



Foto: Vidar Ruud, NTB scanpix

NORWAY



# TEAM NORWAY

## REKLAMEREGLEMENT

### RIO 2016

REKLAMEREGLER | RETNINGSLINJER FOR BRUK AV BILDER  
SOSIALE OG DIGITALE MEDIER

# INNHOOLD

<b>1.</b>	<b>INNLEDNING .....</b>	<b>4</b>
1.1	Reglene og retningslinjene gjelder for OL-perioden .....	4
1.2	Hvem omfattes av reglene og retningslinjene?.....	4
1.3	Hvem bør kjenne til reglene og retningslinjene? .....	4
1.4	Hva skjer ved brudd på IOCs/NIFs regler og retningslinjer? .....	5
<b>2.</b>	<b>REKLAMEREGLER .....</b>	<b>6</b>
2.1	IOC/NIF eier alle rettigheter under OL.....	6
2.2	Enkelte rettigheter i OL-perioden er forbeholdt olympiske sponsorer.....	7
2.3	Andre sponsorer kan i begrenset grad benytte deltakere i reklame i OL-perioden..	8
2.4	Reklame på deltakernes antrekk er forbudt i OL-perioden .....	9
2.5	Reklame på deltakernes hjemmesider i OL-perioden .....	9
<b>3.</b>	<b>IOCs RETNINGSLINJER FOR SOSIALE OG DIGITALE MEDIER .....</b>	<b>10</b>
3.1	Generelt.....	10
3.2	Foto, video og lyd .....	11
3.3	Olympiske symboler/varemerker.....	12
3.4	Reklame og sponsorater.....	12
3.5	Domenenavn/URL/navngiving av side.....	12
3.6	Media.....	13
3.7	Overholdelse av lover og tredjeparters rettigheter .....	13
3.8	Overtredelser .....	14
3.9	Endring og tolkning.....	14
<b>4.</b>	<b>VANLIG STILTE SPØRSMÅL .....</b>	<b>15</b>

# 1. INNLEDNING

Den internasjonale olympiske komité (IOC) har utarbeidet regler og retningslinjer for reklame/markedsføring og bruk av sosiale og digitale medier i forbindelse med OL i Rio i 2016. Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité (NIF) er, som nasjonal olympisk komité, IOCs forlengede arm i Norge, og har primæransvar for at reglene og retningslinjene overholdes på norsk territorium, samt å tilpasse disse til nasjonale forhold.

## 1.1 Reglene og retningslinjene gjelder for OL-perioden

Reglene for reklame/markedsføring gjelder i perioden ni dager før åpningsseremonien til tre dager etter avslutningsseremonien, dvs. **fra og med 27. juli 2016 til og med 24. august 2016**. Retningslinjene for bruk av sosiale og digitale medier gjelder i perioden fra åpningen av deltakerlandsbyen til lukkingen av deltakerlandsbyen, dvs. **fra og med 24. juli til og med 24. august 2016**.

## 1.2 Hvem omfattes av reglene og retningslinjene?

Reglene gjelder for alle som deltar i OL i Rio 2016, dvs utøvere, trenere, ledere og offisielle representanter samt andre akkrediterte personer, heretter kalt «deltaker(e)». Deltakerne er å anse som NIFs, og ikke særforbundenes, representanter under OL

## 1.3 Hvem bør kjenne til reglene og retningslinjene?

- 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

Særforbundene bør videreformidle informasjon om reglene til alle som kan tenkes å bli berørt. Dette bør gjøres så tidlig som mulig for å hindre planlagte markeditiltak 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.

Søknad om tillatelse til markedsføring i OL-perioden skal sendes elektronisk til NIFs markedsavdeling v/Bente Bjørnstad: [bente.bjornstad@idrettsforbundet.no](mailto:bente.bjornstad@idrettsforbundet.no) eller til NIFs juridiske avdeling v/advokat Tord Jordet: [tord.jordet@idrettsforbundet.no](mailto:tord.jordet@idrettsforbundet.no) **senest innen 1. april 2016**.

## 1.4 Hva skjer ved brudd på IOCs/NIFs regler/retningslinjer?

### Sanksjoner - Deltakeren kan bli diskvalifisert

Dersom en deltaker bryter IOCs regler og/eller retningslinjer eller på ureglementert vis benyttes i reklame/markedsføring i OL-perioden, kan Deltakeren bli sanksjonert på ulike måter, herunder bli diskvalifisert fra OL.

