
GOOGLE ADS IMPACT AWARDS 2026 POUR LES AGENCES : CONDITIONS D'UTILISATION OFFICIELLES

AUCUN ACHAT N'EST REQUIS POUR PARTICIPER OU POUR GAGNER. NUL LÀ OÙ LA LOI L'INTERDIT. VALABLE UNIQUEMENT DANS LES PAYS MENTIONNÉS CI-DESSOUS. EN PARTICIPANT À CE CONCOURS, VOUS RECONNAISSEZ ACCEPTER LE PRÉSENT RÈGLEMENT.

1. TERRITOIRES PARTICIPANTS. Les Google Ads Impact Awards 2026 (le « **concours** ») sont un programme de prix uniquement destiné aux agences profitant du soutien d'une équipe de ventes dans les pays suivants (chaque pays étant un « **territoire participant** ») :

1.1 Canada et États-Unis d'Amérique

2. CONTRAT JURIDIQUEMENT CONTRAIGNANT. Le concours est régi par les présentes conditions d'utilisation (le « **règlement** »). Pour participer au concours, vous (« **vous** » ou le « **participant** ») devez accepter le présent règlement. Par conséquent, veuillez lire le présent règlement avant de participer pour vous assurer de le comprendre et de l'accepter.

2.1 Si vous participez au concours en tant qu'agence ou entité, ou autrement au nom d'une agence ou d'une entité, vous acceptez : (i) que le présent règlement est juridiquement contraignant pour cette agence ou entité; (ii) que vous êtes l'une des personnes suivantes : un employé, un administrateur, un titulaire de charge, un travailleur ou un agent autorisé de cette agence ou entité; (iii) qu'en acceptant le présent règlement au nom de cette agence ou entité, vous agissez dans le cadre de votre autorité et que vous avez été dûment habilité par l'agence ou l'entité à participer au concours, à accepter le présent règlement et à représenter l'agence ou l'entité dans le cadre de ce règlement en vertu des lois et réglementations de la législation nationale qui s'applique à vous; (iv) que cette agence ou entité a pleinement connaissance de vos actions et y a consenti, y compris la possibilité de recevoir un prix et d'assister à un événement de remise de prix; (v) que vos actions n'enfreignent pas les politiques ni les procédures de cette agence ou entité. Si vous participez au nom d'une agence ou d'une entité, vous n'avez pas le droit de réclamer un prix ou une partie de celui-ci; le participant dans ce cas est l'agence ou l'entité.

2.2 Toutes les mentions de « vous » ou du « participant » dans le présent règlement incluent soit un mention de vous agissant en votre propre nom, soit de l'agence ou de l'entité au nom de laquelle vous agissez et qui participe au concours, selon le cas.

2.3 Vous reconnaissez que la soumission d'une participation dans le cadre du concours représente votre acceptation du présent règlement. Vous n'êtes pas autorisé à participer au concours ni à recevoir les prix décrits dans le présent règlement à moins d'accepter celui-ci. Ce règlement constitue un contrat juridiquement contraignant entre vous et Google concernant le concours.

3. ADMISSIBILITÉ.

3.1 Pour être admissible à participer au concours, vous devez : (i) être un résident autorisé et être physiquement situé dans un territoire participant ou, dans le cas d'une agence ou d'une entité, avoir votre siège social ou votre principal lieu d'affaires situé dans un territoire participant; (ii) avoir l'âge de la majorité dans le territoire participant dans lequel vous résidez au moment de la participation; (iii) être une agence profitant d'un soutien d'une équipe de ventes avec un identifiant de compte administrateur Google Ads (MC) valide et exercer vos activités dans le pays où se trouve le participant au moment de la participation au concours; et (iv) rester une agence profitant d'un soutien de l'équipe des ventes avec un identifiant de compte administrateur Google Ads (MC) valide au moins jusqu'au 31 décembre 2026.

