

Reklamereglement for OL i Vancouver 2010



OLYMPIATOPPEN



INFORMASJON OM REKLAME OG MARKEDSFØRING I FORBINDELSE MED OL I VANCOUVER 2010

1 Innledning

Dette heftet redegjør for Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komités (NIF) og Den internasjonale olympiske komités (IOC) bestemmelser om reklame og markedsføring i forbindelse med OL i Vancouver 2010. I heftet gis det også informasjon om hvilke immaterielle (kommersielle) rettigheter NIF og IOC besitter og som derfor ikke kan benyttes av andre i reklame-/markedsføringsøyemed uten etter avtale med NIF og/eller IOC.

Det aktuelle regelverket gjør ikke inngrep i mediens redaksjonelle frihet til å omtale resultater, prestasjoner osv., og vil derfor ikke omtales.

Informasjonen er først og fremst rettet mot de utøverne som skal delta i de olympiske leker, utøvernes særforbund, akkreditert personell (som trenere og ledere) og sponsorene til NIF/Olympiatoppen. Informasjonen er også viktig for særforbundenes og utøvernes egne sponsorer og andre aktører innen idretten.

Det vil først bli gitt en oversikt over NIFs/IOCs rettigheter som NIF/IOC har eksklusiv eiendomsrett til. Deretter følger informasjon om NIFs/IOCs reklamebestemmelser under de olympiske leker, herunder blant annet bestemmelsene om bruk av utøvere i reklamesammenheng. Avslutningsvis redegjøres det for ulike sanksjoner ved overtredelse av gjeldende bestemmelser innen området.

Som vedlegg følger:

- 1) IOCs regler og retningslinjer for bruk av bilder av utøvere under OL i Vancouver 2010
- 2) IOCs retningslinjer vedrørende internett for akkreditert personer under OL i Vancouver 2010
- 3) IOCs retningslinjer vedrørende ”blogging” for akkreditert personer under OL i Vancouver 2010

Samtlige vedlegg er oversatt fra engelsk til norsk. Ved eventuell motstrid mellom den engelske versjonen og NIFs oversettelse, skal den engelske versjonen gjelde.

2 NIFs/IOCs rettigheter

IOC eier alle rettighetene knyttet til de olympiske leker, herunder f.eks. TV-rettigheter, varemerkerettigheter og retten til å benytte utøvere i kommersiell sammenheng. Med bakgrunn i NIFs status som en nasjonal olympisk komité, har IOC lisensiert en del av sine rettigheter til NIF. Ingen utenforstående kan derfor utnytte arrangementets rettigheter i reklame- eller markedsføringsøyemed uten etter samtykke fra IOC og/eller NIF.

NIF og IOC har ulike olympiske varemerker/logoer som er rettslig beskyttet. Varemerker/logoer som er relatert til de olympiske leker kan derfor ikke benyttes av utenforstående uten etter avtale med NIF og/eller IOC. Eksempler på slike varemerker er:

- de olympiske ringer/logo
- det olympiske flagget
- arrangørbyens logo
- logoen til Olympiatoppen (som er NIFs kommersielle logo)

3 NIFs/IOCs reglement under OL i Vancouver 2010

3.1 Innledning

Dette avsnittet omhandler de reklamebestemmelser som gjelder under OL i Vancouver 2010.

Bestemmelsene gjelder kun i OL-perioden, som av IOC er definert som

fra åpningen av OL-landsbyen til stenging av OL-landsbyen, dvs. fra og med 4. februar til og med 3. mars 2010.

Regelverket gjelder over hele verden og håndheves av IOC, NIF, arrangørbyen og de nasjonale olympiske komiteer.

3.2 Utnyttelse av olympiske rettigheter

Det er kun foretak som har inngått avtale med IOC/NIF, som har rett til å benytte og utnytte olympiske rettigheter. I det følgende vil slike foretak benevnes som *de olympiske sponsorer*. En oversikt over nåværende olympiske sponsorer finnes på www.idrett.no. I tillegg omfattes utstyrsprodusenter som er medlem av The World Federation of The Sports Goods Industry (WFSGI).

