



International
Olympic Committee

**KOMERČNÍ PŘÍLEŽITOSTI
PRO ÚČASTNÍKY
XXIV. ZIMNÍCH
OLYMPIJSKÝCH HER
V PEKINGU 2022**

ÚČEL A IMPLEMENTACE

Tento dokument stanoví hlavní zásady používání osobnostních práv účastníků pro účely reklamy (všechny výrazy dle příslušných definic uvedených dále v kapitole „působnost“), jež budou platné pro XXIV. zimní olympijské hry v Pekingu 2022 („**Peking 2022**“), a které provádějí pravidlo 40, prováděcí ustanovení 3 Olympijské charty. Účelem tohoto dokumentu je vyjasnit, co je v době konání olympijských her (dle definice níže) možné, a dát účastníkům lepší pozici pro práci s jejich sponzory tak, jak to odpovídá jejich právům a povinnostem podle Deklarace práv a povinností sportovců a Olympijské charty.

Po dobu konání olympijských her mohou všichni účastníci propagovat své sponzory a všichni sponzoři mohou používat osobnostní práva účastníků, pokud budou postupovat v souladu s hlavními zásadami uvedenými v tomto dokumentu.

Dodržování těchto hlavních zásad je odpovědností všech účastníků. Kromě toho organizace, které využívají sportovce při své reklamní činnosti, sportovní svazy a zprostředkovatelé, kteří se zabývají poradenstvím pro sportovce v souvislosti s jejich reklamními aktivitami, si budou chtít být jistí, že jednají a poskytují sportovcům poradenství v souladu s těmito hlavními zásadami. Tyto hlavní zásady sportovcům a jejich sponzorům umožňují, aby nadále vedli dobře plánované kampaně, které se nesnaží získat nepatřičné výhody ze samotných olympijských her.

Role a povinnosti

Každý národní olympijský výbor („**NOV**“) odpovídá za zavedení a vymáhání těchto hlavních zásad na svém území. Za zavedení a vymáhání těchto Zásad v hostitelských zemích XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 a budoucích olympijských her odpovídá NOV hostitelské země společně s příslušným organizačním výborem daných olympijských her („**Organizační výbor OH**“).

Právní rámec se může lišit v jednotlivých zemích v závislosti na příslušných zákonech, předpisech, relevantní judikatuře a konkrétních dohodách mezi jednotlivými NOV a účastníky (především ve vztahu k finanční a věcné podpoře, kterou účastníkům NOV poskytují). V důsledku toho může být způsob zavedení a vymáhání těchto hlavních zásad jednotlivými NOV odlišný.

Každý NOV dohlíží nad dodržováním těchto hlavních zásad v souvislosti s reklamními činnostmi cílenými na jeho území. Příslušný NOV proto musí být informován o reklamních činnostech cílených na konkrétní území v souladu s hlavní zásadou č. 2. Reklama se považuje za zacílenou na konkrétní území, jestliže (1) využívá účastníka, který reprezentuje NOV tohoto území, a (2) buď:

- je v místním jazyce tohoto území nebo země, a/nebo
- v případě placených médií je publikována ve sdělovacích prostředcích zacílených na toto území nebo zemi.

Mezinárodní olympijský výbor („**MOV**“) dohlíží na dodržování těchto hlavních zásad v souvislosti s mezinárodními reklamními činnostmi, a to na základě porady s příslušnými NOV a organizačními výbory OH. MOV proto musí být informován o reklamní činnosti nezacílené na konkrétní území nebo zacílené na více než jednu zemi.

KONTEXT

Zajištění celosvětové účasti na olympijských hrách

Olympijské hry jsou jedinečné. Jsou jedinou skutečně celosvětovou událostí, která zahrnuje velké množství sportů a sportovních disciplín, a představují nejvyšší sportovní metu v kariéře sportovce. Je zásadní, aby se jich účastnilo co nejvíce zemí z celého světa.