Det ovennevnte innebærer at en ureglementert utøverreklame i OL-perioden vil kunne få store negative konsekvenser for utøveren, noe som også vil innebære «badwill» for avsenderen av reklamen.

### 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 f.eks. deres navn og/eller bilde misbrukes i reklamesammenheng.

## 2. REKLAMEREGLER

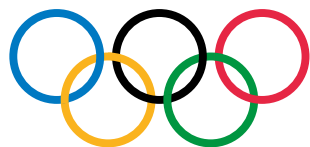
### 2.1 IOC/NIF eier alle rettighetene under OL

IOC eier alle rettighetene knyttet til OL, som f.eks. tv-rettigheter, varemerkerettigheter og retten 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:

Det olympiske symbol

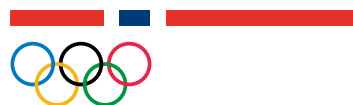


Organisasjonskomiteen

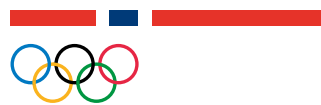


NIF

NORGES  
IDRETTSFORBUND



NORWAY



OLYMPIATOPPEN



Bruk av deltakere i kommersiell sammenheng i OL-perioden er regulert i § 40, nr. 3 i det olympiske charteret som sier følgende:

*Ingen utøver, leder, trener eller offisiell representant 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 vedtatt enkelte unntak fra denne bestemmelsen, jf. punktene 2.2 – 2.4 nedenfor.

### 2.2 Enkelte rettigheter i OL-perioden er forbeholdt olympiske sponsorer

Bare de **olympiske sponsorene, dvs. foretak som har inngått avtale med IOC/NIF**, har rett til å benytte og utnytte de olympiske rettigheter som f.eks. logo og emblem. I tillegg vil også innehaverne av kringkastingsrettighetene til OL i Rio 2016 inneha visse rettigheter.

En **oversikt over nåværende olympiske sponsorer** finnes bak i heftet.

For at en olympisk sponsor skal kunne benytte en deltaker i sin markedsføring i OL-perioden, må sponsoren i tillegg til avtale med IOC/NIF, ha inngått en særskilt **avtale med deltakeren og deltakerens særforbund**. Gjelder det markedsføring i utlandet må det også innhentes samtykke fra de(n) aktuelle nasjonale olympiske komite(er).

Markedsføringen kan kun i begrenset grad være knyttet opp mot utøverens deltakelse i eller prestasjoner under de olympiske leker, og den kan under enhver omstendighet ikke knytte sponsorens produkter opp mot utøverens idrettslige prestasjoner.

*Eksempel:*

*Et eksempel på tillatt markedsføring er et kredittkortselskap (olympisk sponsor) som markedsfører at en utøver benytter selskapets kredittkort. Videre vil det være tillatt med reklame der utøveren ønskes lykke til eller gratuleres med et resultat. En ulovlig markedsføring vil f.eks. foreligge dersom en leverandør (olympisk sponsor) av sportsutstyr, annonserer at en utøver benytter leverandørens utstyr under OL.*

Deltakeren skal i reklamen/markedsføringen være kledd enten (i) i NIFs offisielle OL-antrekk eller (ii) i generisk, umerket antrekk.

All reklame som nevnt over må skriftlig forhåndsgodkjennes av NIF, jf. også punkt 1.3.

### **2.3 Andre sponsorer kan i begrenset grad benytte deltakere i reklame i OL-perioden**

NIF og IOC tillater at deltakere brukes i markedsføring for selskaper/ virksomheter som ikke er sponsorer/samarbeidspartnere av IOC eller NIF dersom (i) bruken av deltakeren er en del av selskapets alminnelige markedsføring og (ii) ikke kan settes i sammenheng med deltakerens OL-deltakelse eller på annen måte assosieres med OL i Rio 2016. **Bruk av deltaker i markedsføring som begynner senere enn tre måneder før OL-perioden, og avsluttes tidligere enn én måned etter OL-perioden vil ikke være å anse som en del av selskapets alminnelige markedsføring.** Videre vil en endring av markedsføringens karakter, omfang eller intensitet i nevnte periode normalt bli ansett for å være foretatt for å profitere på OL, og dermed i strid med reglene.

### **2.4 Reklame på deltakernes antrekk er forbudt i OL-perioden**

All reklame på Deltakernes antrekk er forbudt. Dette gjelder for eksempel **konkurrans-, fritids-, trenings- og seremoniantrekk og alt idrettsutstyr** deltakerne benytter.