Ingen andre aktører enn de olympiske sponsorene kan utnytte de kommersielle rettighetene som arrangementet generer. Andre sponsorer som har avtale med særforbund og utøvere må stoppe all reklame og alle annonser 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 legges til grunn. Dette gjelder også reklame på TV, kino, radio og Internett.

De olympiske sponsorenes kommersielle rettigheter følger konkret av de gjeldende avtaler med IOC/NIF. For at en olympisk sponsor skal kunne benytte en deltakende utøver i sin markedsføring, må sponsoren i tillegg til avtale med IOC/NIF, ha inngått en særskilt avtale med utøveren og utøverens særforbund.

For markedsføring i utlandet må det også innhentes samtykke fra de aktuelle nasjonale olympiske komiteer.

Dersom slike avtaler som nevnt ovenfor er inngått, står likevel ikke de olympiske sponsorene fritt til å utforme utøverreklame. Det er et krav at markedsføringen må være av *generell karakter*, noe som innebærer at de olympiske sponsorene ikke kan utforme kampanjer som er relatert til utøvernes prestasjoner eller deltakelse under de olympiske leker (med visse unntak), eller knytte sine produkter opp mot utøvernes idrettslige prestasjoner.

Et eksempel på markedsføring av *generell karakter* er et kredittkortselskap som markedsfører at en utøver benytter selskapets kredittkort. En ulovlig annonse vil f.eks. foreligge dersom en olympisk sponsor som er leverandør av idrettsutstyr, annonserer at en utøver benytter leverandørens utstyr under de olympiske leker.

De olympiske sponsorene kan også bruke såkalt gratulasjonsreklame der den (de) aktuelle utøveren(e) gratuleres for sin(e) prestasjon(er) under OL. En slik reklameannonse forutsetter at reklamen ikke bindes opp mot den olympiske sponsorens produkter eller tjenester. Videre må de ovennevnte vilkårene for bruk av utøvere i reklamesammenheng (avtaler med utøver(e)/særforbund) også være oppfylt før en gratulasjonsannonse iverksettes. Dersom gratulasjonsreklamen skal annonseres i vertsnasjonen, forutsetter dette i tillegg godkjennelse fra arrangørkomiteen.

3.3 Reklame på utøvernes antrekk

All reklame på utøvernes antrekk, herunder blant annet på konkurranse-, fritids-, trenings- og seremoniantrekk, er forbudt. Forbudet gjelder også på alt idrettsutstyr utøverne benytter.

Produktmerking er imidlertid tillatt, forutsatt at størrelsen på produktmerkingen følger de angitte reglene i IOCs charter/retningslinjer og regler vedtatt av internasjonale særforbund.

Enhver fremtreden i media skal også skje i overensstemmelse med ovennevnte bestemmelser. Intervjuer med utøvere gjort før de olympiske leker der utøver(e) opptrer med reklame på klær og utstyr, kan kun benyttes som redaksjonelt stoff.

3.4 Reklame på utøvernes egne hjemmesider

NIF har, i samråd med IOC, besluttet at utøvere med permanente hjemmesider kan ha reklame på sine hjemmesider i OL-perioden med de begrensninger som følger av punkt 3.2 ovenfor (dvs. kun generell reklame og gratulasjonsreklame). Slik reklame forutsetter også at de selskapene/aktørene det reklameres for på hjemmesidene ikke tilhører samme bransje som, eller er å anse som konkurrenter til, de olympiske sponsorene.

For blogging gjelder særlige retningslinjer, se vedlegg 3.

4 NIFs regler for den norske OL-troppen

Bestemmelsene for den norske OL-troppen supplerer IOCs regler og gjelder i tillegg til ovennevnte regelverk. Disse bestemmelsene gjelder for alle akkrediterte personer som tilhører den norske OL-troppen.