3.2. Le participant doit respecter toutes les obligations contractuelles qu'il a envers Google en dehors du présent règlement pendant le concours (y compris, sans s'y limiter, les conditions d'utilisation de Google Ads et les conditions d'utilisation spécifiques au service des produits publicitaires de Google Marketing Platform). Ce concours est nul là où la loi l'interdit. Les administrateurs, les dirigeants, les employés, les stagiaires, les entrepreneurs et les titulaires de fonctions officielles de Google, de ses filiales, de ses sociétés affiliées, des entreprises partenaires utilisées à des fins d'évaluation, ainsi que leurs agences de publicité et de promotion, leurs représentants et leurs agents respectifs (les « **personnes liées au concours** »), et les membres de la famille immédiate des personnes liées au concours (parents, frères et sœurs, enfants, conjoints et partenaires de vie de chacun, quel que soit leur lieu de résidence) et les membres de leur ménage (qu'ils soient apparentés ou non) ne sont pas autorisés à participer à ce concours. Google se réserve le droit de vérifier que les conditions d'admissibilité sont remplies et de résoudre toute contestation connexe, et ce, à tout moment et à sa seule discrétion.

3.3 Le seul facteur déterminant pour l'heure aux fins du présent concours sera le ou les dispositifs de chronométrage officiels utilisés par Google.

4. ORGANISATEUR. L'organisateur du concours est Google LLC, dont le principal lieu d'affaires est situé au 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043, États-Unis.

5. PÉRIODE DU CONCOURS. Le concours débute à midi, heure du Pacifique (« **HP** »), ou à 19 h, temps universel coordonné (« **TUC** »), le 10 février 2026, et se termine à 17 h, HP, ou à 00 h, TUC, le 12 mars 2026.

6. COMMENT PARTICIPER.

6.1 AUCUN ACHAT N'EST REQUIS POUR PARTICIPER OU POUR GAGNER. Pour participer, vous devez remplir un formulaire de participation électronique :

- Formulaire de participation pour les États-Unis :
<https://business.google.com/us/accelerate/ads-impact-awards/>
- Formulaire de participation (anglais) pour le Canada :
<https://business.google.com/ca-en/accelerate/ads-impact-awards/>
- Formulaire de participation (français) pour le Canada :
<https://business.google.com/ca-fr/accelerate/ads-impact-awards/>

Un seul formulaire de participation par agence profitant du soutien d'une équipe de ventes avec un identifiant de compte administrateur Google Ads (MC) valide, par prix et par territoire participant.

6.2 Lorsqu'une agence profitant du soutien d'une équipe de ventes est active dans plus d'un territoire participant, elle ne peut pas envoyer de formulaires de participation pour le même prix dans plus d'un territoire participant. L'identité d'une agence profitant du soutien d'une équipe de ventes sera déterminée par la mention du numéro de compte administrateur Google Ads (MC) indiqué sur son formulaire de participation et associé à son profil.

7. Droits de propriété intellectuelle

7.1. Comme entendu entre Google et vous-même, vous conservez la propriété de tous les droits de propriété intellectuelle (y compris les droits moraux) sur tout contenu que vous soumettez dans le cadre de votre participation au concours. En soumettant une participation au concours, vous accordez à Google, à ses filiales, à ses agents et à ses entreprises partenaires une licence irrévocable, sous-licenciable, mondiale, libre de redevances et non exclusive pour la durée de tous les droits de propriété intellectuelle relatifs à la participation, afin d'utiliser, de copier, de reproduire, d'adapter, de modifier, de publier, de distribuer, d'exécuter publiquement, de créer une œuvre dérivée et d'afficher publiquement votre participation au concours à toute fin liée à celui-ci, y compris, sans s'y limiter : (1) pour permettre à Google et aux membres du jury d'évaluer votre participation aux fins du concours et d'identifier les lauréats auprès du public, et (2) à des fins de publicité et de promotion, et de communications avec la presse et les médias; et tous les droits légaux et nécessaires pour que Google utilise la participation comme le permet la présente autorisation.

7.2. Vous garantisiez que vous êtes titulaire de tous les droits de propriété intellectuelle de votre participation et que vous n'avez pas copié votre participation, en tout ou en partie, de toute autre œuvre existante.