**Produktmerking** er tillatt, forutsatt at størrelsen på og omfanget av produktmerkingen følger IOC's særskilte regler for dette.

Ovennevnte regler gjelder også ved opptreden i media. Intervjuer med deltakere gjort før de olympiske leker der deltaker opptrer med reklame på klær og utstyr, kan kun benyttes som redaksjonelt stoff i OL-perioden.

### **2.5 Reklame på deltakernes hjemmesider i OL-perioden**

Deltakere med egne **hjemmesider** kan kun ha reklame for olympiske sponsorer på sine hjemmesider i OL-perioden. Reklame skal være godkjent på forhånd av IOC/NIF.

### 3. RETNINGSLINJER FOR SOSIALE OG DIGITALE MEDIER

*IOCs retningslinjer for sosiale og digitale medier for akkrediterte personer under OL i Rio 2016.*

IOC oppfordrer deltakere og andre akkrediterte personer i OL i Rio 2016 («OL») til å delta på sosiale og digitale medier og dele sine opplevelser med venner, familie og supportere.

Retningslinjene gjelder for alle deltakere og andre akkrediterte personer, dvs utøvere, trenere, offisielle representanter samt personell fra nasjonale olympiske komiteer og internasjonale særforbund og media-akkrediterte personer. Retningslinjene kommer til anvendelse fra og med åpningen av deltakerlandsbyen 24. juli 2016 til og med lukkingen av deltakerlandsbyen 24. august 2016.

Se også «Vanlig stilte spørsmål» under kapittel 4 for mer detaljert informasjon.

#### 3.1 Generelt

Det er helt akseptabelt for akkrediterte personer å dele sine opplevelser om Lekene via internett eller andre former sosiale og digitale medier forutsatt at dette skjer i jeg-form i dagbokformat og at de andre kravene i disse retningslinjene blir overholdt. Kun personer som er media-akkreditert kan opptre som journalister, reportere eller i annen mediemessig sammenheng under Lekene.

Postinger som gjøres av eller på vegne av akkrediterte personer skal til enhver tid være i overensstemmelse med de olympiske verdier som verdighet, respekt og vennskap, og må ikke skje med det formål å spre politisk, religiøs eller rasistisk propaganda. Postingene skal fremstå med verdighet og smakfullhet, og ikke være diskriminerende, støtende, hatefulle, ærekrenkende eller ulovlige. Bruk av vulgære ord eller illustrasjoner er forbudt.

I tillegg til disse retningslinjene kan akkrediterte personer være underlagt andre retningslinjer vedrørende sosiale og digitale medier som måtte være vedtatt av nasjonale olympiske komiteer eller andre organisasjoner.

#### 3.2 Foto, video og lyd

Akkrediterte personer kan poste eller på annen måte dele fotografier av seg selv tatt i olympiske anlegg (dvs alle anlegg der det kreves akkreditering eller billett for å komme inn, inkludert OL-landsbyen, OL-landsbyens Plaza, konkurransearenaer, treningsanlegg og Barra olympiske park) for personlig bruk. Det er ikke tillatt å kommersialisere, selge eller på annen måte distribuere fotografiene.

Deltakere kan ta video- og/eller lydopptak fra arrangementer, konkurranser eller andre aktiviteter som finner sted i olympiske anlegg for personlig bruk. Slike video og/eller lydopptak må ikke tilgjengeliggjøres i sosiale eller digitale medier (f.eks. ved posting eller streaming) eller på andre medieplattformer uten IOCs forhåndsgodkjenning.

Fotografier, video- og/eller lydopptak som er tatt utenfor olympiske anlegg er ikke omfattet av restriksjonene ovenfor og kan deles på sosiale og digitale medier, forutsatt at de øvrige kravene som fremgår av disse retningslinjene blir overholdt.

I OL-landsbyen, gjelder mer restriktive retningslinjer for å beskytte beboernes privatliv. Deltakerne og andre akkrediterte personer som bor i OL-landsbyene kan ikke rapportere om aktivitetene til andre beboere, uten samtykke fra disse. Fotografier av deltakerne 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.

### 3.3 Olympiske symboler/varemerker

Akkrediterte personer kan ikke benytte olympiske symboler i sosiale eller digitale medier. Akkrediterte personer kan bruke ordet "olympisk" og andre ord beslektet med "olympisk" som en faktisk referanse, såfremt ordet "olympisk" og andre ord beslektet med "olympisk" ikke gir assosiasjoner til tredjepart eller tredjeparts produkter eller tjenester. Akkrediterte personer kan ikke benytte olympiske symboler som nasjonale olympiske komiteer og/eller Rio 2016 sine emblemer eller maskotter på sosiale eller digitale medier, med mindre de innehar skriftlig forutgående samtykke fra IOC/den aktuelle nasjonale olympiske komité og/eller Rio 2016s organisasjonskomité.

