



Commercial Opportunities for Athletes

Olympic Winter Games Beijing 2022

Frequently Asked Questions for Athletes

Wersja polska

February 2021

W czerwcu 2019 r. MKOl zaktualizował art. 40 Karty Olimpijskiej i ustanowił zestaw Kluczowych Zasad, które określają, w jaki sposób sportowcy rywalizujący na XXIV Zimowych Igrzyskach Olimpijskich Pekin 2022 mogą angażować się i czerpać korzyści ze współpracy z osobistymi sponsorami, jednocześnie równoważąc potrzeby MKOl i Narodowych Komitetów Olimpijskich w celu zebrania funduszy na wsparcie wszystkich sportowców startujących na Igrzyskach i gwarantują odbywanie się samych Igrzysk.

Niniejszy dokument jest podsumowaniem Kluczowych Zasad dla sportowców rywalizujących na Igrzyskach Olimpijskich. Czytaj dalej, aby dowiedzieć się, w jaki sposób możesz skorzystać ze zmian w Karcie Olimpijskiej, jednocześnie przestrzegając zasad MKOl i swojej narodowej reprezentacji olimpijskiej.

Wstęp od PKOl

Zasada 40 to zasada MKOl mająca na celu wspieranie i ochronę zdolności MKOl do organizacji Igrzysk Olimpijskich i wspierania finansowania solidarności sportowców na całym świecie. MKOl rozdziela 90% swoich przychodów na komitety organizacyjne, federacje międzynarodowe, narodowe komitety olimpijskie, sportowców i programy sportowe.

W czerwcu 2019 r. MKOl zaktualizował art. 40 Karty Olimpijskiej i ustanowił zestaw Kluczowych Zasad, które określają, w jaki sposób sportowcy rywalizujący na XXIV Zimowych Igrzyskach Olimpijskich Pekin 2022 mogą angażować się i czerpać korzyści ze współpracy z osobistymi sponsorami, jednocześnie równoważąc potrzeby MKOl i Narodowych Komitetów Olimpijskich w celu zebrania funduszy na wsparcie wszystkich sportowców startujących na Igrzyskach, sportów olimpijskich i gwarantując odbywanie się samych Igrzysk Olimpijskich.

Te Zasady odzwierciedlają niezbędną równowagę między zbiorowym interesem w ochronie modelu finansowania solidarności olimpijskiej a prawem każdego sportowca do generowania dochodu, jak to zostało podkreślone w Prawie 5 Deklaracji Sportowców – *Wykorzystanie możliwości generowania dochodu w związku z ich karierą sportową, nazwiskiem i wizerunkiem, przy jednoczesnym uznaniu własności intelektualnej lub innych praw, zasad imprezy i organizacji sportowych, a także Karty Olimpijskiej*

Podobnie, w imieniu Polskiego Komitetu Olimpijskiego, pragniemy podkreślić, iż zawsze wspieramy i będziemy wspierać sportowców maksymalizujących swój potencjał zarobkowy, ale równocześnie, jako organizacja niedochodowa, jesteśmy odpowiedzialni za ochronę niezbędnego finansowania PKOl, opartego o program sponsoringu Polskiej Reprezentacji Olimpijskiej, który zapewnia wszystkim polskim sportowcom, niezależnie od ich wieku czy statutu sponsorskiego, równe i uczciwe szanse udziału w zawodach olimpijskich.

W ciągu najbliższych trzech lat (do roku 2024) PKOl przygotuje udział blisko 600 sportowców w min. 8 wydarzeniach olimpijskich XXIV Zimowe Igrzyska Olimpijskie Pekin 2022, III Igrzyska Europejskie Kraków-Małopolska 2023, Igrzyska XXXIII Olimpiady Paryż 2024, IV Zimowe Młodzieżowe Igrzyska Olimpijskie Gangwon 2024 i Olimpijskie Festiwale Młodzieży Europy - letnie EYOF 2022 i 2023 i zimowe EYOF 2022 i 2023.