7.3. En participant au concours, le participant accorde à Google une licence mondiale, irrévocable, sous-licenciable et non exclusive d'utilisation du nom du participant, du nom de son entreprise, des caractéristiques de sa marque et de l'adresse de son site Web à des fins publicitaires et promotionnelles (y compris, sans s'y limiter, la promotion du concours) pour toute la période couverte par les droits de propriété intellectuelle applicables.

7.4. Les participants acceptent de participer à toute activité médiatique ou promotionnelle concernant le concours s'ils sont des lauréats et, le cas échéant, accorderont à Google une licence mondiale, irrévocable, sous-licenciable et non exclusive d'utilisation du nom du participant, de son image ainsi que de son portrait à des fins publicitaires et promotionnelles.

8. ÉVALUATION

8.1 Chaque participation, ainsi que les mesures de performance des entreprises, seront évaluées par un panel d'experts qui sont des employés du commanditaire, **Accenture, et d'autres partenaires externes du secteur** (« membres du jury »). Le 13 mars 2026 ou aux alentours de cette date, chaque participation sera évaluée par les membres du jury en fonction des critères suivants, définis pour chaque prix dans la section 8.3 (Catégories de prix).

Le concours sera offert dans différents territoires participants dans certaines ou dans toutes les catégories de prix suivantes (chacune étant un « **prix** »). Il y aura un « **lauréat** » (tel que défini à la section 9) par territoire participant dans chaque catégorie. Les détails des prix qui seront offerts dans les territoires participants sont présentés dans le tableau ci-dessous :

Prix	Territoire participant
Prix Excellence en matière d'IA	Canada et États-Unis
Prix Impact créatif	Canada et États-Unis
Prix Innovation en matière de données	Canada et États-Unis
Prix Croissance internationale	Canada et États-Unis
Prix Réussite médiatique	Canada et États-Unis

8.2 Vous pouvez soumettre une participation pour autant de prix ci-dessus que vous le souhaitez offerts dans votre territoire participant en choisissant la ou les option(s) appropriées sur votre formulaire de participation (une participation par type de prix). Cependant, vous devez d'abord vous assurer que vous êtes admissible au prix en vérifiant les critères d'admissibilité ci-dessous. Les informations suivantes comprennent également les critères d'évaluation de chaque prix.

8.3 CATÉGORIES DE PRIX. Les catégories de prix du concours pour 2026 sont les suivantes :

Excellence en matière d'IA, Impact créatif, Innovation en matière de données, Croissance internationale et Réussite médiatique.

8.3.1 Prix Excellence en matière d'IA

- Vous ne devez pas dépasser le nombre de caractères indiqué ci-dessous dans chacune des sections suivantes pour expliquer pourquoi vous devriez remporter le prix en question :
 - **Défi** : En 50 à 150 mots : décrivez les principaux objectifs commerciaux et de marketing de votre client qui ont motivé la campagne, et expliquez pourquoi il était nécessaire d'utiliser des solutions Google Ads propulsées par l'IA.
 - **Approche** : en 50 à 400 mots : décrivez votre stratégie globale d'utilisation des solutions propulsées par l'IA dans Google Ads. Comment avez-vous mis cette stratégie en pratique pour vos clients, en tirant parti d'une combinaison de solutions propulsées par l'IA de manière cohérente?
 - **Résultats/incidence** : en 50 à 250 mots : décrivez l'incidence de votre approche axée sur l'IA, en soulignant ce qui l'a rendue exceptionnelle et digne du prix Excellence en matière d'IA. Incluez des mesures qui démontrent des gains importants en matière d'indicateurs clés de performance (ICP) et des signes visibles que cette approche axée sur l'IA a eu une incidence qui aurait été difficile à avoir avec des stratégies classiques.
- Les participations pour cette catégorie seront évaluées selon les critères suivants :