I OL-perioden skal den norske OL-troppen som utgangspunkt benytte NIFs offisielle klær/utstyr. NIF vil gi nærmere informasjon om bruken av klær/utstyret til den norske OL-troppen.

5 Sanksjoner ved brudd på bestemmelsene

5.1 Misbruk av NIFs/IOCs/utøveres immaterielle rettigheter

Dersom noen aktører utnytter NIFs eller IOCs varemerkebeskyttede immaterielle rettigheter (logoer/emblem m.v.) uten etter skriftlig avtale med NIF og/eller IOC,

vil NIF og/eller IOC kunne ta rettslige skritt, herunder også kreve erstatning. Det samme vil utøvere kunne gjøre dersom deres rettigheter som f.eks. navn, bilde og signatur misbrukes i reklamesammenheng.

Dette gjelder til enhver tid, altså ikke bare i OL-perioden.

5.2 Misbruk av rettigheter under de olympiske leker

Dersom enkeltaktører reklamerer/markedsfører i strid med IOCs og/eller NIFs reglement under de olympiske leker, kan både foreningsrettslige og sivilrettslige sanksjoner bli ilagt.

Tilsvarende som nevnt under pkt. 5.1, kan de aktuelle aktørene bli gjenstand for rettslig forfølgning. I tillegg kan en ulovlig reklame ramme de aktuelle utøverne, all den tid en utøver som deltar i ureglementert markedsføring risikerer å bli diskvalifisert fra de olympiske leker. En ureglementert utøverreklame kan derfor få store konsekvenser for både annonsøren og utøveren. Dette forsterkes ytterligere gjennom den «badwill» en slik annonsør vil få, særlig dersom markedsføringen medfører at utøvere blir diskvalifisert.

5.3 Overtredelser av NIFs regler

Overtredelser av akkrediteringsreglene, herunder NIFs særlige bestemmelser, behandles og avgjøres av NIF og evt. IOC.

6 Informasjonsspredning

NIF oppfordrer særforbundene til å videreformidle informasjonen til alle berørte parter, herunder blant andre:

- utøvere
- aktuelt personell internt i særforbundene
- egne sponsorer
- klubbers sponsorer for så vidt gjelder klubber med potensielle olympiske deltakere

Det er vesentlig at denne informasjonen formidles så tidlig som mulig, slik at eventuelle planlagte markedingstiltak som kan være i strid med regelverket avverges. NIF oppfordrer særforbundene til å kontakte NIF så tidlig som mulig når det planlegges reklamekampanjer slik at NIF kan bidra til at dette blir gjennomført på korrekt måte.

VEDLEGG 1

Bruk av bilder av utøvere under OL i Vancouver 2010

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 under OL i Vancouver 2010:

§ 41, 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. Autoriserte enheter

1.1 Den nasjonale olympiske komités (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.

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 på internasjonal basis.

1.3 Produsenter av sportsartikler som leverer utstyr til en utøver, og som er medlem av The World Federation of The Sports Goods Industry, WFSGI ("Produsentene") kan bruke, og da kun i samsvar med tillatt kommunikasjon (som beskrevet i pkt. 2 nedenfor), bruke bilde av en slik utøver på følgende betingelser:

1.3.1 For reklamekampanjer i mindre enn tre NOK territorier, kreves tillatelse fra IOC og utøverens NOK samt NOK(ene) i de relevante territorier.

1.3.2 For reklamekampanjer i tre eller flere territorier, avgjør IOC om tillatelse skal gis, med unntak for de NOK'ene som skriftlig har erklært til IOC at de velger å beholde retten, ansvaret og arbeidet med å gi (eller ikke gi) tillatelser til Produsentene direkte. Slike NOK'er bør avgi sin erklæring til IOC innen 31. mai 2009. For slike NOK'er skal både de relevante NOK'er (som i 1.3.1 over) og IOC gi tillatelse til bruk av deltakerbilder.