Wierzmy, iż tegoroczne Zasady do Reguły 40, bardziej elastyczne, dające sportowcom np. możliwość podziękowania swoim osobistym sponsorom w czasie Igrzysk, pomogą wszystkim zawodnikom zwiększyć własne finansowanie i możliwości marketingowe, a jednocześnie znajdziemy zrozumienie wśród sportowców i pozostałych Członków Polskiej Reprezentacji Olimpijskiej odnośnie konieczności szanowania praw PKOl oraz Sponsorów i Partnerów Olimpijskich, dzięki którym wszyscy polscy sportowcy mogą uczestniczyć w tych największych zawodach sportowych świata.

Serdecznie prosimy wszystkich uczestników Igrzysk o zapoznanie się z **Wytycznymi / Zasadami MKOl** oraz **Wytycznymi / Zasadami PKOl**.

Aby stanowisko PKOl w sprawie Zasady 40 było jasne, poniżej przedstawiamy tłumaczenie dokumentu MKOl najczęściej zadawane pytania oraz odpowiedzi, który uzupełnia dokument **Przewodnik ilustrowany MKOl dla Sponsorów Nie-olimpijskich** oraz jego **polskie tłumaczenie**.

Aby uzyskać więcej informacji prosimy o kontakt z MKOl pod adresem rule40@olympic.org lub rule40@pkol.pl.

SPIS TREŚCI

SPORTOWCY

Co muszę wiedzieć?	5
Kogo te zasady dotyczą?	5
W jakim zakresie te Zasady mnie dotyczą?	5
Kiedy te Zasady obowiązują?	6
W jaką działalność mogę się angażować w okresie Ciszy Olimpijskiej?	6

SPONSORZY

Co powinni zrobić moi sponsorzy, jeśli chcą wykorzystać moje imię i nazwisko lub wizerunek w Okresie Igrzysk (tj. Ciszy Olimpijskiej)?	10
Czy mój osobisty sponsor może pogratulować mi występu na Igrzyskach Olimpijskich?	11

DODATKOWE INFORMACJE

Dlaczego istnieją ograniczenia dotyczące mojej działalności komercyjnej z partnerami nie-olimpijskimi?	12
Kto będzie nadzorował przestrzeganie Zasad i w jaki sposób?	15
Z kim mam się kontaktować w celu pozyskania dalszych informacji?	15

SPORTOWCY

Co muszę wiedzieć?

W przypadku Zimowych Igrzysk Olimpijskich Pekin 2022, MKOl zapewnia więcej możliwości i elastyczności w zakresie udziału w działaniach komercyjnych podczas Igrzysk.

Zasady do Reguły 40 pozwalają generować dochody od swoich sponsorów indywidualnych i pojawiać się w reklamach dla tych sponsorów także podczas Okresu Igrzysk, jednak pod pewnymi warunkami.

Ważne jest, aby upewnić się, że Twoi indywidualni sponsorzy są świadomi Zasad i przestrzegają ich. Szczegółowe wskazówki są dostępne dla agentów sportowców i osobistych sponsorów w samych **Kluczowych Zasadach** oraz w **Ilustrowanym przewodniku MKOl**.

Pamiętaj, że Twój **Narodowy Komitet Olimpijski (PKOl) będzie nadzorował reklamy na terenie Polski**, dlatego upewnij się, że Twoi sponsorzy znają **Zasady** i złożyli odpowiedni **Wniosek**.

Kogo te zasady dotyczą?

W tym przewodniku generalnie odnosimy się tylko do sportowców, ale kluczowe zasady mają zastosowanie do wszystkich zawodników, trenerów, działaczy itp. (tj. Członków Narodowej Reprezentacji Olimpijskiej, zwanych w dokumencie Uczestnikami Igrzysk), którzy biorą udział w Igrzyskach Olimpijskich.

"Sponsorzy/Partnerzy Olimpijscy" to marki lub firmy sponsorujące MKOl, Komitet Organizacyjny Igrzysk Olimpijskich i Narodowy Komitet Olimpijski (PKOl) oraz oficjalni nadawcy Igrzysk Olimpijskich.