- **Utilisation du produit** : utilisation démontrée d'une combinaison de solutions Google Ads propulsées par l'IA.
- **Résolution de problèmes/stratégie** : un objectif d'affaires clair et un défi de marketing ambitieux, et une stratégie cohérente axée sur l'IA qui combine plusieurs solutions Google Ads dans l'entonnoir pour relever ce défi.
- **Utilisation efficace de l'IA** : expertise dans l'orchestration des solutions propulsées par l'IA de Google afin qu'elles fonctionnent ensemble de manière coordonnée pour aller au-delà de ce que les approches plus traditionnelles ou à produit unique pourraient réaliser.
- **Résultats/incidence** : amélioration claire et crédible des résultats, y compris des gains importants en matière d'ICP et des signes visibles que cette approche axée sur l'IA a eu une incidence qui aurait été difficile à avoir avec des stratégies classiques.

8.3.2 Prix Impact créatif

- Vous ne devez pas dépasser le nombre de caractères indiqué ci-dessous dans chacune des sections suivantes pour expliquer pourquoi vous devriez remporter le prix en question :
 - **Défi** : en 50 à 150 mots : décrivez l'objectif principal de la campagne de votre client et les statistiques clés qui ont façonné votre approche créative.
 - **Approche** : en 50 à 400 mots : décrivez votre concept et votre stratégie de création. Comment avez-vous utilisé les solutions et les formats Google Ads propulsés par l'IA pour les concrétiser?
 - **Résultats/incidence** : en 50 à 250 mots : décrivez l'incidence de la stratégie de création, en soulignant ce qui en a fait une campagne exceptionnelle digne du prix Impact créatif. Incluez des mesures clés qui démontrent des gains mesurables en matière d'incidence sur le public (c.-à-d. la portée et l'intérêt) et une amélioration importante des résultats commerciaux pour votre client.
- Les participations pour cette catégorie seront évaluées selon les critères suivants :
 - **Utilisation du produit** : utilisation démontrée des produits et des formats Google Ads et YouTube suivants, notamment :
 - Performance Max, la génération de la demande, les campagnes vidéo axées sur les clients potentiels, les annonces graphiques Google, etc.
 - **Résolution de problèmes/stratégie** : un objectif de campagne clair et une idée ou un défi créatif, ainsi qu'une stratégie de création cohérente conçue pour y répondre pour le public cible sur les formats et les canaux pertinents.
 - **Utilisation efficace de l'IA** : expertise dans l'exploitation des solutions propulsées par l'IA de Google pour améliorer le processus créatif, générer des idées novatrices et produire du contenu de haute qualité sur Google et YouTube.
 - **Résultats/incidence** : amélioration claire et crédible des résultats, y compris des gains mesurables en matière d'incidence sur le public (p. ex. la portée et l'intérêt) et une amélioration importante des résultats commerciaux.

8.3.3 Prix Innovation en matière de données

- Vous ne devez pas dépasser le nombre de caractères indiqué ci-dessous dans chacune des sections suivantes pour expliquer pourquoi vous devriez remporter le prix en question :
 - **Défi** : en 50 à 150 mots : décrivez l'objectif de la campagne, le principal défi et le point de départ pour la mesure et la définition du public.
 - **Approche** : en 50 à 400 mots : décrivez la stratégie de mesure pour votre client. Comment avez-vous tiré parti des statistiques issues des solutions de mesure

propulsées par l'IA de Google Ads pour orienter votre stratégie de campagne et optimiser vos performances?

- **Résultats/incidence** : en 50 à 250 mots : décrivez l'incidence de votre stratégie de données propulsée par l'IA, en soulignant ce qui en a fait une campagne exceptionnelle digne du prix Innovation en matière de données. Incluez toutes les mesures qui démontrent des améliorations mesurables par rapport aux ICP commerciaux, y compris l'augmentation de la valeur client et de la qualité.
- Les participations pour cette catégorie seront évaluées selon les critères suivants :
 - **Utilisation du produit** : utilisation démontrée des produits Google Ads suivants, notamment :
 - Le suivi avancé des conversions pour les clients potentiels, la passerelle de balise Google, le ciblage par liste de clients et Google Analytics
 - **Résolution de problèmes/stratégie** : un objectif d'affaires clair et un défi en matière de données/mesures, ainsi qu'une stratégie de données cohérente conçue pour relever le défi et mieux soutenir l'optimisation
 - **Utilisation efficace de l'IA** : expertise dans l'exploitation des solutions propulsées par l'IA de Google pour améliorer les capacités de mesure et extraire des statistiques plus approfondies à partir des données de campagne
 - **Résultats/incidence** : amélioration claire et crédible des résultats, y compris des améliorations démontrées des performances sur les ICP et des signes visibles d'une meilleure valeur et qualité pour les clients

