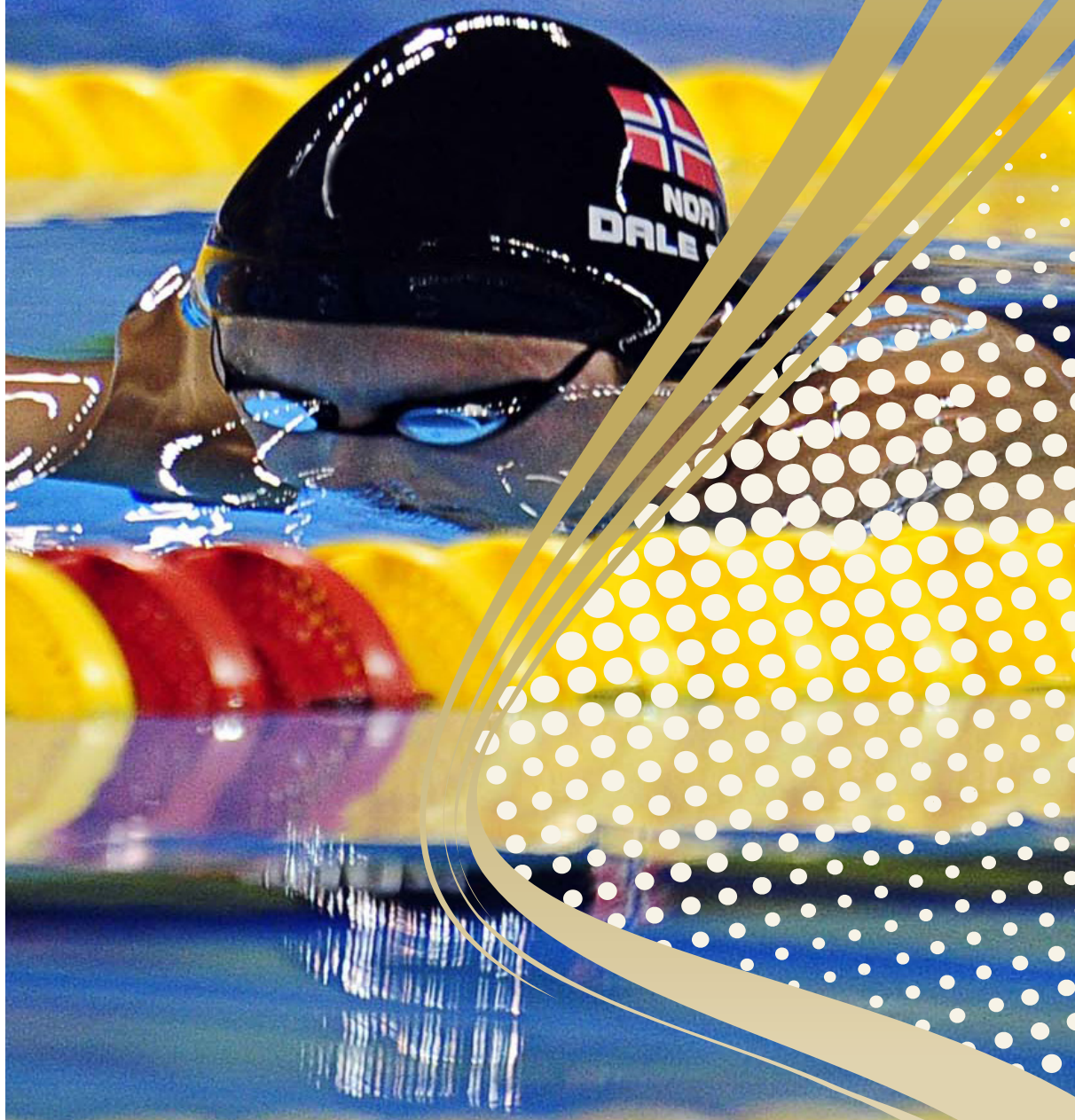


NORGES
IDRETTSFORBUND



REKLAMEREGLEMENT FOR OL I LONDON 2012



INNHOLDFORTEGNELSE

1. Hvem bør kjenne til reglene?	3
2. Hvilke rettigheter har NIF/IOC?	3
3. Hvilke regler gjelder under OL i London 2012?	4
3.1 OL-perioden	4
3.2 Bare olympiske sponsorer har rettigheter i OL-perioden	4
3.3 Andre sponsorer kan ikke benytte utøvere i reklame i OL-perioden	4
3.4 Reklame på utøvernes antrekk er forbudt i OL-perioden	5
3.5 Reklame på utøvernes hjemmesider er forbudt i OL-perioden	5
3.6 Bruk av sosiale medier	5
4. Hva skjer ved brudd på reklamereglene?	5
4.1 Utøveren kan bli diskvalifisert	5
4.2 Annen rettslig forfølgning	5
5. Vedlegg 1 Bruk av bilder av utøvere under OL i London 2012	6
6. Vedlegg 2 IOCs retningslinjer vedrørende bruk av sosiale medier, blogging og internett for deltakere og andre akkrediterte personer under OL i London 2012	8

REGLER FOR REKLAME/MARKEDSFØRING OG BRUK AV SOSIALE MEDIER UNDER OL I LONDON 2012

Den internasjonale olympiske komité (IOC) og Norges idrettsforbunds (NIF) og har egne regler om reklame/markedsføring og bruk av sosiale medier i forbindelse med OL i London 2012.

1. Hvem bør kjenne til reglene?

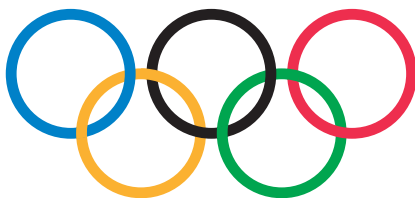
- Utøvere som skal delta i OL
- Utøvernes særforbund
- Akkreditert personell (som trenere og ledere)
- Sponsorene til NIF/Olympiatoppen.
- Sponsorene til særforbund og utøvere
- Andre aktører innen idretten.

Regelverket griper ikke inn i mediernes redaksjonelle frihet til å omtale resultater, prestasjoner osv. fra OL.