Wszystkie inne marki lub firmy lub inne organizacje są **"Sponsorami / Partnerami Nie-olimpijskimi"**.

W jakim zakresie te Zasady mnie dotyczą?

Zasady mają zastosowanie **do wszystkich rodzajów promocji**, w które możesz być zaangażowany. Obejmuje to komercyjne posty w mediach społecznościowych i kampanie promocyjne; użyczenie lub podarowanie produktów sportowcom; a także tradycyjne formy reklamy, takie jak: reklama prasowa, telewizyjna, internetowa, outdoor, plakaty itp.

Kiedy te Zasady obowiązują?

Zasady obowiązują w **Okresie Igrzysk (tzw. Ciszy Olimpijskiej)**, która każdorazowo definiowana jest przez MKOl. Obecna rozpoczyna się **od 27 stycznia 2022 r.** (od dnia otwarcia Wioski Olimpijskiej Zimowych Igrzysk Olimpijskich Pekin 2022), a kończy **22 lutego 2022 r.** (dwa dni po Ceremonii Zamknięcia tych Igrzysk).

January

M	T	W	T	F	S	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

February

M	T	W	T	F	S	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						



Key Principles apply on these dates



Opening and Closing ceremony

W jaką działalność mogę się angażować w okresie Ciszy Olimpijskiej?

1. Zawieraj osobiste umowy sponsorskie

W każdej chwili możesz zawrzeć umowy ze sponsorami osobistymi (indywidualnymi): przed, podczas lub po Zimowych Igrzyskach Olimpijskich Pekin 2022.

Jeśli obecnie szukasz sponsora, MKOl zapewnia w tym zakresie wsparcie i porady za pośrednictwem **portalu Athlete365**.

Możesz zwrócić się o współpracę do oficjalnych Sponsorów Olimpijskich, którzy zapewniają bezpośrednie wsparcie, jako sponsorzy indywidualni, setkom sportowców na całym świecie, w wielu różnych dyscyplinach sportowych.



Możesz zawierać także umowy z markami innymi niż Sponsorzy Olimpijscy. Przed podpisaniem umowy sprawdź jednak wszelkie **Zasady**, jakie obowiązują w PKOl w Okresie Igrzysk, a także w Twoich rodzimych związkach sportowych, które będą miały znaczenie dla Twoich osobistych zobowiązań.

2. Co mogę zaoferować sponsorom osobistym?

W Okresie Igrzysk, w zgodzie z Zasadami, możesz pokazać wsparcie i pomoc udzielane przez osobistych sponsorów w Twojej drodze do sukcesu sportowego.



W okresie Ciszy Olimpijskiej możesz przekazać jedną prostą wiadomość z podziękowaniami każdemu swojemu Sponsorowi Nie-olimpijskiemu, pod warunkiem przestrzegania Zasad (bez Dóbr Olimpijskich i Kontekstu Olimpijskiego).

Pojedyncza, identyczna wiadomość, opublikowana w tym samym czasie na wielu platformach społecznościowych, liczy się jako jedna wiadomość.



Przed lub po Okresie Ciszy Olimpijskiej nie ma ograniczeń co do liczby wiadomości z podziękowaniami, które możesz przekazać osobistym Sponsorom Nie-olimpijskim.

Podziękowania dozwolone na mocy Zasad, są dopuszczane raczej w celu umożliwienia wydłużenia okresu współpracy z osobistym sponsorem, a nie realizacji postów typu "pay-per-post" lub podobnych skoncentrowanych na promowaniu marki sponsora.