Det olympiske symbolet kan brukes av akkreditert media for faktiske og redaksjonelle formål, f.eks. i nyhetsartikler som omhandler OL.

### 3.4 Reklame og sponsorater

Akkrediterte personer kan ikke bruke sosiale eller digitale medier for kommersielle formål, herunder spesielt på en måte som skaper eller antyder noen tilknytning mellom på den ene siden, en tredjepart, eller en tredje parts produkter og tjenester, og på den annen side, IOC, OL eller den olympiske bevegelse, med mindre forhåndssamtykke er innhentet fra IOC og/eller den/de aktuelle nasjonale olympiske komité(er). Vilkårene for at akkrediterte utøvere, ledere, trenere og offisielle representanter kan tillate tredjeparter å bruke deres person, navn, bilde eller prestasjoner i markedsøyemed, herunder på sosiale og digitale medier, er beskrevet i IOC's og den aktuelle nasjonale olympiske komiteens retningslinjer til § 40 i det olympiske charteret.

### 3.5 Domenenavn/URL/navngiving av side

Domenenavn, URL'er og sosiale medier som inneholder ordet "olympic" eller "olympics" eller andre olympiske betegnelser, uavhengig av språk, 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](http://[mittnavn].com/olympic)) vil kunne bli tillatt, forutsatt at innholdet på en slik side er i henhold til de andre bestemmelsene i disse retningslinjene. Akkrediterte personer kan ikke

opprette egne nettsider med olympisk tema, applikasjoner eller andre funksjoner som innebærer dekning av de olympiske leker.

### 3.6 Media

Fotografier som er tatt av akkrediterte fotografer kan publiseres i redaksjonell sammenheng på sosiale medieplattformer eller nettsider i samsvar med de særskilte reglene som gjelder for media.

Det olympiske symbol - dvs. de fem sammenflettede ringene, som er IOC sin eiendom - kan bli brukt av akkreditert media for faktiske og redaksjonelle formål, for eksempel i nyhetsartikler som dekker de olympiske leker. Bruken må være i samsvar med disse retningslinjene.

### 3.7 Overholdelse av lover og tredjeparters rettigheter

Når akkrediterte personer velger å offentliggjøre sine kommentarer, meninger og annet materiale f.eks. på sosiale eller digitale medier, er de selv ansvarlige for konsekvensene av sine handlinger. De må da sørge for at dette skjer i overensstemmelse med gjeldende lovverk og at de har innhentet alle nødvendige tillatelser fra eventuelle tredjeparter som har bilde eller eiendel som blir brukt. Når akkrediterte personer bruker sosiale eller digitale medier, skal de ikke:

- (i) trenge inn i privatlivet til tredjeparter
- (ii) overtre immaterielle rettigheter eller andre rettigheter som tilhører andre
- (iii) røpe privat eller konfidensiell informasjon for personer eller organisasjoner
- (iv) forstyrre konkurranser eller seremonier under OL eller annet som hører under ansvaret til IOC, Rio 2016s organisasjonskomité eller andre som deltar i arrangementet av OL,
- (v) bryte sikkerhetsforanstaltninger som er etablert for å sikre trygg gjennomføring av OL

Akkrediterte personer kan bli holdt personlig ansvarlig for kommentarer og/eller materiale som anses å være obskøne, støtende, ærekrenkende eller på annen måte ulovlig, eller krenkende for en tredjeparts rettigheter. Dette gjelder også for det tilfellet at akkrediterte personer overlater til en tredjeperson å forvalte deres sosiale medier eller gi uttrykk for meninger på deres vegne.

### 3.8 Overtredelser

IOC/NIF forbeholder seg retten til å iverksette nødvendige tiltak ved overtredelse av disse retningslinjene. Slike tiltak vil kunne omfatte å fjerne krenkende innhold, inndragning av akkreditering for person eller organisasjon, rettslige skritt eller illeggelse av sanksjoner i henhold til det olympiske charteret.

### 3.9 Endring og tolkning

IOC/NIF forbeholder seg retten til å endre retningslinjene der det anses nødvendig. IOCs styre skal være øverste myndighet når det gjelder tolkning og implementering av IOCs retningslinjer.