1.4 NOK er ansvarlig for å kommunisere og implementere de gjeldende regler som gjelder for autoriserte enheter angitt i pkt 1.1 og 1.3 ovenfor. I tillegg skal overholdelse av § 41 i IOCs charter hva gjelder enheter som ikke er definert som autoriserte overvåkes og håndheves av NOK'ene.

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 (iii) andre former for 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 XXI olympiske leker i Vancouver 2010 eller andre olympiske leker, med unntak av gratulasjonsmeldinger.

2.3 Utøverens prestasjoner kan bare brukes ved en gjengivelse av fakta (for eksempel olympisk gullmedaljevinner 2006), under forutsetning av at slik gjengivelse fremstår som en tilleggsopplysning og ikke på en måte som tiltrekker oppmerksomhet rundt dette.

2.4 Deltakere skal være kledd enten (i) i sitt offisielle OL-antrekk (ii) i generisk, umerket antrekk, eller (iii) i klær merket med produsentens varemerke. All merking må være i henhold til § 51 i IOCs charter med tilhørende retningslinjer fra IOC.

3. Deltakerens individuelle rettigheter.

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

Ethvert annet unntak ved bruk av deltakers bilde krever forutgående skriftlig samtykke fra IOCs styre.

VEDLEGG 2

IOCs retningslinjer vedrørende Internett for utøvere, ledere, trenere, tillitsvalgte og andre akkrediterte deltagere i OL i Vancouver 2010

For å sikre at utøvere, ledere, trenere, funksjonærer og andre akkrediterte deltagere underlagt den nasjonale olympiske komité ikke utilsiktet bryter noen av deltagerbestemmelsene i det olympiske charteret, har IOC utarbeidet følgende retningslinjer vedrørende bestemmelsene i det olympiske charteret slik de vil fungere i forhold til Internett.

1. Kommersielle aktiviteter under de olympiske leker:

Bye-laws til § 41, nr. 3 i det olympiske charteret angir at:

Ingen utøver, leder, trener eller funksjonærer 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.

a) **Bruk av bilde i kommersielle sammenheng:** For at en utøver skal kunne inngå eksklusive (enerett) avtaler med kommersielle nettsted under de olympiske leker må det innhentes tillatelse fra utøverens nasjonale olympiske komité og IOC.

b) **Auksjoner av minneverdige gjenstander:** IOC oppfordrer utøvere som ønsker å donere minneverdige gjenstander til å donere disse til Det olympiske museum i Lausanne, Sveits. Utøvere skal ikke la sitt personlige utstyr eller gjenstander bli auksjonert bort i kommersielle auksjoner under de olympiske leker.

2. Rapportering fra de olympiske leker:

Bye-laws til § 49, nr. 3 i det olympiske charteret angir at:

Under de olympiske leker må ingen utøver, leder, trener, funksjonær, presseattaché eller annen akkreditert deltager, under noen omstendigheter opptre som journalist eller på annen mediemessig måte.

Den ovennevnte bestemmelsen hindrer på ingen måte utøvere fra å bli intervjuet av akkreditert journalist, men de kan ikke selv opptre som journalister. I det følgende angis noen klargjøringer i så måte:

a) **Utøvers offisielle hjemmeside:** Utøvere kan ikke lage en hjemmeside for de olympiske leker. Dersom utøveren har en permanent hjemmeside, kan utøveren opprettholde denne forutsatt at ingen reklame eller kommersielle arrangementer bryter den nasjonale olympiske komités bestemmelser. Med hensyn til innhold kan utøvere rapportere sine egne personlige synspunkter og kommentarer, men de kan ikke rapportere om andre forhold enn de som relaterer seg til utøveren selv. Utøverens hjemmeside kan inneholde bilder tatt av akkrediterte journalister.