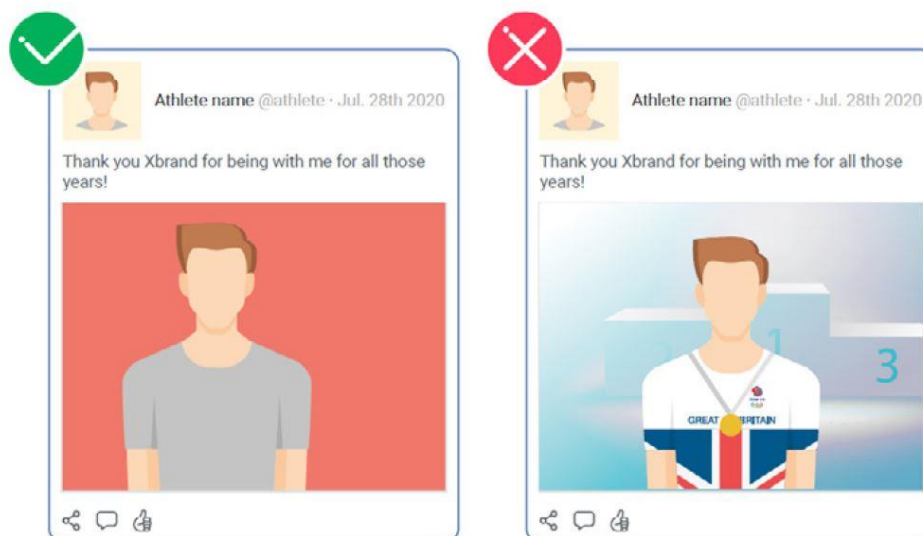


Sportowcy (i inni uczestnicy Igrzysk Olimpijskich) powinni mieć jasność co do tego, czy otrzymali wynagrodzenie lub inne nagrody za promowanie marki na swoim poście. **Treści umieszczane przez sportowców na swoich profilach w Okresie Igrzysk nie powinny zawierać żadnego osobistego poparcia dla produktu lub usługi ani sugerować, że produkt lub usługa pomogły im w osiągnięciu wyników sportowych.**

„Podziękowania” dla Partnerów Nie-olimpijskich NIE POWINNY:

- zawierać jakichkolwiek **Dóbr Olimpijskich i Kontekstu Olimpijskiego** (takich jak symbol olimpijski lub inne obrazy olimpijskie, motta lub zwroty, "Pekin 2022" oraz inne właściwości wymienione w **Zasadach**)
- zawierać zdjęć lub filmów z obiektów i aren olimpijskich lub ceremonii wręczenia medali olimpijskich,
- przedstawiać sportowca w oficjalnym stroju Polskiej Reprezentacji Olimpijskiej
- zawierać wizerunku medalu olimpijskiego,
- zawierać osobistej rekomendacji produktu lub usługi, lub sugerować, że produkt lub usługa pomogły w osiągnięciu wyników sportowych.

„Podziękowania” dla Partnerów Olimpijskich nie powinny być łączone z „podziękowaniami” dla Partnerów Nie-olimpijskich.



Nie musisz powiadamiać MKOl ani PKOl przed opublikowaniem „podziękowań” dla swoich sponsorów, chyba, że masz jakiegokolwiek wątpliwości co do tego, czy są one zgodny z Zasadami.



Jeśli „podziękowania” są skierowane do Partnera Olimpijskiego, możesz użyć wszelkich obrazów i Dóbr Olimpijskich, w tym zdjęć z obiektów olimpijskich lub ceremonii medali olimpijskich lub przedstawiających oficjalny strój polskiej reprezentacji olimpijskiej lub medale olimpijskie. Nie ma ograniczeń co do liczby wiadomości z podziękowaniami, które mogą być kierowane do Partnerów Olimpijskich w dowolnym momencie, także w okresie Ciszy Olimpijskiej.

3. Jak mogę uczestniczyć w kampaniach reklamowych swoich sponsorów?

Możesz uczestniczyć w kampaniach reklamowych swoich osobistych sponsorów, w tym w Okresie Ciszy Olimpijskiej, zgodnie z Zasadami. Główne elementy podsumowano poniżej.



Sponsorzy indywidualni muszą uzyskać Twoją zgodę na wykorzystanie Twojego imienia i nazwiska lub innego wizerunku (np. autograf).

