

## Règlement du concours « CMYK IDOL » d'Unisource Canada, Inc.

1. **Aperçu du concours** : Ce concours s'intitule « CMYK Idol » (le « concours ») et il est organisé par Unisource Canada, Inc. (« Unisource »). Dans le cadre de ce concours, les clients des imprimeurs canadiens (« imprimeurs ») peuvent voter pour le représentant en imprimerie de tout imprimeur dont ils considèrent que les services sont les meilleurs.
2. **Qui peut voter** : Pour être admissible à voter, vous devez être responsable des volets production, création ou achat de projets d'impression d'une entité canadienne qui achète des services d'impression auprès d'un imprimeur canadien; vous devez être un employé en règle, avoir 19 ans ou plus et être résident canadien (un « votant admissible »). Seuls les votes des votants admissibles seront pris en compte.
3. **Participants exclus** : Les employés, les membres de la famille immédiate des employés et les personnes résidant avec les employés d'Unisource et de ses sociétés affiliées, agences de publicité et agences de promotion, et de leurs agents et représentants respectifs, ne peuvent participer à ce concours.
4. **Qui peut gagner** : Les gagnants du concours CMYK Idol seront les imprimeurs dont les représentants en imprimerie obtiendront le plus grand nombre de votes dans une région. Il y aura cinq gagnants, soit un par région géographique. Aux fins du présent concours, le Canada a été divisé en cinq régions :
  - a. La ville d'Ottawa, la province de Québec et les provinces Maritimes
  - b. L'Ontario (à l'exclusion de la ville d'Ottawa)
  - c. Les provinces du Manitoba et de la Saskatchewan
  - d. La province de l'Alberta et tous les Territoires
  - e. La Colombie-Britannique
5. **Prix** : Le prix décerné à chaque gagnant du concours est une publicité (1/5 d'une page couleur 11 x 8 1/2) dans le numéro de septembre 2010 du magazine DesignEdge. Le prix doit être accepté tel quel. Aucune substitution, aucun transfert à des tiers (individus ou entreprises) et aucune compensation tenant lieu, en totalité ou en partie, ne sont autorisés; cependant, Unisource se réserve le droit de substituer un prix d'une valeur égale ou supérieure, à sa seule discrétion. Les chances de gagner sont fonction du nombre de participants admissibles.
6. **Période initiale de mise en candidature** : Le concours est divisé en deux périodes. La première période (« période de mise en candidature ») s'échelonne du 15 mars 2010, 9 h HNE au 15 avril 2010, 17 h HNE. Au cours de cette période, les votants admissibles pourront proposer la candidature de représentants en imprimerie en se rendant sur les pages de vote en ligne du site [www.unisourcedesign.ca](http://www.unisourcedesign.ca). Un votant admissible pourra proposer la candidature de plus d'un représentant en imprimerie; cependant, il ne pourra voter plus d'une fois pour la même personne. Les votants admissibles pourront proposer la candidature de représentants en imprimerie à l'extérieur de leur propre région.
7. **Résultat du vote** : À la fin de la période de mise en candidature, Unisource calculera le nombre de mises en candidature pour chaque représentant en imprimerie; les cinq représentants en imprimerie dans chacune des régions qui auront obtenu le plus grand nombre de votes seront admissibles à la deuxième étape du concours. Toute égalité entre deux ou plusieurs représentants en imprimerie sera brisée par un tirage au sort effectué par Unisource.
8. **Période de vote décisif** : La deuxième période (« période du vote décisif ») s'échelonne du 10 mai 2010, 9 h HNE au 31 mai 2010, 17 h HNE. Au cours de cette période, les votants admissibles pourront voter sur la page de vote en ligne du site

[www.unisourcedesign.ca](http://www.unisourcedesign.ca) pour les représentants en imprimerie toujours dans la course. Comme dans la période initiale, un votant admissible pourra voter pour plus d'un représentant en imprimerie, mais il ne pourra voter pour la même personne qu'une seule fois. Il pourra également voter pour un représentant en imprimerie à l'extérieur de sa région.