Særforbund bør videreformidle informasjon om reglene til alle som kan tenkes å bli berørt av reglene. Dette bør gjøres så tidlig som mulig, for å hindre planlagte markedtiltak som kan være i strid med reglene. Særforbundene bør uansett kontakte NIF for avklaring så tidlig som mulig når det planlegges reklamekampanjer i forkant av eller under OL. For kontaktpersoner i NIF, se baksiden av heftet.

2. Hvilke rettigheter har NIF/IOC?

IOC eier alle rettighetene knyttet til OL, som f.eks. tv-rettigheter, varemerkerettigheter og muligheten til å benytte utøvere (herunder også ledere, støttepersonell, funksjonærer mv) i kommersiell sammenheng. NIF er en nasjonal olympisk komité, og har etter avtale med IOC også visse rettigheter til de olympiske leker og olympiske varemerker/logoer. **Ingen kan utnytte rettigheter knyttet til OL eller til olympiske varemerker/logoer** uten at det foreligger samtykke fra IOC eller NIF. Slike rettigheter omfatter for eksempel følgende varemerker/logoer:



3. Hvilke regler gjelder under OL i London 2012

3.1 OL-perioden

Reglene for reklame og markedsføring (punkt 3.2 – 3.5) gjelder i perioden ni dager før åpningsseremonien til tre dager etter avslutningsseremonien, dvs. **fra og med 18. juli 2012 til og med 15. august 2012.**

Reglene for bruk av sosiale medier (vedlegg 2) gjelder i perioden **fra og med 16. juli 2012 til og med 15. august 2012.**

3.2 Bare olympiske sponsorer har rettigheter i OL-perioden

Bare de **olympiske sponsorer, dvs. foretak som har inngått avtale med IOC/NIF**, har rett til å benytte og utnytte de olympiske rettighetene som logo og emblem.

En **oversikt over nåværende olympiske sponsorer** finnes på baksiden av heftet.