Aby se zajistilo, že všechny týmy budou mít finanční prostředky nutné k tomu, aby se na olympijské hry mohly připravit a aby na nich mohly soutěžit, realizuje MOV mezinárodní marketingový program založený na principu solidarity: NOV se celosvětového programu účastní a přijímají z něj finanční prostředky s tím, že tyto prostředky jsou sdílené se všemi ostatními NOV za účelem financování činnosti všech NOV, rozvoje sportu a účasti na olympijských hrách, a rovněž za účelem podpory pořádání samotných olympijských her. Tento program pomáhá zajistit finanční prostředky všem národním olympijským týmům, a to bez ohledu na individuální schopnosti nebo komerční či sportovní úspěchy jednotlivých sportovců, kteří jsou jejich členy.

Kromě toho NOV organizují na svém území národní marketingové programy, jejichž cílem je zajistit finanční prostředky pro svou vlastní činnost, rozvoj sportu, účast na olympijských hrách a další projekty. Organizační výbory olympijských her rovněž organizují národní marketingové programy s cílem zajistit pro olympijské hry finanční prostředky od soukromých subjektů – financování prostřednictvím těchto programů ze soukromého sektoru pomáhá snižovat závislost na financování olympijských her z prostředků daňových poplatníků.

Podobně jako většina sponzorských programů i olympijské marketingové programy jsou založeny na poskytování výlučných práv umožňujících spojit se s olympijským hnutím, mj. prostřednictvím používání olympijských symbolů a fotografií pro reklamní účely. Olympijské hry se však těší trvalé oblibě i proto, že ve srovnání s většinou ostatních významných sportovních událostí je komercializace olympijského prostředí velmi omezená, aby bylo zajištěno, že pozornost bude skutečně soustředěna na sportovní výkony sportovců. Například je omezeno prezentování obchodních značek v místě konání olympijských her, takže na sportovištích nejsou umístěny reklamní poutače.

Přínosnost spojení s olympijskými hrami prostřednictvím využití sportovců je zvláště významná v průběhu olympijských her a bezprostředně před jejich zahájením. V souladu s tím Olympijská charta tradičně stanovuje omezení možnosti sportovců (a dalších účastníků olympijských her) používat svá osobnostní práva pro reklamní účely v průběhu olympijských her. Tato limitovaná omezení pomáhají zachovat osobitost oficiálních olympijských marketingových programů, čímž se zajišťují finanční prostředky pro účast sportovců z celého světa a pro pořádání olympijských her.

Práva a povinnosti sportovců

Při určování vhodných zásad pro XXIV. zimní olympijské hry v Pekingu 2022 kladl MOV na první a nejpřednější místo zájmy sportovců. Tyto hlavní zásady vycházejí především z Deklarace práv a povinností sportovců, historické iniciativy sportovců, kterou vytvořili sportovci pro sportovce prostřednictvím celosvětového procesu konzultací.

Cílem této Deklarace je konkrétně „podpořit schopnost a možnost sportovců [...] využít příležitosti k zajištění příjmu ve vztahu k jejich sportovní kariéře, jménu a podobě při uznání práv duševního vlastnictví či jiných práv, pravidel události a sportovních organizací i Olympijské charty“ a „podpořit sportovce [...], aby respektovali princip solidarity olympijského hnutí, který umožňuje poskytnout pomoc a podporu různým sportovcům a členům olympijského hnutí.“

Hlavní zásady vysvětlené v tomto dokumentu byly vyvinuty v souladu s těmito právy a povinnostmi.

Hlavní zásady jsou jasné – sportovci si mohou zajišťovat příjem prostřednictvím osobního sponzoringu a účastí v reklamě těchto sponzorů, a mohou tak činit i svou účastí v dobře plánované reklamní činnosti v průběhu XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022. Kromě toho se předpokládá, že celosvětová publicita, která je sportovcům účastnícím se XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 poskytována díky mediálnímu pokrytí olympijských her, zahrnujícím i dohody MOV o vysílání přenosů z olympijských her v celosvětovém měřítku, jim pomůže zviditelnit se i v budoucích letech.