Wszelkie kampanie prowadzone w Okresie Ciszy Olimpijskiej przez Partnerów Nie-olimpijskich nie mogą wykorzystywać Dóbr Olimpijskich i Kontekstu Olimpijskiego, muszą być zgodne z zasadami MKOl i PKOl oraz muszą być generyczne.

Oznacza to, że muszą:

1. nie nawiązywać w żaden sposób do Igrzysk Olimpijskich (poza prezentowaniem Ciebie jako sportowca olimpijskiego),
2. regularnie pojawiać się na rynku co najmniej 90 dni przed Okresem Ciszy Olimpijskiej oraz
3. nie zwiększać częstotliwości emisji w okresie Ciszy Olimpijskiej

Wymagania 2 i 3 będą stosowane elastycznie w celu wsparcia sportowców, którzy mogą zdobyć kwalifikacje na Igrzyska Olimpijskie na późnym etapie.

Aby pomóc Twoim osobistym sponsorom spełnić te wymagania, ilustrowane wskazówki dotyczące tego, co można uznać za reklamę "generyczną", są dostępne pod adresem: [Beijing-2022-Commercial-Opportunities-for-Athletes-Illustrative-GuidelinesFINAL.pdf \(olympics.com\)](#) lub w [wersji polskiej](#) w zakładce [#TeamPolska na olimpijski.pl](#).

Partnerzy Olimpijscy mogą prowadzić kampanie sportowe, które zawierają Dobra olimpijskie i Kontekst Olimpijski, zgodnie z umowami z MKOl, PKOl lub Komitetem Organizacyjnym Igrzysk.

SPONSORZY

Co powinni zrobić moi sponsorzy, jeśli chcą wykorzystać moje imię i nazwisko lub wizerunek w Okresie Igrzysk (tj. Cisy Olimpijskiej)?

Jeśli Twój osobisty **sponsor planuje zaprezentować Cię w reklamie na arenie międzynarodowej** (czyli w więcej niż jednym kraju), ważne jest, aby zapoznać się z **Zasadami MKOI** i **Przewodnikiem Ilustrowanym**.

Jeśli Twój osobisty sponsor planuje przedstawić Cię **w reklamie tylko w jednym kraju**, powinien skonsultować się z Twoim Narodowym Komitetem Olimpijskim (**w Polsce PKOI**), aby zrozumieć **Zasady**, które obowiązują w tym kraju.



Twój sponsor musi powiadomić MKOI o wszelkich **międzynarodowych planach reklamowych do 29 listopada 2021 r.** za pośrednictwem portalu pod adresem **rule40.olympics.com**.

Celem tego powiadomienia jest zagwarantowanie pewności zarówno dla sportowca, jak i jego sponsora, że reklamy spełniają Wytyczne i zostały zaakceptowane przez MKOI.



Późniejsze powiadomienie jest możliwe w przypadku reklam przedstawiających sportowców, którzy zdobędą kwalifikacje na Igrzyska Olimpijskie Pekin 2022 po 29 listopada 2021 r.

Jeśli MKOI ma jakiegokolwiek informacje zwrotne na temat zgłoszonych reklam, zostaną one przekazane **w ciągu 10 dni**.

Jeśli Twój osobisty sponsor jest jednocześnie Partnerem Olimpijskim, może on wyświetlać reklamy i gratulacje w dowolnym momencie Okresu Igrzysk.

W odniesieniu do reklamy **w mediach społecznościowych** Nie-olimpijscy Sponsorzy Indywidualni **nie muszą z wyprzedzeniem powiadamiać o każdym pojedynczym poście, ale przedstawić w składanym do 29 listopada 2021 Wniosku szczegóły planu reklamowego, w tym charakter i planowaną treść postów.**

Czy mój osobisty sponsor może pogratulować mi występu na Igrzyskach Olimpijskich?



W okresie Ciszy Olimpijskiej tylko Partnerzy Olimpijscy mogą angażować się w reklamę gratulacyjną.