For at en olympisk sponsor skal kunne benytte en deltakende utøver i sin markedsføring i OL-perioden, må sponsoren i tillegg til avtale med IOC/NIF, ha inngått en særskilt **avtale med utøveren og utøverens særforbund**. Gjelder det markedsføring i utlandet må det også innhentes samtykke fra de(n) aktuelle nasjonale olympiske komite(er). I tillegg må markedsføringen være av **generell karakter**, dvs. at det ikke kan utformes kampanjer som er relatert til utøvernes prestasjoner eller deltakelse under de olympiske leker (med visse unntak), eller hvor sponsorens produkter knyttes opp mot utøvernes idrettslige prestasjoner.

Eksempel:

Et eksempel på markedsføring av generell karakter er et kredittkortselskap (olympisk sponsor) som markedsfører at en utøver benytter selskapets kredittkort. En ulovlig markedsføring vil f.eks. foreligge dersom en leverandør (olympisk sponsor) av sportsutstyr, annonserer at en utøver benytter leverandørens utstyr under OL.

De olympiske sponsorene kan også bruke såkalt **gratulasjonsreklame** der den aktuelle utøveren gratuleres for sin prestasjon under OL.

3.3 Andre sponsorer kan ikke benytte utøvere i reklame i OL-perioden

Andre sponsorer som har avtale med særforbund og/eller utøvere må **stoppe all reklame og alle annonser** med deltakende utøvere i OL-perioden. Magasiner, aviser

m.m. som inneholder utøverreklame kan ikke selges i den aktuelle perioden og må inndras fra markedet. Det er salgstidspunktet, og ikke publiseringstidspunktet som er avgjørende. Dette gjelder også reklame på tv, kino, radio og Internett.

3.4 Reklame på utøvernes antrekk er forbudt i OL-perioden

All reklame på utøvernes antrekk er forbudt. Dette gjelder for eksempel **konkurransen-, fritids-, trenings- og seremoniantrekk og alt idrettsutstyr** utøverne benytter.

Produktmerking er imidlertid tillatt, forutsatt at størrelsen på og omfanget av produktmerkingen følger IOCs særskilte regler for dette. Ovennevnte regler gjelder også ved fremtreden i media. Intervjuer med utøvere gjort før de olympiske leker der utøver(e) opptrer med reklame på klær og utstyr, kan kun benyttes som redaksjonelt stoff i OL-perioden.

3.5 Reklame på utøvernes hjemmesider er forbudt i OL-perioden

Utøvere med egne **hjemmesider** kan ikke ha reklame på sine hjemmesider i OL-perioden. Reklame for olympiske sponsorer, jfr. punkt 3.2, omfattes imidlertid ikke av forbudet..

3.6 Bruk av sosiale medier

For bruk av blogg, twitring, posting og fotografier, samt video og lyd gjelder særlige regler. Disse finner man i vedlegg 2.

4 Hva skjer ved brudd på IOCs regler?

4.1 Utøveren kan bli diskvalifisert

Dersom en deltakende utøver på ureglementert vis benyttes i reklame i OL-perioden, kan utøveren bli gjenstand for ulike sanksjoner, herunder bli diskvalifisert fra OL. En ureglementert utøverreklame kan derfor få store konsekvenser for utøveren. Dette forsterkes ytterligere gjennom den «badwill» avsenderen av reklamen vil få, særlig dersom markedsføringen medfører at utøveren blir diskvalifisert.

4.2 Annen rettslig forfølgning

Dersom en aktør urettmessig utnytter NIFs eller IOCs varemerkebeskyttede rettigheter som logoer/emblem m.v., vil NIF/IOC kunne ta rettslige skritt, og blant annet kreve erstatning. Det samme vil utøvere kunne gjøre dersom deres rettigheter som f.eks. navn og/eller bilde misbrukes i reklamesammenheng.

Bruk av bilder av utøvere under OL i London 2012

I henhold til det olympiske charteret og instruksjer gitt fra IOC vil følgende regler, komme til anvendelse med hensyn til bruk av bilder av utøvere, trener, leder eller funksjonær (heretter kalt ”deltakere”), under OL i London 2012.

§ 40, nr. 3 i det olympiske charteret angir at:

Ingen utøver, leder, trener eller funksjonær som deltar i de olympiske leker kan la sin person, navn, bilde eller sportslige prestasjoner bli benyttet i reklamesammenheng under de olympiske leker uten etter tillatelse fra IOCs styre.