Nicméně přijetím některých limitovaných omezení těchto činností v průběhu XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 sportovci, kteří mají uzavřené osobní sponzorské smlouvy, pomáhají zajistit finanční prostředky na podporu všech národních olympijských týmů bez ohledu na jejich postavení nebo úspěch jejich sportovců. Tímto způsobem tyto sportovci pomáhají zajistit, že se XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 a budoucích olympijských her budou moci zúčastnit sportovci z celého světa, přičemž jejich účast bude díky využití principu solidarity ekonomicky proveditelná a životaschopná.

Tím, že sportovci, kteří mají uzavřené osobní sponzorské smlouvy, v případě marketingových programů NOV přijmou některá limitovaná omezení svých činností v průběhu XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022, pomáhají podpořit všechny účastníky v rámci svého národního olympijského týmu i ostatních týmů, ale i programy svého NOV ohledně rozvoje jiných sportů. Tato limitovaná omezení zároveň podporují financování XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 a budoucích olympijských her, na nichž sportovci závodí, neboť organizačním výborům umožňují zajistit soukromé financování organizace těchto olympijských her.

PŮSOBNOST

Tyto hlavní zásady platí po **dobu konání olympijských her**, čímž je míněno období ode dne otevření olympijské vesnice v rámci XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 do uplynutí dvou dnů po závěrečném ceremoniału XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 včetně (tj. od **27. ledna 2022** do **22. února 2022** včetně).

Tyto hlavní zásady se vztahují na závodníky, kouče, trenéry a funkcionáře účastnící se XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022, kteří jsou v tomto dokumentu souhrnně označováni jako **účastníci**. Tyto hlavní zásady se nevztahují na olympioniky, kteří závodili na předchozích olympijských hrách, ale kteří se těchto XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 neúčastní v žádné funkci. Nevztahují se ani na další akreditované osoby, včetně reportérů a dobrovolníků.

Tyto hlavní zásady jsou určeny konkrétně pro XXIV. zimní olympijské hry v Pekingu 2022, přičemž vedle nich existují podobná pravidla pro XIII. zimní paralympijské hry v Pekingu 2022. Tato pravidla jsou však odlišná a platí v jiné době. Olympionici ani ostatní účastníci XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 tedy nejsou po skončení doby konání olympijských her vázáni omezeními platnými během doby konání XIII. zimních paralympijských her v Pekingu 2022.

Používání **osobnostních práv účastníků** zahrnuje užití jakéhokoliv odkazu na účastníka, ať už formou osobní přítomnosti dané osoby, použití její podobizny (nebo jakéhokoliv záznamu této podobizny), jména nebo sportovního výkonu (včetně výkonu na XXIV. zimních olympijských hrách v Pekingu 2022 a výkonů uskutečněných v nedávné minulosti).

Tyto hlavní zásady platí pro **reklamu**, již se rozumí veškeré formy komerční propagace, včetně příspěvků a propagace ze strany organizací nebo účastníků v sociálních médiích a na sociálních sítích, které jsou součástí (úplatného i bezplatného) komerčního vztahu s organizací nebo s ním související, tradiční inzerce v placeném prostoru (včetně inzerátů v tisku, billboardů, televizní a rozhlasové reklamy a online reklamy), přímé reklamy, PR (včetně osobních vystoupení a tiskových zpráv), půjčování nebo darování produktů účastníkům, reklamních akcí zaměřených na konkrétní produkt nebo akci v prodejnách.

Dodržování hlavních zásad

MOV, Organizační výbor XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 („**Organizační výbor OH 2022**“) nebo příslušný NOV může odebrat oprávnění udělená na základě těchto hlavních zásad, nebo si může vyžádat stažení či úpravu reklamy, nebude-li dodrženo znění či duch těchto hlavních zásad. V konečném důsledku mohou být Účastníci, kteří nedodrží pravidla stanovená v tomto dokumentu, sankcionováni MOV, Organizačním výborem OH 2022 a/nebo svým NOV.