Przed i po okresie Ciszy Olimpijskiej Partnerzy Nie-olimpijscy mogą zaangażować się w reklamę gratulacyjną swoich sportowców, ale bez wykorzystywania Dóbr olimpijskich i Kontekstu olimpijskiego.

DODATKOWE INFORMACJE

Dlaczego istnieją ograniczenia dotyczące mojej działalności komercyjnej z partnerami nie-olimpijskimi?

Igrzyska Olimpijskie są wyjątkowe i pozwalają na rywalizację sportową zawodnikom ze wszystkich krajów świata, w ogromnej różnorodności sportów.

Jednakże, podczas gdy niektóre narodowe reprezentacje olimpijskie otrzymują znaczne fundusze publiczne na wyjazd na Igrzyska Olimpijskie, inne nie otrzymują żadnych.

Część Komitetów Narodowych, w tym Polski Komitet Olimpijski, polega na finansowaniu ze źródeł prywatnych, takich jak sponsoring.

Istnieje też kilkanaście narodowych reprezentacji olimpijskich, a przede wszystkim większość zawodników, które/którzy nie ma własnych dochodów sponsorskich.



Aby zaradzić tej różnicy i zapewnić równy start w Igrzyskach Olimpijskich wszystkim krajom, **programy MKOl są skonstruowane tak, aby pomóc wszystkim 206 reprezentacjom olimpijskim na całym świecie, a także reprezentacji olimpijskiej uchodźców.**

Wszyscy sportowcy rywalizują na Igrzyskach Olimpijskich w ramach Reprezentacji Olimpijskiej swojego kraju. Reprezentacje te są wspierane przez MKOl poprzez "solidarny" model finansowania Igrzysk Olimpijskich.

Podobnie PKOl nie faworyzuje jednych zawodników, nad innymi. Każdy zawodnik startujący na Igrzyskach, jest dla nas tak samo ważny, każdy jest członkiem „Jednej drużyny”.

Sportowcy korzystają również ze wsparcia, które MKOl zapewnia Międzynarodowym Federacjom (IF) sportów reprezentowanych na Igrzyskach Olimpijskich.

Trzecim sposobem na czerpanie korzyści jest wkład MKOl w organizację Igrzysk Olimpijskich. Pokrywa to nie tylko dużą część kosztów samej organizacji Igrzysk, ale także podróże, zakwaterowanie i opiekę medyczną dla sportowców i działaczy sportowych.

Sportowcy mogą również korzystać z indywidualnych stypendiów Solidarności Olimpijskiej.

To tylko niektóre z przykładów tego, jak **wszyscy sportowcy korzystają z „solidarnego” modelu finansowania igrzysk olimpijskich.**

Dzięki „solidarnemu” modelowi finansowania, Igrzyska Olimpijskie są najbardziej uniwersalną imprezą sportową na świecie, pozwalającą wszystkim najlepszym sportowcom świata na równą rywalizację.

Oprócz finansowania solidarnościowego MKOl, Zasada 40 pomaga wspierać programy sponsorskie realizowane przez Komitety Organizacyjne Igrzysk Olimpijskich i Narodowe Komitety Olimpijskie, a także wspiera finansowanie obiektów na Igrzyskach Olimpijskich.

Ponadto, Partnerzy Olimpijscy zapewniają bezpośrednie wsparcie finansowe tysiącom indywidualnych sportowców na całym świecie, z wielu różnych dyscyplin sportowych.

Co więcej, dzięki globalnej transmisji z Igrzysk Olimpijskich, rośnie rozpoznawalność zawodników, tym samym udział w Igrzyskach pomaga generować świadomość osiągnięć każdego sportowca, zwiększając jego wartość w oczach obecnych i przyszłych sponsorów.

Kirsty Coventry, przewodnicząca Komisji Sportowców MKOl, w swoim liście otwartym podkreśliła ryzyko, jakie może wystąpić, jeśli model reklamy sportowców indywidualnych zostanie zaburzony.

