



NORGES
IDRETTSFORBUND



OL I SOTSJI 2014

- Reklameregler
- Regler for bruk av bilder
- Retningslinjer for sosiale medier, blogging og internett

INNHOLDSFORTEGNELSE

1.	Innledning	3
1.1	Reglene gjelder for OL-perioden	3
1.2	Hvem omfattes av reglene?	3
1.3	Hvem bør kjenne til reglene?	3
1.4	Hva skjer ved brudd på IOC's regler?	4
2.	Reklameregler	5
2.1	IOC/NIF eier alle rettighetene under OL	5
2.2	Bare olympiske sponsorer har rettigheter i OL-perioden	5
2.3	Andre sponsorer kan ikke benytte utøvere i reklame i OL-perioden	6
2.4	Reklame på utøverens antrekk er forbudt i OL-perioden	6
2.5	Reklame på utøvernes hjemmesider er forbudt i OL-perioden	7
3.	Regler for bruk av bilder	8
3.1	Olympiske sponsorer og innehavere av kringkastingsrettigheter	8
3.2	Tillatt kommunikasjon	9
3.3	Deltakerens individuelle rettigheter	9
4.	Retningslinjer for sosiale medier, blogging og internett	10
4.1	Introduksjon	10
4.2	Posting, blogging og «tweeting»	10
4.3	Fotografier	11
4.4	Video/lyd	11
4.5	Deltakere og andre akkrediterte personer som bor i deltakerlandsbyene	11
4.6	Media	11
4.7	Olympiske varemerker	12
4.8	Reklame og sponsorater	12
4.9	Domenenavn/URL/ navngiving av side/søknader	12
4.10	Lenker	13
4.11	Ansvar	13
4.12	Overtredelser	13
4.13	Endring/tolkning	14
4.14	Definisjoner	14
4.15	Vanlig stilte spørsmål – sosiale medier, blogging og internett	15

1. Innledning

Den internasjonale olympiske komité (IOC) og Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité (NIF) har egne regler om reklame/ markedsføring, bruk av bilder, samt retningslinjer for sosiale medier, blogging og internett i forbindelse med OL i Sotsji 2014.

1.1 Reglene gjelder for OL-perioden

Reglene gjelder i perioden ni dager før åpningsseremonien til tre dager etter avslutningsseremonien, dvs. **fra og med 30. januar 2014 til og med 26. februar 2014.**

1.2 Hvem omfattes av reglene?

Reglene gjelder for alle som deltar i OL i Sotsji 2014, dvs. utøvere, trenere, ledere og offisielle representanter samt andre akkrediterte personer (heretter kalt «deltakere»).

1.3 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.

Særforbund bør videreformidle informasjon om reglene til alle som kan tenkes å bli berørt av dem. Dette bør gjøres så tidlig som mulig, for å hindre planlagte markedstiltak 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.

1.4 Hva skjer ved brudd på IOCs regler?

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 betyr 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 mv., 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.

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, offisielle representanter 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:



2.2 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 bakerst i 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 komité(en). 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.

Eksempler:

- 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.

2.3 Andre sponsorer kan ikke benytte utøverne 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.

2.4 Reklame på utøvernes antrekk er forbudt i OL-perioden

All reklame på utøvernes antrekk er forbudt. Dette gjelder for eksempel **konkurrans-, 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.

2.5 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, jf. punkt 2.2, omfattes imidlertid ikke av forbudet.

3. Regler for bruk av bilder

I henhold til det olympiske charteret og instruksjer gitt av IOC gjelder følgende regler for bruk av bilder av utøvere, trener, leder eller offisiell representant (heretter kalt "deltakere") under OL i Sotsji 2014;

§ 40, Bye-law nr. 3 i det olympiske charteret:

Uten tillatelse fra IOCs styre kan ingen utøver, leder, trener eller offisiell representant, som deltar i de olympiske leker la sin person, navn, bilde eller sportslige prestasjoner bli benyttet i reklamesammenheng under de olympiske leker.

IOC har akseptert følgende unntak og vilkår:

3.1 Olympiske sponsorer og innehavere av kringkastingsrettigheter

Den nasjonale olympiske komité (NOK) sponsorer kan etter tillatelse fra IOC, og kun i samsvar med tillatt kommunikasjonsform (som beskrevet i pkt. 3.2 nedenfor), benytte bilder av utøver eller OL-troppen innenfor det territorium hvor det er sponsor for NOK.

