

Mentions légales obligatoires:

1. Les présentes règles ne s'appliquent pas à un concours publicitaire dont la valeur totale des prix offerts ne dépasse pas 2 000 \$, à l'exception des articles 5 et 6 qui s'appliquent à tous les concours publicitaires dans lesquels la valeur totale des prix offerts dépasse 100 \$.

NOTE: Si la valeur des prix dépasse 2000\$, on doit produire un formulaire, le soumettre 10 jours avant la date de début du concours avec les visuels et potentiellement payer un cautionnement à la Régie des alcools des courses et des jeux.

Décision 82-08-02, a. 1; A.M. 98-12-03, a. 1.

5. Les règlements d'un concours publicitaire doivent être accessibles au public et comprendre au moins:

1° les conditions de participation au concours;

2° les endroits où le public doit déposer ou faire parvenir les bulletins de participation au concours;

3° la date et l'heure limites de participation au concours;

4° la description de la méthode d'attribution des prix;

4.1° le nombre, la description détaillée des prix offerts et la valeur de chacun d'eux;

5° le lieu, la date et l'heure précise de la désignation du gagnant du prix;

6° la mention du média utilisé pour aviser les gagnants du prix gagné;

7° l'endroit, la date et l'heure limites où les prix doivent être réclamés ou, selon le cas, le fait que les prix sont expédiés aux gagnants;

8° la mention que les gagnants seront sélectionnés par un jury, si c'est le cas;

9° la mention que, dans tous les cas, doivent être au moins exclues les personnes spécifiées à l'article 12;

10° la mention du texte suivant: «Un différend quant à l'organisation ou à la conduite d'un concours publicitaire peut être soumis à la Régie des alcools, des courses et des jeux afin qu'il soit tranché. Un différend quant à l'attribution d'un prix peut être soumis à la Régie uniquement aux fins d'une intervention pour tenter de le régler»;

11° la nature de l'épreuve à laquelle doit se soumettre un gagnant pour obtenir son prix.

Décision 82-08-02, a. 5; Décision 88-12-14, a. 3; A.M. 98-12-03, a. 5.



6. La personne au bénéfice de laquelle un concours publicitaire est tenu doit s'assurer que la réclame de ce concours ne laisse pas croire qu'une personne:

1° a gagné un prix donné;

2° peut participer à un concours aux fins de recevoir un prix ou de pouvoir en gagner un, lorsqu'en fait tous les participants reçoivent un prix.

Cette personne doit s'assurer que la réclame indique le nombre et la description des prix offerts lors de ce concours, leur valeur respective, qu'elle mentionne s'il s'agit d'un seul prix ou qu'elle indique la plus petite et la plus grande valeur des prix.

Elle doit aussi s'assurer que la réclame précise de quelle façon et à quel endroit le public peut se procurer le texte des règlements du concours.

Elle doit de plus s'assurer que la réclame indique la nature de l'épreuve à laquelle le gagnant doit se soumettre pour obtenir son prix, lorsque la participation à un concours publicitaire nécessite l'achat d'un bien ou d'un service.

Décision 82-08-02, a. 6; Décision 88-12-14, a. 4; Décision 91-10-21, a. 1.

<https://www.axiom-marketing.io/blog/8-conseils-pour-organiser-un-jeu-concours-reussi-sur-les-reseaux-sociaux/>

<https://www.blogdumoderateur.com/jeux-concours-reseaux-sociaux-regles/>

<https://effet-b.ca/organiser-un-concours-sur-les-reseaux-sociaux-dans-les-regles-de-lart/>



CARREFOUR CULTUREL
ESTACADE

Formulaire d'inscription concours « Tapis Rouge »

Nom de l'organisation: (entête a remplir par l'Estacade avant d'envoyer la lettre)

Responsable de l'organisation:

Numéro de téléphone:

Adresse courriel:

Le Carrefour culturel ESTacade vous invite à participer à notre tout nouveau concours « Tapis Rouge ».

Le concours consiste à prendre une photo de votre groupe sur notre tapis rouge et nous autoriser à afficher cette photo sur nos réseaux sociaux. Le gagnant du concours sera déterminé par la photo ayant suscité le plus grand nombre de partages sur leur photo officielle publiée par l'Estacade et se verra offrir **un rabais de XXXX\$ sur la location de la Salle Desjardins pour son prochain spectacle.** Chaque partage doit être associé à une mention « J'aime » sur la page Facebook « Estacade ». **Contre les termes et conditions de Facebook? a vérifier.**

Trucs et astuces

- Utiliser l'hashtag **#XXXXX**, identifier les personnes présentes sur la photo et inciter les membres de votre organisation à partager la photo maximise vos chances de gagner
- Suivre et aimer la page officielle de la Salle Desjardins sur Facebook <https://www.facebook.com/SalleDesjardins>

En signant ce formulaire d'inscription, je reconnais avoir reçu l'Annexe 1 et en acceptez les termes et conditions présentés.

Signature

Date

Annexe 1

Termes et conditions du concours « TAPIS ROUGE »:

- Le prix consiste en un rabais de XXXX\$ sur la prochaine location de salle de l'organisation gagnante.
- Votre organisation doit présenter au moins un spectacle entre le 17 mars et le XX juin 2024 dans la Salle Desjardins de l'Estacade pour être admissible au concours.
- La période de participation au concours est d'une durée de 3 semaines à partir de la publication de la photo. Les partages cessent d'être comptabilisés aux fins du concours après cette date.
- Vous devez vous assurer que les élèves qui apparaissent sur la photo que vous allez soumettre pour le concours ont une autorisation parentale d'être photographiés et que leur photo sera publiée sur Facebook.
- Le concours prend fin le XX juin 2024 à XXh00. La détermination du gagnant sera faite au siège social de l'Estacade, le XX juin 2024 à midi.
- L'organisation gagnante sera annoncée le XX juin 2024 sur la page Facebook officielle de la Salle Desjardins (<https://www.facebook.com/SalleDesjardins>)
- Seulement les partages sur la publication officielle de l'Estacade seront comptabilisés dans le cadre du concours.
- En cas d'égalité au nombre de partages, la publication qui aura le plus grand nombre de mentions « J'aime » sera désignée comme gagnante.
- En cas d'égalité au nombre de partages et de mentions « J'aime », un tirage au sort sera effectué.
- L'organisation gagnante sera contactée par courrier électronique, à l'adresse fournie sur le formulaire d'inscription au concours.
- Le prix devra être réclamé et utilisé avant le DATE.
- La personne au bénéfice de laquelle un concours publicitaire est tenu, son employé, son représentant, son mandataire ou un membre du jury et les personnes avec qui ils sont domiciliés ne peuvent participer à ce concours.
- Un différend quant à l'organisation ou à la conduite d'un concours publicitaire peut être soumis à la Régie des alcools, des courses et des jeux afin qu'il soit tranché. Un différend quant à l'attribution d'un prix peut être soumis à la Régie uniquement aux fins d'une intervention pour tenter de le régler.