*Deltakere og andre akkrediterte personer under OL i Rio 2016 oppfordres til å sette seg inn i IOCs retningslinjer for sosiale og digitale medier i sin helhet, som er tilgjengelige på [www.olympic.org](http://www.olympic.org).*

## 4. VANLIG STILTE SPØRSMÅL

Disse «vanlige stilte spørsmålene» er utferdiget i informasjonshenseende av IOC.

### **Spørsmål: Hvem gjelder retningslinjene for?**

Svar: Retningslinjene gjelder for alle akkrediterte personer som deltakere, trenere, offisielle representanter, personell fra nasjonale olympiske komiteer og internasjonale særforbund og medlemmer av pressen akkreditert til de olympiske leker.

### **Spørsmål: Kan jeg bruke sosiale medier eller oppdatere min blogg/hjemmeside under min deltakelse i OL?**

Svar: JA; IOC oppfordrer alle akkrediterte personer til å dele sine opplevelser under OL med andre via internett eller andre sosiale medier (f.eks. Facebook, Twitter, Instagram etc), men krever om at visse regler blir fulgt.

Spesielt bør slik aktivitet være i overensstemmelse med det olympiske charteret og i samsvar med de olympiske verdiene «vennskap, dyktighet og respekt». I tillegg må man huske på at aktivitet på internett er underlagt gjeldende lovverk, for eksempel innen ærekrenkelse, personvern og immaterialrett. Retningslinjene krever at akkrediterte personer respekterer disse lovene og forsikrer at deres aktivitet på sosiale medier som kan oppfattes vulgært, rasistisk, diskriminerende eller på annen måte støtende mot andre personer, vil være i strid med retningslinjene.

Under OL-perioden, er det ikke tillatt for deltakerne å kommersialisere sin aktivitet på sosiale medier og internett. Se nedenfor «Kan jeg poste om mine sponsorer under de olympiske leker?».



### **Spørsmål: Kan jeg poste om konkurransene?**

Svar: JA; Deltakere og akkrediterte personer kan poste om sin deltakelse i konkurranser, andre konkurranser eller om sine generelle opplevelser under OL, men de må ikke innta rollen som en journalist eller en mediekanal såfremt de ikke er mediaakkreditert. Posting må derfor være i jeg-person i dagbokformat.

Akkrediterte personer må i sin nettaktivitet ikke avsløre informasjon som er hemmelig eller privat i relasjon til andre personer eller organisasjoner involvert i OL.

### **Spørsmål: Kan jeg dele bilder tatt på olympiske anlegg?**

Svar: JA; Akkrediterte personer kan dele stillbilder som er tatt på innsiden eller utsiden av konkurranseanlegg og andre olympiske anlegg på sosiale medier og internett forutsatt at slike delinger ikke er til kommersiell bruk og respekterer gjeldende lover og andres rettigheter. Merk at det gjelder spesielle regler for deltakerlandsbyen, se neste side «Kan jeg poste foto og video tatt i deltakerlandsbyen?».

### **Spørsmål: Kan jeg dele video tatt opp i olympiske anlegg?**

Svar: NEI; Akkrediterte personer kan ta opp video og lyd innenfor og utenfor konkurranseanlegg og andre olympiske anlegg, med ikke-profesjonelt utstyr (TV-utstyr og fotostativer/monopods er ikke tillatt.) Video- og lydopptak tatt innenfor olympiske anlegg (dvs alle anlegg hvor det kreves akkreditering eller billett for å komme inn, inkludert deltakerlandsbyen, Olympic Village Plaza, konkurranse- og treningsarenaer og Barra Olympic Park) må imidlertid bare være til personlig bruk og kan ikke lastes opp eller deles på noen nettside, blogg, sosial medieside, foto- eller videodelingside eller annen mobilapplikasjon. Kringkasting av bilder via live streaming applikasjoner (f.eks. Periscope, Meerkat) er forbudt innenfor olympiske anlegg.

### **Spørsmål: Kan jeg dele video tatt opp utenfor olympiske anlegg?**

Svar: JA; Akkrediterte personer kan dele video- og lydopptak tatt utenfor konkurranseanlegg og andre olympiske anlegg på sosiale medier og internett forutsatt at slike innlegg er i samsvar med IOC/NIFs retningslinjer, ikke er til kommersiell bruk og respekterer gjeldende lover og andres rettigheter.