8.3.4 Prix Croissance internationale

- Vous ne devez pas dépasser le nombre de caractères indiqué ci-dessous dans chacune des sections suivantes pour expliquer pourquoi vous devriez remporter le prix en question :
 - **Défi** : en 50 à 150 mots : décrivez l'objectif principal de l'expansion internationale de la campagne de votre client. Quelles ont été les statistiques clés qui vous ont conduit à cibler de nouveaux marchés?
 - **Approche** : en 50 à 400 mots : décrivez votre stratégie globale pour pénétrer de nouveaux marchés et développer l'entreprise dans de nouveaux pays ou régions. Comment avez-vous utilisé les solutions Google Ads pour soutenir la croissance de votre client?
 - **Résultats/incidence** : en 50 à 250 mots : décrivez l'incidence de votre stratégie de développement à l'étranger pour l'entreprise de votre client, en soulignant ce qui en a fait une campagne exceptionnelle digne du prix Croissance internationale. Incluez des mesures clés qui démontrent un renforcement visible de la présence sur le marché et une croissance de la clientèle dans de nouveaux pays ou de nouvelles régions (c.-à-d. une croissance démontrée des performances à l'exportation).
- Les participations pour cette catégorie seront évaluées selon les critères suivants :
 - **Utilisation du produit** : utilisation démontrée d'une combinaison de solutions Google Ads propulsées par l'IA.
 - **Résolution de problèmes/stratégie** : un objectif clair de croissance internationale et un défi d'expansion, ainsi qu'une stratégie cohérente de pénétration du marché et d'expansion conçue pour développer les exportations et établir une présence durable dans de nouveaux pays ou de nouvelles régions.
 - **Utilisation efficace de l'IA** : expertise dans l'exploitation des solutions propulsées par l'IA de Google pour cibler, atteindre et développer des clients à fort potentiel sur les marchés tout en optimisant la croissance et l'efficacité des exportations.
 - **Résultats/incidence** : amélioration claire et crédible des résultats, y compris une

croissance démontrée des performances en matière d'exportations et un renforcement visible de la présence sur le marché et de l'adoption par les clients dans de nouveaux pays ou de nouvelles régions.

8.3.5 Prix Réussite médiatique

- Vous ne devez pas dépasser le nombre de caractères indiqué ci-dessous dans chacune des sections suivantes pour expliquer pourquoi vous devriez remporter le prix en question :
 - **Défi** : en 50 à 150 mots : décrivez l'objectif de la campagne de votre client et le principal défi que vous cherchiez à relever.
 - **Approche** : en 50 à 400 mots : décrivez la stratégie média de votre client. Comment avez-vous tiré parti des solutions propulsées par l'IA pour identifier le public cible de votre client et susciter son intérêt aux moments les plus critiques de son parcours client?
 - **Résultats/incidence** : en 50 à 250 mots : décrivez l'incidence de votre stratégie média, en soulignant ce qui en a fait une campagne exceptionnelle digne du prix Réussite médiatique. Incluez les mesures clés qui démontrent les améliorations apportées aux principaux ICP médiatiques et commerciaux, notamment l'augmentation de la portée, de la pertinence et / ou de la valeur client.
- Les participations pour cette catégorie seront évaluées selon les critères suivants :
 - **Utilisation du produit** : utilisation démontrée des produits Google Ads suivants, notamment :
 - AI Max pour les campagnes dans Recherche, Performance Max, la génération de la demande, Web to App Connect, etc.
 - **Résolution de problèmes/stratégie** : un objectif d'affaires et un défi médiatique clairs ainsi qu'une stratégie média cohérente de l'entonnoir complet conçue pour relever le défi en atteignant les bons publics sur tous les canaux.
 - **Utilisation efficace de l'IA** : expertise dans l'exploitation des solutions d'IA de Google pour offrir des expériences d'annonces précisément ciblées et personnalisées sur plusieurs canaux.
 - **Résultats/incidence** : amélioration claire et crédible des résultats, y compris des améliorations démontrées des principaux ICP médiatiques et commerciaux, et des signes visibles d'une optimisation de la portée, de la pertinence et de la valeur client.