IOC har akseptert følgende unntak og vilkår:

1. Olympiske sponsorer og innehavere av kringkastingsrettigheter

1.1 Den nasjonale olympiske komité (NOK) sponsorer kan etter tillatelse fra NOK, og kun i samsvar med tillatt kommunikasjonsform (som beskrevet i pkt. 2 nedenfor), benytte bilder av utøver eller OL-troppen innenfor det territorium hvor det er sponsor for NOK.

I vertslandet for de olympiske leker, skal London Organising Committee of the Olympic Games (”LOCOG”) fungere som NOK hva gjelder de forhold som faller inn under denne bestemmelsen.

1.2 TOP-partnere kan etter tillatelse fra IOC og i kraft av å være partner til hver NOKs OL-tropp, og kun i samsvar med tillatt kommunikasjonsform (som beskrevet i pkt. 2 nedenfor), bruke bilde av en utøver eller OL-troppen i flere territorier.

1.3 Innehavere av kringkastingsrettigheter kan etter tillatelse fra IOC, og da kun i samsvar med tillatt kommunikasjon (som beskrevet i pkt. 2 nedenfor), bruke bilde av en utøver innenfor det territoriet rettighetshaveren har fått tildelt kringkastingsrettigheter.

2. Tillatt kommunikasjon

2.1 Tillatt kommunikasjon omfatter (i) ytringer med uttrykk for støtte og oppmuntring av en deltaker eller OL-troppen i forbindelse med deres deltakelse i de olympiske leker (ii) gratulasjoner til en utøver eller OL-troppen for prestasjoner i de olympiske leker og (iii) andre former for olympisk-relatert kommunikasjon som oppfyller alle kravene angitt nedenfor.

2.2 Kommunikasjon skal under ingen omstendighet:

2.2.1 Verken ved tekst eller visuelle effekter referere til direkte bruk av noe produkt eller tjeneste som forbedrer ytelsen ved trening eller konkurranse innen idrett (dette inkluderer tekst referanser slik som ”offisielt produkt” av utøveren eller laget), eller

2.2.2 ha sammenheng med utøverens innsats ved de olympiske leker i London 2012 eller ved andre olympiske leker, med unntak av gratulasjonsmeldinger.

2.3 Utøverens olympiske prestasjoner kan bare brukes ved en gjengivelse av fakta (for eksempel olympisk gullmedaljevinner 2008), under forutsetning av at slik gjengivelse fremstår som en tilleggsopplysning og ikke på en måte som tiltrekker spesiell oppmerksomhet rundt dette.

2.4 Deltakere skal være kledd enten (i) i sitt offisielle OL-antrekk (ii) tidligere offisielle OL-antrekk (iii) i generisk, umerket antrekk, eller (iv) i klær merket i henhold til § 50 i IOCs charter med tilhørende retningslinjer fra IOC.

2.5 NOK er ansvarlig for å kommunisere og implementere de regler som gjelder for sine sponsorer angitt i disse bestemmelsene.

I tillegg skal overholdelse av § 40 i IOCs charter hva gjelder enheter som ikke er angitt i punkt 1 ovenfor, inkludert produsenter av sportsartikler, overvåkes og håndheves av NOK’ene.

I den forbindelse skal NOK’ene, i den grad det er påkrevet, overholde og følge lover og regler i sine territorier.

3. Deltakerens individuelle rettigheter

Ved bruk av deltakerens bilde, navn eller andre kjennetegn må deltakerens personlige rettigheter, herunder kravet om deltakerens uttrykkelige, forutgående og skriftlige samtykke, alltid respekteres.

IOCs retningslinjer vedrørende bruk av Sosiale Medier, Blogging og Internett for deltakere og andre akkrediterte personer under OL i London 2012

1. Introduksjon

IOC oppmuntrer til og støtter utøveres og andre akkrediterte personers deltagelse i sosiale medier, herunder å "poste", "blogge" og "tweete" om sine opplevelser under OL. Slike aktiviteter må imidlertid respektere det olympiske charteret og være i tråd med de følgende retningslinjene. På generelt grunnlag oppmuntrer IOC til all form for bruk av sosiale medier og blogging under OL, så lenge det ikke er i kommersiell- og/eller reklamesammenheng, og så lenge det ikke skaper uautoriserte assosiasjoner mellom en tredjepart og IOC, OL eller den Olympiske Bevegelse.