b) **Personlig kameraer og videokameraer:** Med referanse til reglene for ”blogging” under de olympiske leker, kan kameraer (inkludert mobiltelefoner utstyrt med kameraer) kun benyttes til personlig bruk. Bilder utøvere, ledere, trenere, funksjonærer og andre akkrediterte deltagere tar i de olympiske arenaer eller i den olympiske landsbyen, kan ikke på noe tidspunkt benyttes i offentlig sammenheng eller til kringkasting, inkludert visning på Internettsider, dersom det ikke er innhentet skriftlig samtykke fra IOC på forhånd.

c) **Mobiltelefoner og audio-utstyr:** Utøvere, ledere, trenere, funksjonærer og andre akkrediterte deltagere kan ikke bruke audio-utstyr (opptaker, mobiltelefon etc.) til å ta opp sin stemme eller overføre fra en akkreditert arena for senere bruk på TV, radio eller Internett.

d) **Olympiske varemerker** – De olympiske varemerker, inkludert det Olympiske Symbol, kan kun benyttes i redaksjonell sammenheng. Under ingen omstendighet kan disse varemerkene bli assosiert med utøvere, coacher, trenere, funksjonærer og andre akkrediterte deltagere eller noen tredjepart eller tredjeparts produkter eller tjenester på en måte som kan gi inntrykk at de og/eller slik tredjepart eller

tredjeparts produkter eller tjenester har et offisielt forhold til IOC, Vancouver organisasjonskomité, de olympiske leker og/eller den olympiske bevegelse.

e) **Chat:** Utøvere, ledere, trenere, funksjonærer og andre akkrediterte deltagere kan delta i on-line chatting da dette anses som å bli intervjuet (av publikum i motsetning til journalister), forutsatt at denne aktiviteten gjøres uten betaling.

f) **Chips/telemetri:** Utøvere, ledere, trenere, funksjonærer og andre akkrediterte deltagere kan ikke bære eller la andre plassere en chip eller annet elektronisk utstyr på sin person som sender fysiske data eller annen informasjon til en tredjepart.

3. Retningslinjer for blogging

Retningslinjene for blogging "*IOC Blogging Guidelines for Persons Accredited at the Games of the XXI Olympic Winter Games, Vancouver 2010*", skal komme til anvendelse under iakttakelse av disse retningslinjene.

4. Overvåkning

IOC vil fortsette med å overvåke olympisk on-line innhold for å sikre at integriteten til kringkastings- og sponsorrettighetene blir ivaretatt. IOC ber om at utøvere, coacher, trenere, funksjonærer og enhver annen akkreditert deltaker som avdekker uautorisert innhold umiddelbart kontakter IOC TMS Head of Digital Media Mr Stéphane Kanah på monitoring2010@olympic.org.

5. 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 ta rettslige skritt med krav om erstatning, og illeggelse av andre sanksjoner.

Merk:

”Olympiske varemerker” betyr det Olympiske Symbol og de olympiske lekers varemerker.

”Olympisk Symbol” betyr de fem kjedede ringene brukt alene.

”De olympiske lekers varemerker” betyr det offisielle emblemet, maskotten, piktogrammer og andre logoer og betegnelser som identifiserer de olympiske leker, med unntak for det Olympiske Symbol.

VEDLEGG 3

IOCs retningslinjer vedrørende "blogging" for akkrediterte personer under OL i Vancouver 2010

Disse retningslinjene er blitt utarbeidet for akkrediterte personer (**"Akkrediterte Personer"**) under OL i Vancouver 2010 (**"OL"**) som har personlige blogger som er offentlig tilgjengelig og som har innhold relatert til deres personlige opplevelser og deltakelse i OL (**"Olympisk Innhold"**) i OL-perioden, dvs. fra åpningen av OL-landsbyen, 4. februar 2010, til stenging av OL-landsbyen, 3. mars 2010. Retningslinjene gjelder også for Akkrediterte Personer som poster Olympisk Innhold på andres hjemmesider.