8.4 Pour tous les prix, le participant jugé comme ayant obtenu les meilleurs résultats dans l'ensemble des sections susmentionnés en ce qui concerne son territoire participant pertinent remportera un prix pour ce territoire participant, bien que Google puisse ne pas attribuer de récompense dans un territoire participant particulier si aucun participant de ce territoire participant n'atteint une performance suffisamment élevée. Pour plus de renseignements sur les procédures d'évaluation, consultez la section 8 (Évaluation). En cas de candidatures insuffisantes dans une catégorie particulière, nous nous réservons le droit de considérer les candidatures envoyées dans d'autres catégories comme des candidats potentiels à la reconnaissance et au prix dans la catégorie n'ayant pas suffisamment de participations.

9. LAURÉATS ET TROPHÉES. Le lauréat de chaque prix dans chaque catégorie recevra un trophée et sera invité à promouvoir son statut de lauréat du prix, pour le territoire participant pertinent dans lequel il a gagné, dans tout le matériel de vente et de marketing. Cela est assujéti (i) aux lignes directrices

d'utilisation de la marque Google qui lui seront fournies et (ii) à l'approbation préalable et écrite de Google concernant l'utilisation exacte. Pour figurer dans tout matériel de marketing de 2026, vous devez rester une agence profitant du soutien d'une équipe de ventes avec un identifiant de compte administrateur Google Ads (MC) valide au moins jusqu'au 31 décembre 2026. La valeur au détail approximative du prix est indéterminée (la valeur du prix découle en partie de la valeur de la reconnaissance du statut de lauréat).

10. CONDITIONS GÉNÉRALES. Google se réserve le droit de disqualifier tout participant du concours si, à la seule discrétion de Google, le participant n'a pas respecté le présent règlement; si le participant a tenté de nuire au fonctionnement légitime du concours en trichant, en utilisant la tromperie ou d'autres manœuvres déloyales; si le participant importune, maltraite, menace ou harcèle d'autres participants, Google ou l'un des membres du jury; ou si la conduite du participant est contraire à l'esprit ou à l'intention du concours. Avant d'être déclaré lauréat confirmé, chaque lauréat potentiel peut être tenu de signer et de retourner une déclaration d'admissibilité et de responsabilité ainsi qu'une autorisation de marketing, et de fournir tout renseignement supplémentaire qui pourrait être requis par le commanditaire.

11. CONFIDENTIALITÉ :

11.1 Les participants acceptent et garantissent en outre qu'ils autoriseront uniquement les employés de leur agence ou les délégués désignés au nom de l'agence à participer à tout événement lié au programme de prix ou à toute activité connexe, y compris, sans s'y limiter, les sommets, les panels et les autres événements organisés par Google en lien avec les Google Ads Impact Awards, à condition que ce délégué accepte également que ses données personnelles, y compris, sans s'y limiter, le nom, l'adresse postale, le numéro de téléphone et l'adresse courriel (« données personnelles »), puissent être collectées, traitées, stockées et utilisées d'une autre manière aux fins de la tenue et de l'administration du concours. Ces données peuvent également être utilisées par Google pour vérifier l'identité, l'adresse postale et le numéro de téléphone d'un participant si celui-ci est admissible à un prix applicable, ainsi que pour remettre le ou les prix applicables. Tous les renseignements personnels collectés auprès du participant sont assujettis à la politique de confidentialité de Google, qui se trouve à l'adresse <https://www.google.com/policies/privacy/>.