### **Spørsmål: Kan jeg dele foto tatt i deltakerlandsbyen?**

Svar: JA; Akkrediterte personer kan ta bilder i deltakerlandsbyen (unntatt områder utpekt som «ingen bilder-område») og slike bilder kan postes på internett eller sosiale medier. Det er imidlertid viktig å huske på at man må innhente forhåndssamtykke dersom man inkluderer eller henviser til et bilde (image) av en annen person i et innlegg.

### **Spørsmål: Kan jeg dele video tatt i deltakerlandsbyen?**

Svar: NEI; Akkrediterte personer kan også ta video- og lydopptak inne i deltakerlandsbyen, men kun for personlig bruk og slik video/lydopptak må ikke bli lastet opp eller delt på noen nettside, blogg, sosial medieside, offentlig foto- eller videodelingside eller mobilapplikasjon. Kringkasting via live streaming applikasjoner er forbudt i deltakerlandsbyen.

Personer som bor i deltakerlandsbyen er også forpliktet til å respektere privatlivet i deltakerlandsbyen og kan ikke dele informasjon om andre beboeres aktiviteter uten at det er innhentet forhåndssamtykke fra disse.

### **Spørsmål: Kan jeg publisere innhold om mine sponsorer under de olympiske leker?**

Svar: NEI; Akkrediterte personer kan kun bruke sosiale medier under OL med det formål å dele sine opplevelser og kommunisere med venner, familie og supportere, og ikke til kommersielle/reklame-messige formål.

Akkrediterte personer kan kun publisere innhold om sine sponsorer, profilere merkevarer, produkter eller tjenester på sosiale og digitale medier eller på annen måte bruke sosiale og digitale medier på en måte som skaper eller antyder noen tilknytning mellom OL eller IOC og en tredjepart, eller dens produkt og tjenester, dersom de har innhentet skriftlig forhåndssamtykke fra IOC og sin nasjonale olympiske komité.

Alle utøvere, ledere, trenere og offisielle representanter må besørge at deres aktiviteter på internett og sosiale medier gjøres i overensstemmelse med kravene etter § 40 i det olympiske charteret og de tilhørende instruksene fra IOC, Rio 2016s organisasjonskomité og deres respektive nasjonale olympiske komiteer. IOCs retningslinjer for § 40 gir olympiske sponsorer en begrenset adgang til markedsføring, og i særlige tilfeller, andre sponsorer adgang til markedsføring gjennom eksisterende kampanjer.

**Spørsmål: Kan jeg benytte det olympiske symbol eller andre olympiske rettigheter på sosiale og digitale medier?**

Svar: NEI; Akkrediterte personer har ikke lov til å bruke de olympiske symbolene på sosiale eller digitale medier. Bare mediaakkrediterte personer er autorisert til å benytte det olympiske symbol til faktiske og nyhetsredaksjonelle formål, for eksempel i en nyhetsartikkel om OL. Ordet «Olympisk» "Olympic" og annen olympisk-relatert terminologi kan bli brukt av akkrediterte personer i sosiale og digitale medier, men kun til redaksjonell/faktiske formål, for eksempel for å beskrive og rapportere om deres opplevelser under OL. Bruk av emblemet eller maskoter for Rio 2016 forutsetter skriftlig forhåndssamtykke fra Rio 2016s organisasjonskomité, mens bruk av NIFs emblemer krever skriftlig forhåndssamtykke fra NIF.

Nasjonale olympiske komiteer kan ha særskilte regler om bruk av deres emblemer.

Under enhver omstendighet må ikke det olympiske symbol eller andre olympiske rettigheter bli brukt til kommersielle formål eller på en måte som antyder noen form for assosiasjon mellom OL eller IOC og en tredjepart, dets produkter eller tjenester.

NOTATER

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komités samarbeidspartnere:



Leverandører:



The Olympic Partner (TOP) Programme:



\* Marketing rights limited to Brazil, the Republic of Korea, Japan and the United States of America until end 2016 and worldwide 2017 onwards.  
\*\* Marketing rights limited to Japan until end 2016 and worldwide 2017 onwards.

## © NORGES IDRETTSFORBUND OG OLYMPISKE OG PARALYMPISKE KOMITÉ (NIF) 2016

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 reklamereglene i forbindelse med de olympiske leker rettes til:  
Bente Bjørnstad – NIF | Markedsavdelingen | bente.bjornstad@idrettsforbundet.no  
Tord Jordet – NIF | Juridisk avdeling | tord.jordet@idrettsforbundet.no



NORWAY



TEAM NORWAY

**...LYKKE TIL!**