HLAVNÍ ZÁSADY

Všichni Účastníci mohou propagovat své sponzory a všichni sponzoři mohou používat osobnostní práva účastníků (v obou případech jde u sponzorů jak o olympijské partnery, tak i o neolympijské partnery) po dobu konání olympijských her, pokud budou jednat v souladu s následujícími hlavními zásadami.

1. REKLAMA OLYMPIJSKÝCH PARTNERŮ

- a. **Olympijskými partnery** se rozumí ty značky nebo společnosti, které uzavřely sponzorské smlouvy nebo licenční merchandisingové smlouvy s MOV, Organizačním výborem OH 2022 nebo jednotlivými NOV, a oficiální vysílatelé olympijských her, jimž byla MOV udělena vysílací práva na XXIV. zimní olympijské hry v Pekingu 2022.
- b. Olympijští partneři mohou používat osobnostní práva účastníka pro účely reklamy, a to výhradně:
 - v souladu s podmínkami příslušné smlouvy olympijského partnera s MOV, Organizačním výborem OH 2022 nebo příslušným NOV (dle konkrétního případu),
 - za předpokladu, že získají veškeré nezbytné **souhlas**y dotčených účastníků, a
 - za předpokladu, že budou dodržovat **doplňkové pokyny** pro Olympijské partnery, které vydá MOV a NOV před výběrem účastníka jeho NOV.
- c. **Olympijští partneři mohou realizovat blahopřejnou reklamu** po dobu konání olympijských her (další podrobnosti jsou uvedeny v hlavní zásadě č. 4).
- d. Reklamní činnosti realizované olympijskými partnery v souladu s touto hlavní zásadou č. 1 nepodléhají žádným dalším souhlasům ani procesům kromě běžných schvalovacích procesů, které se mohou uplatnit na základě smlouvy olympijského partnera s příslušnou olympijskou organizací.

2. REKLAMA NEOLYMPIJSKÝCH PARTNERŮ

- a. **Neolympijskými partnery** se rozumí ty značky, společnosti nebo jiné organizace, které nejsou olympijskými partnery.
- b. Neolympijské partneři mohou používat osobnostní práva účastníků po dobu konání olympijských her:
 - za předpokladu, že získají veškeré nezbytné **souhlas**y dotčených účastníků,
 - za předpokladu, že budou respektovány zásady MOV a příslušného NOV, jimiž se řídí činnosti nekompatibilní s hodnotami olympijského hnutí nebo příslušného NOV, například: zákazy sponzorování souvisejícího s tabákem, zakázanými návykovými látkami a dalšími kategoriemi (jako je alkohol, hazardní hry, pornografie či neetické oblasti podnikání),