11.2 Vous garantissez, en ce qui concerne les données personnelles que vous collectez auprès de vos clients annonceurs et qui sont utilisées dans le cadre du concours (que ce soit dans les participations ou dans les études de cas), que ces données personnelles ont été collectées conformément à l'ensemble des lois, directives, réglementations et règles relatives à la confidentialité ainsi qu'à la sécurité et à la protection des données dans tout territoire de compétence qui s'applique à vous ou à vos clients annonceurs, et que ces clients annonceurs ont donné leur consentement pour permettre à Google d'utiliser leurs données personnelles dans les études de cas du concours et pour communiquer directement avec eux pour des entrevues, pour obtenir l'autorisation d'utiliser les études de cas et pour les inviter à participer à des événements. Lorsque vous demandez le consentement, vous devez conserver des enregistrements du consentement donné par votre client annonceur et fournir à ce dernier des instructions claires pour la révocation du consentement. Si vous ne respectez pas cette exigence, nous pouvons suspendre ou mettre fin à votre participation au concours.

12. PUBLICITÉ ET LICENCE. En acceptant de recevoir un prix, le participant donne l'autorisation à Google et à ses agences d'utiliser son nom ou son image (et déclare que ses délégués participant à toute activité ou à tout événement lié aux Google Ads Impact Awards ou en découlant acceptent également une telle utilisation de leur nom ou de leur image et signeront une décharge si Google l'exige), le nom de son entreprise et son site Web à des fins publicitaires et promotionnelles sans compensation supplémentaire. En participant au concours, le participant accorde à Google, à ses filiales, à ses agents et à ses entreprises partenaires une licence mondiale, libre de redevances et non exclusive pour utiliser, reproduire, adapter, modifier, publier, distribuer, exécuter publiquement, créer une œuvre dérivée et afficher publiquement toutes les participations au concours et tout matériel d'accompagnement (y compris, mais sans s'y limiter, le nom, le logo, les images connexes et les autres caractéristiques de la marque du participant) pendant la période maximale autorisée par la loi (sous toutes les formes dans lesquelles ils peuvent être exprimés, y compris, mais sans s'y limiter, le format papier et le format électronique) : (1) afin de permettre à Google et aux membres du jury d'évaluer la participation dans le cadre du concours, et (2) afin de présenter les expériences des lauréats qui seront diffusées en ligne. Le participant autorise Google à utiliser les données et les expériences en ligne communiquées par le participant dans les documents de marketing de Google.

13. GARANTIE ET INDEMNISATION : Dans les limites prévues par la loi, chaque participant indemnise et accepte de défendre, de dégager de toute responsabilité et de maintenir indemnisés Google et Accenture PLC, ainsi que leurs sociétés affiliées, leurs administrateurs, leurs dirigeants et leurs employés respectifs, en tout temps, contre toute perte, responsabilité, dommage, coût, frais (y compris les frais d'avocat raisonnables) et dépenses liés à toute allégation, réclamation, action, poursuite ou procédure découlant de ce qui suit ou s'y rapportant : (a) tout acte, défaut ou omission du participant ou toute violation de la garantie énoncée dans le présent règlement; (b) toute déclaration trompeuse faite par le participant en lien avec le concours; (c) tout non-respect du présent règlement par le participant; (d) les réclamations déposées par des personnes ou des entités autres que les parties au présent règlement découlant de la participation du participant au concours ou s'y rapportant; (e) l'acceptation, la possession, la mauvaise utilisation ou l'utilisation de tout prix ou la participation à toute activité liée au concours ou la participation à ce concours; (f) toute erreur dans la collecte, le traitement ou la conservation des renseignements relatifs à la participation; ou (g) toute erreur typographique ou autre dans l'impression, l'offre ou l'annonce de tout prix ou de tout lauréat.

14. ÉLIMINATION : Toute fausse information fournie par un participant dans le cadre du concours concernant son identité, son adresse postale, son numéro de téléphone, son adresse courriel, la propriété du droit ou le non-respect du présent règlement ou autre peut entraîner l'élimination immédiate du participant du concours, en plus de tout autre recours applicable.