I vertslandet for de olympiske vinterleker, skal Sochi 2014 Organising Committee of the Olympic Winter Games fungere som NOK hva gjelder de forhold som faller inn under denne bestemmelsen.

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. 3.2 nedenfor), bruke bilde av en utøver eller OL-troppen i flere territorier.

Innehavere av kringkastingsrettigheter kan etter tillatelse fra IOC, og da kun i samsvar med tillatt kommunikasjon (som beskrevet i pkt. 3.2 nedenfor), bruke bilde av en utøver innenfor det territoriet rettighetshaveren har fått tildelt kringkastingsrettigheter.

3.2 Tillatt kommunikasjon

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.

Kommunikasjon skal under ingen omstendighet:

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

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

Utøverens olympiske prestasjoner kan bare brukes ved en gjengivelse av fakta (for eksempel olympisk gullmedaljevinner 2010), under forutsetning av at slik gjengivelse fremstår som en tilleggsopplysning og ikke på en måte som tiltrekker spesiell oppmerksomhet rundt dette.

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.

NOK er ansvarlig for å kommunisere og implementere de regler som gjelder for sine sponsorer angitt i disse bestemmelsene. IOC vil gi veiledning etter forespørsel fra NOK.

For enheter som ikke er angitt i punkt 1 ovenfor, inkludert produsenter av sportsartikler, skal overholdelse av § 40 i IOCs charter i tillegg 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.

3.3 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.

4. Retningslinjer for sosiale medier, blogging og internett

IOCs retningslinjer vedrørende bruk av Sosiale Medier, Blogging og Internett for deltakere og andre akkrediterte personer under OL i Sotsji 2014

4.1 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.

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

Retningslinjene gjelder for alle deltakere og andre akkrediterte personer, fra og med åpningen av deltakerlandsbyene 30. januar 2014, til og med lukkingen av deltakerlandsbyene 26. februar 2014.

4.2 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. Deltakere og andre akkrediterte personer må ikke innta rollen som journalist, reporter eller annen form for medierolle, eller røpe informasjon som er konfidensiell eller privat i relasjon til en annen person eller organisasjon.

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 de bør ikke være diskriminerende, støtende, hatefulle, ærekrenkende eller på annen måte ulovlige og skal ikke inneholde vulgære eller uanstendige ord og illustrasjoner.

4.3 Fotografier

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

4.4 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 (inkludert deltakerlandsbyene). Video- og lydopptak må kun være tatt 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.

Fotografier, video- og/eller lydopptak som er tatt utenfor de Olympiske Anleggene er ikke omfattet av restriksjonene ovenfor og kan deles på nettsider og sosiale medieplattformer, forutsatt at de er i overensstemmelse med de øvrige kravene som fremgår av disse retningslinjene.

4.5 Deltakere og andre akkrediterte personer som bor i deltakerlandsbyene

På grunn av det beskyttede miljøet i OL-landsbyen, gjelder mer restriktive retningslinjer for dette området for å beskytte beboernes privatliv. Deltakerne og andre akkrediterte personer som bor i OL-landsbyene må ikke rapportere om aktivitetene til andre beboer, 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.

4.6 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 eller nettsider i samsvar med de særskilte reglene som gjelder for fotografiene. 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. De øvrige bestemmelsene i disse retningslinjene gjelder tilsvarende.

4.7 Olympiske varemerker

Deltakere og andre akkrediterte personer kan ikke benytte det olympiske symbol i sine postinger, blogger eller «tweets» 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 NOK og/eller Sotsji 2014 sine emblemer eller maskotter i sine postinger, blogger eller "tweets" på sosiale medieplattformer eller nettsider, med mindre de innehar skriftlig forutgående samtykke fra den aktuelle NOK og/eller Sotsji 2014.

4.8 Reklame og sponsorater

Deltakere og andre akkrediterte personers aktivitet på sosiale medier i OL-perioden bør foretas i den hensikt å dele sine erfaringer og kommunisere med sine venner, familie og støttespillere, og ikke for kommersielle og / eller reklameformål. Slik det også er utenfor OL-perioden, bør ikke aktivitet på sosiale medier av deltakere og andre akkrediterte personer bli brukt til å skape eller antyde noen tilknytning mellom på den ene siden, en tredjepart, eller en tredje parts produkter og tjenester, og på den annen side, IOC, de olympiske leker eller den olympiske bevegelse, med mindre forhåndssamtykke er innhentet fra IOC og/eller den/de aktuelle NOK(er). Alle akkrediterte utøvere, ledere, trenere og offisielle representanter bør også merke seg sine forpliktelser i henhold til § 40 i det olympiske charteret. Særskilt veiledning vedrørende § 40 vil bli gitt fra IOC og NOKene.

