoire payant» : produit virtuel qu'un joueur peut acquérir en échange d'argent ou de monnaie virtuelle qui contient une sélection aléatoire de biens virtuels dont la nature n'est révélée qu'après l'achat;

b) «mécanisme incitant à l'engagement» : tout mécanisme intégré à une plateforme numérique et destiné à prolonger la durée ou à augmenter la fréquence d'utilisation de celle-ci, notamment par des systèmes de récompense, des incitatifs à la connexion répétée ou des mécanismes de disponibilité limitée;

c) «microtransaction» : tout achat de contenu virtuel effectué à l'intérieur d'un jeu vidéo au moyen d'une somme d'argent ou d'une valeur pécuniaire.

«**260.38.** Est interdit, dans un jeu vidéo s’adressant aux consommateurs âgés de moins de 13 ans, tout mécanisme incitant à l’engagement déterminé par règlement.

«**260.39.** Sont interdits, dans un jeu vidéo s’adressant aux consommateurs âgés de moins de 18 ans, les lots aléatoires payants et les microtransactions.

«**260.40.** Le gouvernement peut, par règlement, déterminer les critères permettant d’établir si un jeu vidéo s’adresse aux consommateurs âgés de moins de 13 ans ou de moins de 18 ans.

«**260.41.** Le fabricant ou le commerçant d’un jeu vidéo doit informer le consommateur, selon les modalités prévues par règlement :

1° des risques associés à l’utilisation des écrans, en particulier ceux associés aux jeux vidéo;

2° des mécanismes utilisés pour inciter à l’engagement. ».

3. L’article 278 de cette loi est modifié par le remplacement, dans ce qui précède le paragraphe *a*, de «et 260.29.1 » par «260.29.1, 260.34 à 260.36, 260.38, 260.39 et 260.41 ».

DISPOSITIONS TRANSITOIRES ET FINALES

4. Un commerçant qui exploite un média social le (*indiquer ici la date qui suit de 18 mois celle de la sanction de la présente loi*) dispose d’un délai de 12 mois pour procéder à la vérification de l’âge prévue à l’article 260.34 de la Loi sur la protection du consommateur (chapitre P-40.1), édicté par l’article 2 de la présente loi, à l’égard des consommateurs déjà inscrits à son service.

À l’expiration de ce délai, le commerçant doit résilier l’inscription de tout consommateur âgé de moins de 16 ans. Il doit également résilier l’inscription de tout consommateur dont l’âge n’a pas été vérifié ou la suspendre jusqu’à ce que la vérification soit effectuée.

5. La présente loi entre en vigueur le (*indiquer ici la date qui suit de 18 mois celle de la sanction de la présente loi*).