Ord og uttrykk brukt i retningslinjene er forklart under punktet Definisjoner i slutten av vedlegget.

Retningslinjene gjelder for deltaker og andre akkrediterte personer i OL-perioden.

2. Posting, Blogging og "Tweeting"

IOC oppmuntrer deltakere og andre akkrediterte personer til å poste kommentarer på sosiale medieplattformer eller nettsider samt å "tweete" under OL, og det er helt akseptabelt for en deltaker eller en annen akkreditert person å legge ut en personlig post, blogg eller "tweet". Alle slike postede kommentarer, blogger og "tweets" må imidlertid være i jeg-form, i dagbokformat, og ikke fremtre som en form for journalistikk. For eksempel må kommentarene, bloggene eller "tweetene" ikke rapportere fra konkurranser eller inneholde historier om andre deltakere eller andre akkrediterte personer, eller røpe informasjon som er konfidensiell eller privat i relasjon til en annen person eller organisasjon. En "tweet" defineres i denne sammenheng som en kort blogg og de samme retningslinjer gjelder for den når det gjelder jeg-form og dagbokformat.

I alle tilfeller skal postingene, bloggene og "tweetene" til enhver tid være i overensstemmelse med den olympiske ånd og de grunnleggende olympiske prinsippene som er angitt i det Olympiske Charteret, samt fremstå med ærverdighet og smakfullhet, og ikke inneholde vulgære eller uanstendige ord og illustrasjoner.

3. Fotografier

Deltakere og andre akkrediterte personer kan legge ut fotografier av seg selv tatt i Olympiske Anlegg til personlig bruk. Det er ikke tillatt å benytte fotografiene i kommersiell sammenheng, selge dem eller på annen måte distribuere fotografiene.

4. Video/lyd

Deltakere og andre akkrediterte personer kan ikke poste video- eller lydopptak fra arrangement, konkurranser eller andre aktiviteter som finner sted i Olympiske Anlegg. Video- og lydopptak må kun være til personlig bruk og må på ingen måte bli lastet opp og/eller delt i en posting, blogg eller "tweet", på noen sosial medieplattform eller på en nettside.

Video- og/eller lydopptak som er tatt uten for de Olympiske Anleggene er ikke omfattet av restriksjonene ovenfor.

5. Utøvere og andre akkrediterte personer som bor i OL-landsbyen

På grunn av det beskyttede miljøet i OL-landsbyen, gjelder mer restriktive retningslinjer for dette området: Enhver posting, blogg eller "tweet" må kun forekomme i en jeg-form og i dagbokformat. Fotografier av utøverne selv eller annen akkreditert person i OL-landsbyen kan postes, men dersom andre personer er synlige på fotografiet må vedkommende som poster bildet innhente forhåndssamtykke fra disse. Video tatt inne i boligområdet er kun til personlig bruk og kan ikke bli kringkastet, herunder bli lastet opp på nettsider eller andre sosiale medieplattformer.

6. Media

Akkreditert media kan fritt bruke sosiale medieplattformer til bona fide formål. Fotografier som er tatt av akkrediterte fotografer kan publiseres i redaksjonell sammenheng på sosiale medieplattformer i samsvar med de særskilte reglene som gjelder for fotografiene. De øvrige bestemmelsene i herværende retningslinjer gjelder tilsvarende.

7. Olympiske varemerker

Deltakere og andre akkrediterte personer kan ikke benytte det olympiske symbol, dvs. de fem sammenflettede ringene som er IOC sin eiendom, i sine postinger, blogger, på noen sosiale medieplattformer eller nettsider. Deltakere og andre akkrediterte personer kan bruke ordet "Olympisk" og andre ord beslektet med "Olympisk" i deres postinger, blogger, "tweets", i sosiale medieplattformer eller på sine nettsider som en faktisk referanse, såfremt ordet "Olympisk" og andre ord beslektet med "Olympisk" ikke gir assosiasjoner til tredjepart eller tredjeparts produkter eller tjenester. Videre kan deltakere eller akkrediterte personer ikke benytte olympiske symboler som NOC og/eller LOCOG sine emblemer eller maskotter i sine postinger, blogger, "tweets" eller på sosiale medieplattformer eller nettside, med mindre de innehar skriftlig forutgående samtykke fra det aktuelle NOC eller LOCOG.