- jestliže v takovéto reklamě **není použito žádné olympijské vlastnictví** (jak je definováno v odstavci g) níže), a
 - jestliže daná reklama představuje **reklamu všeobecného charakteru** (jak je definována v hlavní zásadě č. 3 níže) a je v souladu s veškerými pravidly pro reklamu všeobecného charakteru stanovenými příslušným NOV.
- c.** Aby mohli **neolympijské partnery** využívat výhod oprávnění uděleného podle této zásady, **musejí informovat MOV nebo NOV cílové země (dle konkrétní situace) o svých plánech na reklamu všeobecného charakteru nejpozději do 29. listopadu 2021** prostřednictvím k tomu určené online platformy, která je k dispozici na adrese <https://rule40.olympic.org/>.
- d.** Na základě této oznamovací povinnosti může MOV a jakýkoli příslušný NOV nebo organizační výbor OH získat informace o aktivitách, které jsou plánovány na jejich trhu, a ověřit soulad s těmito zásadami a zásadami uvedenými v odstavci b) výše. Veškerá zpětná vazba k návrhu reklamy bude poskytnuta do deseti (10) dní od přijetí MOV nebo NOV (dle konkrétní situace).
- e.** V případě reklamy v sociálních médiích **není nutné předem oznamovat jednotlivé příspěvky**, nicméně je třeba podat oznámení, v němž bude popsán plán reklamy v sociálních médiích, včetně povahy a plánovaného obsahu příspěvků, a to nejpozději do 29. listopadu 2021.
- f.** Aby byla dána příležitost i sportovcům, kteří se případně kvalifikují na XXIV. zimní olympijské hry v Pekingu 2022 po 29. listopadu 2021, MOV posoudí i návrh reklamy oznámený po tomto datu za předpokladu, že oznámení bude podáno prostřednictvím notifikační platformy minimálně patnáct (15) dní před zveřejněním zamýšlené reklamy.
- g.** Pro účely těchto zásad pojem **olympijského vlastnictví** zahrnuje:
- olympijský symbol,
 - emblém, maskoty, piktogramy a grafiku XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022,
 - jakýkoli emblém NOV nebo emblém národního olympijského týmu,
 - slova „olympijský“, „olympiáda“, „olympijské hry“,
 - název hostitelského města XXIV. zimních olympijských her v Pekingu 2022 a rok konání olympijských her („Peking 2022“),
 - jakékoli výrazy a symboly související s olympijským hnutím zapsané jako ochranné známky a/nebo chráněné příslušnými právními předpisy země daného NOV, kterou účastník reprezentuje, nebo země, v níž je reklama zpřístupněna,
 - názvy olympijských týmů, jako např. „tým UK“ nebo „tým Velké Británie“,
 - olympijské heslo „Citius – Altius – Fortius“,
 - veškeré filmy, hudební díla, umělecká díla a designy vytvořené MOV, Organizačním výborem OH 2022 nebo jakýmkoli NOV,
 - veškeré další symboly, designy, díla, slova nebo výrazy, které jsou překladem výše uvedeného nebo které jsou s výše uvedeným zaměnitelné.

3. REKLAMA VŠEOBECNÉHO CHARAKTERU

- a.** Reklamou **všeobecného charakteru** se rozumí jakákoli reklama společnosti nebo značky:
- i.** kde jedinou souvislostí mezi XXIV. zimními olympijskými hrami v Pekingu 2022, MOV, Organizačním výborem OH 2022, některým NOV a/nebo národním olympijským týmem některého NOV na straně jedné a příslušnou marketingovou aktivitou na straně druhé je skutečnost, že reklama využívá osobnostní práva účastníka,

- ii. která byla na trhu po dobu minimálně devadesáti (90) dní před dobou konání olympijských her, a
 - iii. která probíhá konzistentně a není v době konání olympijských her věcně zintenzivněna.
- b. Aby byla poskytnuta flexibilita sportovcům, kteří se účastní i dalších sportovních soutěží krátce před začátkem doby konání olympijských her nebo krátce po jejím skončení, MOV bude posuzovat udělení výjimky z pravidel uvedených v bodech (ii) a (iii) požadavků na reklamu všeobecného charakteru popsaných v odstavci a), a to individuálně případ od případu, avšak pouze za předpokladu, že budou splněny podmínky stanovené v bodě (i).
- c. Podobně individuálně případ od případu zváží MOV udělení výjimky z pravidel uvedených v bodech (ii) a (iii) u reklamy, která se řádně vztahuje k běžné reklamě značek, s nimiž je sportovec spojován. MOV bude vyžadovat informace zdůvodňující jakoukoli běžnou aktivitu a v každém případě musí být dodrženy podmínky uvedené v bodě (i) popisu reklamy všeobecného charakteru.
- d. Příklady reklam, které jsou reklamou všeobecného charakteru i které nejsou reklamou všeobecného charakteru, jsou k dispozici na portálu Athlete365.