4.9 Domenenavn/URL/navngiving av side/søknader

Domenenavn og URLer som inneholder 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 perioden hvor disse retningslinjene kommer til anvendelse. Likeledes kan deltakere og andre akkrediterte personer ikke opprette frittstående nettsider med olympisk tema, applikasjoner eller andre funksjoner som legger til rette for dekning fra de olympiske leker.

4.10 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.sochi2014.com) og den offisielle nettsiden til den relevante NOKen.

4.11 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 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 i deres innlegg, blogg eller «tweet». Deltakere og andre 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. 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 eller OL-seremonier, eller med rollen og ansvaret for IOC, Sotsji2014 eller andre enheter som tar del i 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.

4.12 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 ileggelse 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.

4.13 Endring/Tolkning

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

4.14 Definisjoner

Retningslinjer betyr IOCs retningslinjer vedrørende bruk av sosiale medier, blogging og internett for deltakere og andre akkrediterte personer under OL i Sotsji 2014

IOC betyr Den internasjonale olympiske komité

SOCHI2014 betyr organisasjonskomiteen for de XXII Olympiske leker og de XI Paralympiske leker i 2014 i Sotsji

NOK betyr Den nasjonale olympiske komité

De olympiske leker betyr de olympiske leker i Sotsji 2014, som skal avholdes 7. februar – 23. februar 2014

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

Olympiske parks fellesområde betyr det olympiske hovedområdet lokalisert i kystklyngen i Sotsji som inneholder flere olympiske soner, inkludert alle ishallene, plass for medaljeseremoni, deltakerlandsbyen, OL-stadion hvor åpningsseremoni og avslutningsseremoni skal avholdes, og flere andre fasiliteter. Når det gjelder disse retningslinjene, er det internasjonale kringkastingssenteret (IBC) og hovedpressesenteret (MPC) lokalisert på utsiden av den olympiske parks fellesområde.

Deltakere og andre akkrediterte personer betyr alle akkrediterte personer, særlig alle deltakere, trenere, offisielle representanter, personell fra nasjonal olympisk komite og internasjonale særforbund og medlemmer av pressen akkreditert til de olympiske leker.

Ta ned-varsel betyr varsel som pålegger en deltaker eller andre akkrediterte personer eller en tredjeperson å ta ned innhold fra en hvilken som helst nettside, blogg eller medieplattform, helt eller delvis innen et angitt tidspunkt.

Olympic Village Plaza betyr landsbytorget som grenser til, men som er separert fra beboersonen i deltakerlandsbyen, og som vil være arena for mange aktiviteter inkludert velkomstsereemoni for lagene.

4.15 Vanlig stilte spørsmål – sosiale medier, blogging og internett

Disse «vanlige stilte spørsmålene» er utferdiget i informasjonshenseende av IOC. IOCs retningslinjer for sosiale medier, blogging og internett er tilgjengelig i fullversjon på internett: <http://olympic.org/news/media-resources> og NOK Extranet.

Spørsmål: Hvem gjelder retningslinjene for?

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

Spørsmål: Når gjelder retningslinjene?

Svar: Retningslinjene gjelder fra og med åpningen av deltakerlandsbyene (30. januar 2014), til og med lukkingen av deltakerlandsbyene (26. februar 2014)

Spørsmål: Kan jeg bruke sosiale medier eller oppdatere min blogg/hjemmeside under min deltakelse i de olympiske leker?

Svar: JA; IOC oppmuntrer deltakerne til å blogge om sine opplevelser under de olympiske leker, men ber om at visse regler blir fulgt. Spesielt bør deltakernes aktiviteter på sosiale medier og internett overholde det olympiske charteret og være i overensstemmelse 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) og retningslinjene krever derfor at deltakerne respekterer disse lovene og forsikrer at deres aktivitet på sosiale medier er smakfull, verdig og ikke inneholder vulgært eller støtende innhold. Posting som er rasistisk, diskriminerende eller på annen

måte støtende mot andre deltakere eller tredjepersoner er også forbudt etter disse 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 kan poste om sin deltakelse i konkurranser, andre konkurranser eller om sine generelle opplevelser under de olympiske leker, men de må ikke innta rollen som en journalist eller en mediekanal. Posting må derfor være i jeg-person i dagbokformat.

Deltakere må i sin nettaktivitet ikke avsløre informasjon som er hemmelig eller privat i relasjon til andre personer eller organisasjoner involvert i de olympiske leker.