8. Reklame og sponsorater

Deltakere og andre akkrediterte personer kan ikke promotere en merkevare, produkt eller tjeneste i en posting, blogg, "tweet" eller annen sosial mediekanal eller på en nettside. Deltakere og andre akkrediterte personer kan ikke inngå eksklusive avtaler med noe selskap i tilknytning til posting, blogging eller "tweets", i noen sosiale medieplattformer eller nettsider, men mindre forhåndssamtykke er innhentet fra det aktuelle NOC.

Sponsorater knyttet til Olympisk innhold (inkludert, men ikke begrenset til, kjennetegn, resultater og fotografier) er ikke tillatt, uten etter tillatelse fra IOC.

I tråd med § 40 i det Olympiske Charteret kan ingen utøver, leder, trener eller funksjonær som deltar i de olympiske leker gi tillatelse til at hans person, navn, bilde eller idrettsprestasjon blir brukt i markedsføringsøyemed, uten etter tillatelse fra IOCs styre.

9. Domenenavn/URL/navngiving av side

Domenenavn som inkluderer ordet "olympisk" ("olympic") eller "olympiade" ("olympics") eller lignende ord (eller på annet utenlandsk språk som betyr det samme) er ikke tillatt uten etter forutgående tillatelse fra IOC. For eksempel vil ikke [www.\[mittnavn\].olympic.com](http://www.[mittnavn].olympic.com) bli tillatt, mens [\[mittnavn\].com/olympisk](http://[mittnavn].com/olympisk) ([mittnavn].com/olympic) vil kunne bli tillatt, dog bare i OL-perioden hvor disse retningslinjene kommer til anvendelse. Likeledes kan deltakere eller andre akkrediterte personer ikke opprette frittstående nettsider med et olympisk tema, applikasjoner eller andre funksjoner som legger til rette for dekning fra de olympiske leker.

10. Lenker

IOC oppfordrer deltakere og andre akkrediterte personer til å ”lenke” sine blogger, nettsider eller andre sosiale medieplattformer til den offisielle nettsiden til den Olympiske bevegelse (www.olympic.org), den offisielle nettsiden til de Olympiske Leker (www.london2012.com) og den offisielle nettsiden til den relevante NOK'en.

11. Ansvar

Når deltakere og andre akkrediterte personer velger å offentliggjøre sine kommentarer, meninger og annet materiale i en posting, blogg eller ”tweet”, i en sosial medieplattform eller på en nettside, er de selv ansvarlige. De kan bli holdt personlig ansvarlig for enhver kommentar som anses som ærekrenkende, obskøn eller rettslig beskyttet. De skal ikke (i) trenge inn i privatlivet til deltakere eller andre akkrediterte personer eller foretak under OL uten samtykke fra disse, (ii) være egnet til å forstyrre organiseringen av konkurranser og OL-seremonier, eller med rollen og ansvaret for IOC, LOCOG eller andre enheter som tar del av organiseringen av de Olympiske Leker, (iii) bryte sikkerhetsforanstaltninger satt i verk for en sikker gjennomføring av de Olympiske leker. Oppsummert; Deltakere og andre akkrediterte personer poster sine meninger og annet materiale på egen risiko og de bør understreke at meningene som uttrykkes er deres egne.

12. Overvåkning

IOC vil fortsette med å overvåke olympisk ”online innhold” for å sikre at rettighetene til kringkastings- og sponsorrettighetsinnehaverne, samt det olympiske charteret blir overholdt. IOC ber om støtte fra alle deltakere og andre akkrediterte personer til å hindre enhver ”ambush marketing” aktivitet eller nettsider som oppfordrer til adferd som er støtende eller på annen måte kan ha negativ innvirkning på den ”goodwill” som assosieres med de olympiske leker eller den olympiske bevegelse. IOC ber om at deltakere og andre akkrediterte personer som avdekker uautorisert innhold umiddelbart rapporterer til **www.olympicgamesmonitoring.com**.