4. BLAHOPŘEJNÁ REKLAMA

- a. Pro účely tohoto dokumentu se **blahopřejnou reklamou** rozumí jak:
 - **podporující vzkazy** povzbuzující, utěšující nebo jinak vyjadřující podporu danému sportovci nebo národnímu olympijskému týmu v souvislosti s jejich účastí na XXIV. zimních olympijských hrách v Pekingu 2022, tak i
 - **blahopřejné vzkazy** chválící sportovce nebo národní olympijský tým za jejich úspěchy dosažené na XXIV. zimních olympijských hrách v Pekingu 2022.
- b. **Blahopřejná reklama se nepovažuje za reklamu všeobecného charakteru**, a to vzhledem k její přirozené souvislosti s XXIV. zimními olympijskými hrami v Pekingu 2022. Proto v době konání olympijských her **mohou blahopřejnou reklamu realizovat pouze olympijští partneři**.
- c. Neolympijští partneři mohou Blahopřejnou reklamu realizovat jako podporu ve vztahu ke sportovcům, s nimiž mají uzavřenou smlouvu, **před začátkem doby konání olympijských her a po jejím skončení**, avšak bez využití jakéhokoli olympijského vlastnictví.

5. ONLINE VZKAZY ÚČASTNÍKŮ

- a. **Účastníci mohou zveřejňovat jednoduché děkonné vzkazy** Olympijským partnerům a/nebo svým osobním neolympijským partnerům na svých osobních webových stránkách a/nebo osobních účtech na sociálních sítích, **a to i během doby konání olympijských her**, avšak jejich příspěvky:
 - nesmějí zahrnovat žádné prohlášení ani implikaci, že určitý produkt nebo služba **zlepšila účastníkův výkon**,
 - nesmějí zahrnovat žádné **vyjádření osobní podpory** daného produktu nebo služby (což se liší od poděkování sponzorovi za jeho podporu), a

- musí respektovat zásady MOV a příslušného NOV, jimiž se řídí činnosti nekompatibilní s hodnotami olympijského hnutí nebo příslušného NOV, například: zákaz sponzorování souvisejícího s tabákem, zakázanými návykovými látkami a dalšími kategoriemi (jako je alkohol, hazardní hry, pornografie či neetické oblasti podnikání), nebo musí respektovat omezení používání vyobrazení či videí daného sportovce v dresu či výbavě jeho národního olympijského týmu nebo vyobrazení či videí jakékoli olympijské medaile.
- b. Děkovné vzkazy neolympijským partnerům jsou omezeny na jeden děkovný vzkaz každému osobnímu neolympijskému partnerovi**, který bude uveřejněn prostřednictvím účtů účastníka na sociálních sítích. Jeden identický vzkaz uveřejněný ve stejnou dobu na několika platformách sociálních médií se pro tyto účely považuje za jeden vzkaz. Takovéto příspěvky (včetně případných příložených fotografií či videí) **nesmějí naznačovat komerční vztah** mezi Neolympijským partnerem a MOV, XXIV. zimními olympijskými hrami v Pekingu 2022, NOV nebo národním olympijským týmem.
- c.** Účastníci mohou **přeposílat nebo sdílet obsah z účtů na sociálních sítích od MOV, Organizačního výboru OH 2022, svého národního olympijského týmu nebo svého NOV**. Takto přeposílaný či sdílený obsah však nesmí obsahovat děkovné vzkazy ani jiné odkazy na Neolympijské partnery.
- d.** Účastníci nemusejí o zveřejnění děkovných vzkazů online předem informovat MOV ani svůj NOV, ale měli by se se svým NOV poradit, pokud budou mít jakékoli pochybnosti ohledně toho, zda je daný příspěvek v souladu s těmito hlavními zásadami.
- e.** Sportovci by si zároveň měli uvědomovat vliv, který mají na nákupní rozhodování svých fanoušků, pokud ve svých příspěvcích propagují nějakou značku. Sportovci (podobně jako jiné vlivné osoby) by měli být **poctiví, transparentní a neměli by své fanoušky uvést v omyl** ohledně toho, zda za propagaci značky ve svých příspěvcích obdrželi finanční úhradu, pobídku nebo jinou odměnu. To by mělo být jednoznačně uvedeno, pokud je v příspěvku jakkoli zmiňována nějaká značka.