Może to spowodować długoterminowe szkody w strukturze finansowania Igrzysk Olimpijskich poprzez:

- zniszczenie źródeł dochodów, które wspierają sportowców z całego świata w rywalizacji na Igrzyskach Olimpijskich;
- podważanie różnorodności dyscyplin sportowych prezentowanych na Igrzyskach Olimpijskich;
- negatywny wpływ na doświadczenia sportowców podczas Igrzysk; i
- ostatecznie ryzyko pozyskania środków finansowych na organizację kolejnych Igrzysk Olimpijskich w przyszłości.

Deklaracja praw i obowiązków sportowców (dokument o znaczeniu historycznym, opracowany w ogólnoswiatowym procesie konsultacyjnym z inicjatywy sportowców, przez sportowców i dla sportowców) „dąży do promowania możliwości sportowców w zakresie [...] zwiększania możliwości sportowców pozyskiwania dochodów w związku z ich karierą sportową, nazwiskiem i wizerunkiem, przy jednoczesnym poszanowaniu praw własności intelektualnej oraz innych praw, zasad obowiązujących na Igrzyskach i regulaminów organizacji sportowych, a także postanowień Karty olimpijskiej”, a ponadto „zachęca sportowców do [...] przestrzegania zasady solidarności Ruchu Olimpijskiego, która umożliwia udzielanie pomocy i wsparcia wśród sportowców i członków Ruchu Olimpijskiego”.

MKOl opracowując Zasady obowiązujące podczas Igrzysk Olimpijskich w Pekinie w 2022 r. stawiał na pierwszym miejscu interesy sportowców oraz rozsądną równowagę między tymi dwoma czynnikami.

Zasady ograniczające wykorzystanie Wizerunku sportowców podczas IO w Pekinie 2022 obowiązują tylko przez bardzo krótki czas (28 dni) i nadal umożliwiają sportowcom uzyskiwanie dochodów z osobistego sponsoringu oraz pojawianie się w dobrze zaplanowanych kampaniach podczas trwania Igrzysk.

Jednak poprzez zaakceptowanie pewnych ograniczeń na czas Igrzysk, sportowcy, którzy korzystają ze sponsoringu osobistego, pomagają zapewnić fundusze udostępniane wszystkim reprezentacjom narodowym (zwłaszcza tym, które nie mają dochodów ze sponsoringu). Tym samym wspierają zasadę solidarności i pomagają zapewnić, by sportowcy z całego świata mieli możliwość uczestniczenia w Igrzyskach, a organizacja kolejnych Igrzysk była kontynuowana.

Kto będzie nadzorował przestrzeganie Zasad i w jaki sposób?

Z perspektywy międzynarodowej działalność reklamową będzie nadzorował Międzynarodowy Komitet Olimpijski, dlatego ważne jest, aby międzynarodowe działania reklamowe były zgłaszane do MKOI za pośrednictwem platformy internetowej.

Kampanie w jednym kraju będą nadzorowane przez odpowiedni Narodowy Komitet Olimpijski.

Proszę zawsze sprawdzać konkretne zastosowanie Zasad ze swoim Narodowym Komitetem Olimpijskim (w Polsce PKOI).

Jeśli Zasady nie będą przestrzegane, każda sytuacja będzie rozpatrywana indywidualnie.

MKOI lub PKOI może zażądać wycofania lub zmiany reklamy.

W poważnych przypadkach mogą zostać nałożone sankcje.

MKOI zaleca Narodowym Komitetom Olimpijskim, aby z zasady wykorzystywały sankcje finansowe, a nie sankcje sportowe, takie jak wycofanie zawodnika z Igrzysk.

Z kim mam się kontaktować w celu pozyskania dalszych informacji?

Skontaktuj się proszę ze swoim Narodowym Komitetem Olimpijskim, aby uzyskać więcej informacji na temat tych Zasad i możliwości, jakie oferują Tobie i Twoim sponsorom.

Kontakt do PKOI: rule40@pkol.pl

Kontakt do MKOI: rule40@olympic.org



THOUSANDS COMPETE MILLIONS PLAY BILLIONS INSPIRED

Thanks to our Worldwide Olympic Partners