Spørsmål: Kan jeg besvare spørsmål fra media gjennom internett eller sosiale medier?

Svar: JA; På samme måte som off-line, kan deltakerne – uten å være forpliktet til det – svare på spørsmål fra media gjennom internett eller sosiale medier. Deltakerne bør også være påpasselige med sine innlegg og huske at det de sier og poster på internett og i sosiale medier vil være i det offentlige rom og kan bli brukt av media.

Spørsmål: Kan jeg dele bilder tatt på olympiske anlegg?

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

Spørsmål: Kan jeg dele video tatt fra olympiske anlegg?

Svar: Deltakerne kan ta opp video og lyd innenfor og utenfor konkurranseanlegg og andre olympiske anlegg, med ikke-profesjonelt utstyr (TV-utstyr, stativer og monopods er ikke tillatt.)

Video- og lydopptak tatt innenfor olympiske anlegg (inkludert fra innsiden av deltakerlandsbyen eller den olympiske park) må imidlertid bare være til personlig bruk og kan ikke lastes opp eller deles på noen nettside, blogg, sosial medieside, offentlig foto- eller videodelingsside eller mobilapplikasjon.

Deltakerne kan dele video- og lydopptak tatt utenfor konkurranseanlegg og andre olympiske anlegg på sosiale medier og internett forutsatt at slike innlegg ikke er til kommersiell bruk og respekterer gjeldende lover og andres rettigheter.

Spørsmål: Kan jeg poste foto og video tatt i deltakerlandsbyen?

Svar: JA; Deltakerne 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 refererer til et bilde (image) av en annen person i et innlegg.

Video- og lydopptak tatt på innsiden av deltakerlandsbyen må kun være til personlig bruk og må ikke bli lastet opp eller delt på noen nettside, blogg, sosial medieside, offentlig foto- eller videodelingsside eller mobilapplikasjon.

Personer som bor i deltakerlandsbyene er også forpliktet til å respektere den beskyttede atmosfæren i deltakerlandsbyene og har ikke lov til å rapportere om andre beboeres aktiviteter uten at det er innhentet forhåndssamtykke fra disse.

Spørsmål: Kan jeg poste om mine sponsorer under de olympiske leker?

Svar: NEI; Unntatt etter skriftlig forhåndssamtykke fra IOC eller deres nasjonale olympiske komité, må deltakerne verken promotere noe merke, produkt eller tjenester på sine sosiale mediesider, blogg eller personlige nettsider, eller bruke sosiale medier og internett på en måte som skaper eller antyder noen tilknytning mellom de olympiske leker eller IOC og en tredjepart, eller dens produkt og tjenester.

Alle utøvere, ledere, trenere og offisielle representanter må sørge for at deres aktiviteter på internett og sosiale medier skjer i overensstemmelse med kravene etter § 40 i det olympiske charteret og de tilhørende instruksene fra IOC, Sotsji 2014 og deres respektive nasjonale olympiske komiteer.

Spørsmål: Kan jeg benytte det olympiske symbol eller andre olympiske rettigheter på min internettside og i sosiale medieinnlegg?

Svar: NEI; Deltakere og andre akkrediterte personer har ikke lov til å bruke de olympiske symbolene (de fem sammenflettede ringene) i sine innlegg, blogg eller «tweets». Bare akkrediterte medlemmer av media er autorisert til å benytte det olympiske symbol til faktamessige og nyhetsredaksjonelle formål, for eksempel i en nyhetsartikkel om de olympiske leker.

Ordet «olympisk» og annen olympisk-relatert terminologi kan bli brukt av deltakerne i deres sosiale medie- og internettaktivitet, men kun til redaksjonelt/faktaformål (for eksempel for å beskrive og rapportere om deres opplevelser i de olympiske leker). Bruk av emblemet eller maskoter for Sotsji 2014 forutsetter skriftlig forhåndssamtykke fra Sotsji 2014, mens bruk av den nasjonale olympiske komiteens emblemer reguleres av den relevante olympiske komiteen.

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 tilslutning fra IOC eller Sotsji 2014. Det olympiske symbol og andre olympiske rettigheter må bli brukt i sin normale design eller tekst.

Notater

[illegible]

[illegible][illegible]

Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komites samarbeidspartnere:



Leverandører:

Mediepartnere:



The Olympic Partner (TOP) Programme:



© Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité (NIF) 2013

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

tlf 21 02 90 46 | mobil 41 90 04 01 | e-post: bente.bjornstad@idrettsforbundet.no