9. **Résultat final** : À la fin de la période du vote décisif, le représentant en imprimerie gagnant dans chaque région sera celui qui aura obtenu le plus grand nombre de votes. Toute égalité entre deux ou plusieurs représentants en imprimerie sera brisée par un tirage au sort effectué par Unisource.
10. **Annnonce du gagnant** : Les noms et/ou les photos, selon le cas, des gagnants et de leurs employeurs seront publiés le 28 juin 2010 sur le site [www.unisourcedesign.ca](http://www.unisourcedesign.ca) d'Unisource, de même que sur Twitter et dans le numéro d'automne 2010 du bulletin Solutions d'Unisource.
11. **Participation du représentant en imprimerie** : Pour être admissible à la période du vote décisif, tout représentant en imprimerie figurant dans la liste des cinq représentants de sa région devra fournir, dans les cinq (5) jours ouvrables suivant la réception des documents d'Unisource, a) un formulaire par lequel il acceptera que l'on utilise son nom, son titre, le nom de son employeur, sa photographie, des commentaires et toute autre information similaire aux fins de la tenue et de la publicisation du concours et il accorde à Unisource tous les droits auxdits usages sans quelque compensation que ce soit et b) une confirmation de son employeur, signée par un administrateur de ce dernier, que le représentant en imprimerie est autorisé à participer au concours en qualité d'employé d'un imprimeur. Si Unisource ne reçoit pas avant la date limite ces documents correctement signés, elle se réserve le droit de disqualifier le représentant en imprimerie et de choisir le prochain représentant ayant obtenu le plus grand nombre de votes; ce dernier recevra la même documentation et devra la retourner dans les cinq (5) jours ouvrables. Encore une fois, toute égalité sera brisée par un tirage au sort effectué par Unisource.
12. **Promotion du concours** : Après que les cinq meilleurs représentants en imprimerie dans chacune des régions auront été choisis et qu'Unisource aura reçu de chaque participant les documents nécessaires, Unisource pourra, à sa seule discrétion, publiciser le concours et afficher les profils de ces représentants à différents endroits, notamment mais sans s'y limiter sur le site [unisourcedesign.ca](http://www.unisourcedesign.ca), sur Twitter, dans le cadre d'un publipostage électronique d'Unisource, dans le magazine DesignEdge et sur son site Web, de même que dans les bulletins PrintCan et sur le site Web d'Unisource.
13. **Conditions pour être déclaré gagnant** : Comme condition préalable à l'attribution du prix, l'employé et son employeur devront : i) accepter que leur nom, leur titre de poste et/ou leur photo, selon le cas, soient utilisés à des fins publicitaires, sans dédommagement; ii) signer une attestation d'observation des règles du concours et iii) signer un dégageant de responsabilité complet au bénéfice d'Unisource, de ses sociétés affiliées, de ses fabricants associés, de ses agences de promotion et de publicité et de leurs administrateurs, directeurs, employés et agents respectifs (le « Groupe Unisource »). Dans le cas de l'employeur, un administrateur de l'entreprise devra signer en son nom.
14. **Politiques de l'employeur** : Il incombe à l'employé de s'assurer qu'il respecte la politique de son employeur relativement à sa participation à un concours et à l'acceptation d'un prix.
15. **Limitation de responsabilité** : Unisource décline toute responsabilité à l'égard des inscriptions perdues, altérées, en retard ou incomplètes, ou encore de toute adresse erronée sur la correspondance, de toute erreur typographique, de tout problème d'ordre

technique, informatique ou téléphonique, de la perte ou du vol de données informatiques ou téléphoniques, de tout dommage au logiciel ou au matériel informatique ou de toute autre erreur.

16. **Confidentialité** : En participant à ce concours, vous consentez à ce qu'Unisource utilise toute information personnelle soumise avec l'inscription aux fins de l'administration du concours et pour vous communiquer des informations sur d'éventuelles promotions. Cette information personnelle sera protégée conformément à la politique sur la confidentialité d'Unisource, que vous trouverez à l'adresse suivante : [www.unisource.ca/site/terms](http://www.unisource.ca/site/terms).
17. **Cessation** : Unisource se réserve le droit d'annuler ce concours, d'y mettre fin, de le modifier ou de le suspendre en tout temps et sans préavis et, le cas échéant, avec le consentement de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec. Unisource, ses sociétés affiliées, leurs agences de publicité et de promotion, leurs fournisseurs de matériel ou de services liés à ce concours, de même que leurs employés, agents et représentants ne peuvent être tenus d'accorder davantage de prix ou encore d'attribuer les prix autrement que conformément aux présentes règles.
18. **Respect des règles** : En participant à ce concours, vous acceptez les présentes règles, qui seront appliquées par Unisource. Toutes les décisions des juges à l'égard de tous les aspects de ce concours sont définitives. L'administrateur de ce concours est M. John Mann, Vice-président du Marketing, Unisource Canada, Inc. Si Unisource, à sa seule discrétion, détermine qu'une inscription n'est pas conforme aux présentes règles, elle se réserve le droit de disqualifier l'inscription aux fins du concours.
19. **Dégagement de responsabilités d'Unisource** : En participant à ce concours ou en tentant de le faire, tous les participants, qu'il s'agisse des votants admissibles, des représentants en imprimerie ou des imprimeurs, dégagent Unisource, ses sociétés affiliées, leurs agences de publicité et de promotion et leurs employés, agents et représentants de toute responsabilité quant à tout dommage découlant de leur participation ou tentative de participation à ce concours.
20. **Lois applicables** : Ce concours est régi par les lois de l'Ontario et les lois fédérales du Canada, le cas échéant. Dans le cas des résidents du Québec, tout litige quant à la tenue ou à l'organisation d'un concours publicitaire peut être soumis à la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec, qui pourra trancher. Tout litige concernant l'attribution d'un prix peut être soumis à la Régie, mais uniquement aux fins d'aider les parties à en arriver à un accord.