IOC anser blogging, i henhold til disse retningslinjene, som en lovlig personlig uttrykksform og ikke som en form for journalistikk. På denne bakgrunn anser ikke IOC at Akkrediterte Personers blogger, i henhold til disse retningslinjene, vil være i strid med § 49, bye-law nr 3 som sier at *"Kun media-akkrediterte personer kan opptre som journalister, reportere eller på annen mediemessig måte."*

I tillegg må akkrediterte personer under OL overholde det Olympiske Charteret.

1. Definisjon av blogg

En blogg er en form for hjemmeside hvor det gjøres påtegninger (som i en journal eller dagbok), som vanligvis vises i omvendt kronologisk rekkefølge.

2. Personlig informasjon

Det er et krav om at når Akkrediterte Personer under OL poster Olympisk Innhold, så skal dette begrense seg til kun deres egne personlige, olympisk-relaterte opplevelser. Uten å begrense omfanget av det forannevnte, så skal Akkrediterte Personers blogger være utformet som en dagbok eller journal, og de skal under

ingen omstendighet inneholde intervjuer med, eller historier om, andre Akkrediterte Personer.

Akkrediterte Personer skal ikke røpe informasjon som er konfidensiell eller privat i forhold til tredjemann, inkludert, men ikke begrenset til, informasjon som kan kompromittere sikkerheten, gjennomføringen og organiseringen av OL, og hvor det er relevant, de Akkrediterte Personers olympiske tropp eller privatlivet til andre Akkrediterte Personer.

I alle tilfeller skal Akkrediterte Personers blogger med Olympisk Innhold 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.

3. Ingen lyd eller levende bilder fra OL

Spredning av levende bilder fra OL i ethvert medium, inkludert visning på internett, omfattes av IOCs immatrielle rettigheter. Ingen lyd eller levende bilder (inkludert sekvenser av bilder som simulerer levende bilder) fra noen olympiske arrangementer, inkludert idrettsaktiviteter, åpnings-, avslutnings- og medaljeseremonier eller andre aktiviteter innenfor soner som fordrer Olympisk identitets- og akkrediteringskort (eller billett) for å få adgang, f.eks. konkurranse- og treningsarenaer, OL-landsbyen, hovedpressesenteret - (**"Akkrediterte Soner"**), kan bli tilgjengeliggjort i levende eller opptaks form, uansett kilde.

4. Fotografier

Akkrediterte personer kan legge ut fotografier av seg selv tatt i Akkrediterte Soner, forutsatt at slike fotografier ikke viser idrettsaktiviteter fra OL eller er fra åpnings-, avslutnings- eller medaljeseremonier under OL. De Akkrediterte Personene er selv ansvarlig for å innhente samtykke fra andre personer som synes på fotografier som kan bli lagt ut i henhold til denne bestemmelsen. Fotografier kan ikke gjengis i sekvenser for derigjennom å simulere levende bilder.

5. Olympiske Varemerker

Akkrediterte Personer kan ikke benytte det olympiske symbol dvs. de fem sammenflettede ringene som er IOC sin eiendom. Akkrediterte personer kan bruke ordet "Olympisk" og andre ord beslektet med "Olympisk" på deres blogger, såfremt ordet "Olympisk" og andre ord beslektet med "Olympisk" ikke gir assosiasjoner til tredjepart eller tredjeparts produkter eller tjenester. Videre kan Akkrediterte personer ikke benytte symboler som NOC eller VANOC sine emblemer eller maskotter, med mindre de innehar skriftlig forutgående samtykke fra det aktuelle NOC eller VANOC.

6. Reklame og sponsorater

Som hovedregel skal ingen Akkrediterte Personer ha noen kommersielle henvisninger knyttet til Olympisk Innhold som postes på bloggene deres. Spesifikt betyr dette at ingen reklame og/eller sponsorater kan være synlige på skjermen samtidig med Olympisk Innhold. Dog kan reklame og/eller sponsorater vises på skjermen samtidig med Olympisk Innhold dersom det er IOCs Top Partnere (se www.olympic.org/marketing). Med henvisning til ovennevnte, reklame og/eller sponsorater må ikke være forstyrrende (dvs. ingen pop-ups eller ekspanderende bannere) og skal uansett ikke oppta mer enn 15 prosent av skjermen til enhver tid. I tillegg kan internettsidene til VANOC, andre organisasjonskomiteer til olympiske leker og nasjonale olympiske komiteer samt internettsider til de som innehar de offisielle kringkastingsrettighetene til OL inneholde reklame og sponsorater etter tillatelse fra IOC.