15. INTERNET : Dans les limites prévues par la loi, Google n'est pas responsable du mauvais fonctionnement des outils ou des fonctions de Google Ads ou de Google Marketing Platform, ni des participations tardives, perdues, endommagées, mal acheminées, incomplètes, illisibles, non livrables ou détruites en raison d'erreurs de système, de défaillances de transmission informatique ou de télécommunication, de défaillances matérielles ou logicielles de toute nature, de connexions réseau perdues ou indisponibles, d'erreurs typographiques ou d'erreurs et de défaillances de système ou humaines, de défaillances techniques de tout réseau ou ligne téléphonique, de connexions par câble, de transmissions par satellite, de serveurs ou de fournisseurs, ou d'équipement informatique, de la

congestion du trafic sur Internet ou sur le site Google Ads, ou de toute combinaison de ces éléments, y compris d'autres défaillances de télécommunication, de câble, numériques ou par satellite qui peuvent limiter la capacité d'un participant à participer.

16. DROIT D'ANNULATION. DE MODIFICATION OU DE DISQUALIFICATION : Si, pour une raison quelconque, le concours (ou une partie de celui-ci) ne peut pas se dérouler comme prévu, y compris en cas d'infection par un virus informatique, de bogue, d'altération, d'intervention non autorisée, de fraude, de défaillance technique ou de toute autre cause qui corrompt ou compromet l'administration, la sécurité, l'équité, l'intégrité ou le bon déroulement du concours, Google se réserve le droit, à sa seule discrétion, d'annuler, d'interrompre, de modifier ou de suspendre le concours. Google se réserve également le droit de disqualifier tout participant qui manipule le processus de soumission ou toute autre partie du concours. Toute tentative par un participant d'endommager délibérément un site Web pertinent ou de nuire au fonctionnement légitime du concours peut constituer une violation des lois criminelles et civiles. Si une telle tentative est faite, Google se réserve le droit de réclamer des dommages-intérêts à ce participant dans la pleine mesure permise par la loi applicable. Google se réserve le droit de disqualifier tout participant qui, selon elle, a enfreint les conditions générales de son contrat avec Google en tant que membre du programme Google Partners.

17. NE CONSTITUE PAS UNE OFFRE D'EMPLOI OU UN CONTRAT : En aucun cas, l'envoi d'un formulaire de participation, la remise d'un prix ou toute autre disposition du présent règlement ne doivent être interprétés comme une offre ou un contrat d'emploi avec Google. Vous reconnaissez avoir participé à ce concours de votre plein gré, et non en toute confidentialité. Vous reconnaissez qu'aucune relation confidentielle, fiduciaire, d'agence ou autre, ni aucun contrat implicite n'existe actuellement entre vous et Google ou les entités du concours, et qu'aucune relation de ce type n'est établie.

18. LÉGISLATION APPLICABLE ET TERRITOIRE DE COMPÉTENCE :

18.1 Pour tous les participants situés dans les territoires participants autres que la région de l'EMA : Dans la pleine mesure permise par la loi applicable, le présent règlement et le concours seront régis et interprétés en vertu des lois de l'État de Californie, sans référence à ses principes de conflit de lois. En cas de conflit entre les lois, les règles et les réglementations étrangères et les lois, les règles et les réglementations de la Californie, les lois, les règles et les réglementations de la Californie prévaudront et s'appliqueront. Dans la pleine mesure permise par la loi applicable, Google et tous les participants en vertu de la présente section 18.3 acceptent de se soumettre à la compétence exclusive et personnelle des tribunaux situés dans le comté de Santa Clara, en Californie.

19 LANGUE : En cas de divergence ou d'incohérence entre les conditions du présent règlement en français et tout document connexe (y compris, sans s'y limiter, le site Web, les traductions non anglaises du présent règlement, le point de vente, la publicité télévisée, imprimée ou en ligne, les instructions ou les interprétations du présent règlement fournies par un employé ou un autre représentant de Google), les conditions du règlement en anglais prévaudront et s'appliqueront dans toute la mesure permise par la loi.