13. Overtredelser

Akkreditert organisasjon eller person ved de olympiske leker kan, etter IOCs beslutning, uten varsel bli fratatt sin akkreditering for å sikre overholdelse av disse retningslinjene. IOC forbeholder seg retten til å iverksette nødvendige tiltak hva gjelder overtredelse av disse retningslinjene, herunder å utstede et ”Ta ned varsel”, iverksette rettslige skritt med krav om erstatning, og illeggelse av andre sanksjoner.

Deltakere og andre akkrediterte personer kan også bli underlagt andre retningslinjer og sanksjoner i forbindelse med bruk av sosiale medier, blogging og internett fra sin NOK.

14. Endring/Tolkning

IOC forbeholder seg retten til å endre retningslinjene der det anses nødvendig. IOCs styre skal være øverste autoritet når det gjelder tolkning og implementering av retningslinjene. Ved eventuell motstrid mellom den engelske versjonen og NIFs oversettelse, skal den engelske versjonen gjelde.

15. Definisjoner

”De olympiske lekere varemerker” betyr det offisielle emblem, maskot, piktogram og andre identifikasjoner, betegnelser, logoer og insignier som identifiserer de olympiske leker, og som ikke inkluderer det Olympiske Symbol

”Retningslinjer” betyr IOCs retningslinjer vedrørende bruk av Sosiale Medier, Blogging og Internett for Deltakere og andre Akkrediterte Personer under OL i London 2012

”IBC” betyr International Broadcast Centre (Det internasjonale kringkastingssenteret)

”IOC” betyr den Internasjonale Olympiske Komité

”LOCOG” betyr Londons organisasjonskomité for de Olympiske og Paralympiske leker i 2012’

”MPC” betyr Main Press Centre (Pressens hovedsenter)

”NOK” betyr den Nasjonale Olympiske Komité

”De Olympiske Leker” betyr de Olympiske Leker i London 2012, som skal holdes fra 27. juli – 12. august 2012

”Olympiske Anlegg” skal inkludere alle anlegg som krever et olympisk akkrediteringskort eller billett for adgang, inkludert OL-landsbyen, landsbytorget, konkurransearenaene, treningsfasilitetene og den olympiske parks fellesområde

”Olympiske varemerker” betyr det Olympiske Symbol og de olympiske lekere varemerker

”Olympiske parks fellesområde” betyr det olympiske hovedområdet lokalisert i Øst-London som inneholder flere olympiske soner, inkludert OL-landsbyen, OL-stadion, svømmeanlegget, IBC, MPC og arenaene for flere andre olympiske grener

”Olympiske Symbol” betyr de fem kjedede ringene

”OL-perioden” betyr perioden fra åpningen av OL-landsbyen den 16. juli 2012 til stengingen av OL-landsbyen den 15. august 2012

”Ta ned varsel” betyr varsel som pålegger en deltaker eller andre akkrediterte personer eller en tredjeperson å ta ned en blogg helt eller delvis innen et angitt tidspunkt

”Village Square” betyr landsbytorget som grenser til, men som er separert fra beboelsessonen i OL-landsbyen, og som vil være arena for mange aktiviteter inkludert velkomstsereoni for lagene taken place. Very many of those who have been exposed to abuse from a person with whom they had a bond also experience great difficulties in trusting their own judgement. This can have fatal consequences in interaction with others, but also in other areas of life. For an athlete it may mean that one is unable to continue a sporting career.

Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komites samarbeidspartnere:



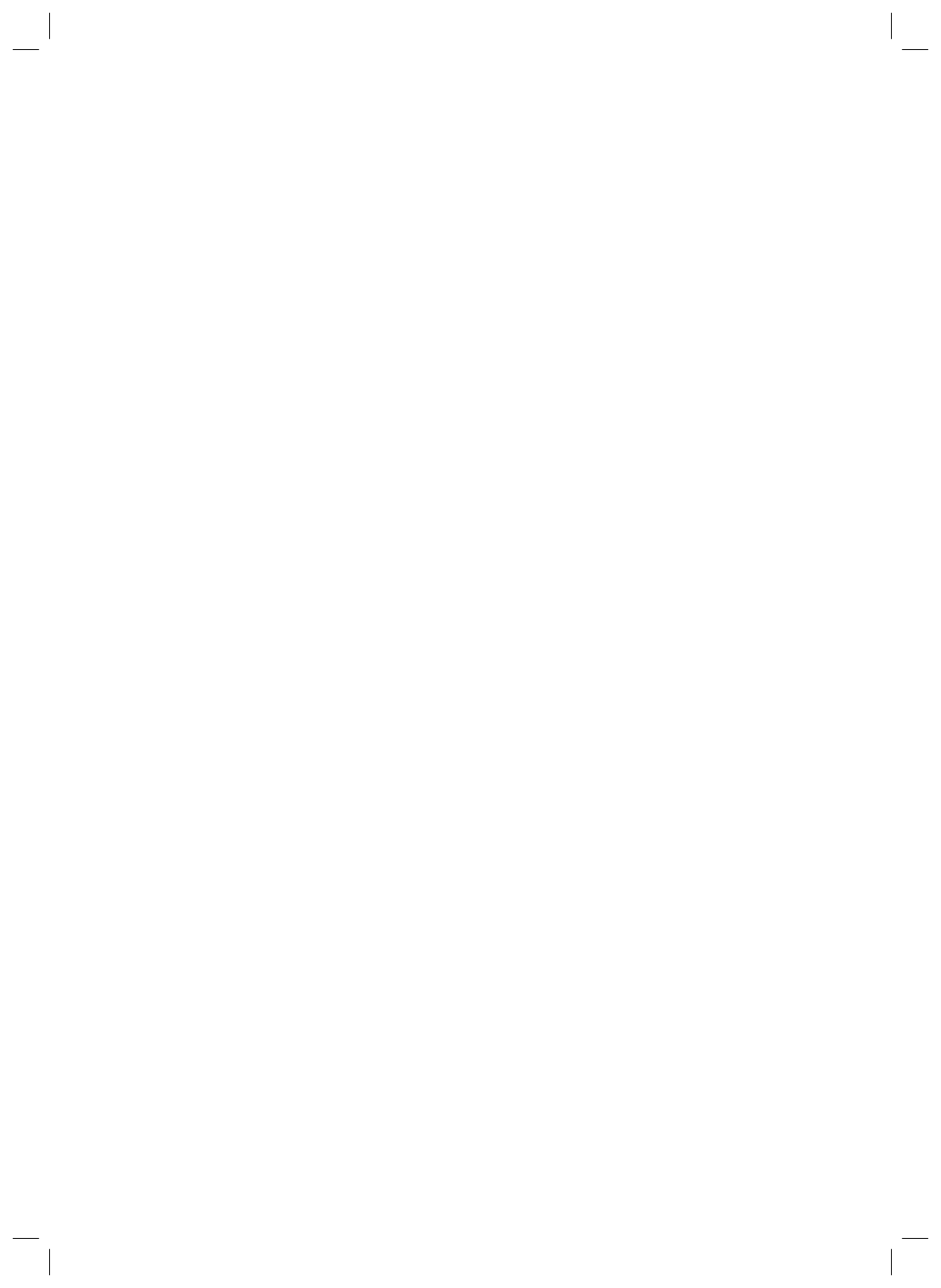
Leverandører:



Mediepartnere:

The Olympic Partner (TOP) Programme:





© Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité (NIF) 2011

Denne publikasjonen er omfattet av åndsverklovens bestemmelser. Uten særskilt avtale med Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité er enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring ikke tillatt. Utnyttelse i strid med lov eller avtale kan medføre erstatningsansvar og inndragning, og kan straffes med bøter eller fengsel.

Spørsmål om reklameregler i forbindelse med de olympiske leker kan rettes til:

Bente Bjørnstad – NIF / Markedsavdelingen
tlf. 21 02 90 46 / mobil 419 00 401
e-post: bente.bjornstad@idrettsforbundet.no