Akkrediterte Personer kan poste Olympisk innhold på tredjeparts internettsider under forutsetning av at det ikke gis kommersielle assosiasjoner mellom, på den ene side, slike tredjeparter eller andre reklame og/eller sponsorater og, på den annen side, Olympisk innhold.

7. Ikke eksklusivitet

Akkrediterte Personer bør ikke inngå eksklusive avtaler med noe selskap når det gjelder posting av noe form for Olympisk Innhold.

8. Domenenavn/URL/navngiving av side

Domenenavn som inkluderer ordet ”olympisk” (”olympic”) eller ”olympiade” (”olympics”) eller lignende er ikke tillatt (dvs. [mittnavn].olympisk.com ([mittnavn].olympic.com) er ikke tillatt mens [mittnavn].com/olympisk ([mittnavn].com/olympic) er tillatt bare i den perioden disse retningslinjene kommer til anvendelse.)

9. Lenker

For å forenkle tilgangen til relevant olympisk informasjon, er Akkrediterte Personer som poster Olympisk Innhold iht. disse retningslinjene oppmuntret til å ”lenke” sine blogger til de ulike offisielle olympiske internettsidene, inkludert, der det er relevant, internettsiden til de Akkrediterte Personenes respektive olympiske tropp eller NOC. Nyttige adresser inkluderer:

www.olympic.org – den offisielle internettsiden til den olympiske bevegelse

www.vancouver2010.com – den offisielle internettsiden til de olympiske lekene i Vancouver.

10. Ansvar

Du gjøres oppmerksom på at når Akkrediterte Personer velger å offentliggjøre sine meninger på en blogg, er de ansvarlige for sine egne kommentarer. Bloggere kan bli holdt personlig ansvarlig for enhver kommentar som anses som ærekrenkende, obscen eller rettslig beskyttet. Kort oppsummert, bloggere poster sine blogger på egen risiko og de bør understreke at meningene som fremtrer er deres egne.

11. Forpliktelser og andre restriksjoner

VANOC, nasjonale olympiske komiteer, internasjonale forbund og andre enheter som er representert under OL (f.eks. mediene og sponsorene) er ansvarlig for å sikre at deres respektive delegasjoner (dvs. de personer de har gitt akkrediteringer til OL), er informert om innholdet i disse retningslinjene og aksepterer å overholde dem. Ovennevnte enheter kan også pålegge sine respektive delegasjoner mer restriktive retningslinjer for blogging relatert til OL.

12. Forhånds- eller etterfølgende avtaler inngått av IOC

Intet i disse retningslinjene skal forstås slik at det endrer eller går foran de vilkår og betingelser som fremgår i noen av de avtaler som er inngått eller som blir inngått av IOC.

13. Brudd på retningslinjene

Overtredelse av disse retningslinjene av en Akkreditert Person kan medføre inndragning av personens Olympiske identitets- og akkrediteringskort, slik dette følger av det Olympiske Charteret. IOC forbeholder seg retten til å gjøre de grep IOC anser passende når det gjelder brudd på disse retningslinjene, herunder rettslige skritt knyttet til erstatningsmessig tap og illeggelse av andre sanksjoner.

© Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité (NIF) 2009

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:**

Morten Schønfeldt – NIF / Markedsdirektør
mobil 92 20 08 78 / e-post: morten.schonfeldt@idrettsforbundet.no

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

Tomas Kristensen – Advokatfirmaet Kleven & Kristensen ANS
tlf. 21 02 90 35 / mobil 91 86 63 29
e-post: tk@iak.no

