



Międzynarodowy Komitet Olimpijski

**MOŻLIWOŚCI PODEJMOWANIA DZIAŁAŃ
O CHARAKTERZE KOMERCYJNYM
PRZEZ UCZESTNIKÓW
XXV ZIMOWYCH IGRZYSK OLIMPIJSKICH
MEDIOLAN-CORTINA 2026**

CEL I REALIZACJA

Niniejszy dokument określa „Zasady Generalne wykorzystywania wizerunku Uczestników do celów reklamowych” (zdefiniowanych w dziale „Zakres” poniżej), które mają zastosowanie do XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026 (zwanymi dalej „**ZIO Mediolan-Cortina 2026**” lub „**Zimowe Igrzyska Olimpijskie**”) i będące w zgodzie z przepisem wykonawczym nr 3 do Reguły 40 Karty Olimpijskiej. Jego celem jest objaśnienie istniejących w Okresie Igrzysk (tzw. Cisy Olimpijskiej, zdefiniowanej poniżej w dokumencie) możliwości Uczestników w kontekście współpracy ze sponsorami lub partnerami, prowadzonej w sposób zgodny z zapisami „Deklaracji praw i obowiązków zawodników” oraz „Karty Olimpijskiej”.

Wszyscy Uczestnicy mogą promować swoich Sponsorów, a wszyscy Sponsorzy mogą korzystać z Wizerunku Uczestników w Okresie Igrzysk zgodnie z Zasadami Generalnymi opisanymi w niniejszym dokumencie.

Obowiązkiem wszystkich Uczestników jest przestrzeganie niniejszych Zasad Generalnych. Co więcej, Sponsorzy lub inne organizacje wykorzystujące wizerunek zawodniczek i zawodników w swojej działalności reklamowej, a także federacje sportowe i menadżerowie, którzy doradzają zawodniczkom i zawodnikom w zakresie prowadzonej przez nich działalności reklamowej, powinni upewnić się, że działają i doradzają im z poszanowaniem niniejszych Zasad Generalnych. Zasady te umożliwiają zawodniczkom, zawodnikom i ich Sponsorom dalsze prowadzenie właściwie zaplanowanych kampanii, w ramach których nie dojdzie do nienależytego wykorzystywania igrzysk olimpijskich lub innych symboli i praw należących do podmiotów Ruchu Olimpijskiego.

Role i obowiązki

Każdy Narodowy Komitet Olimpijski (zwany dalej „**NKOl**” lub odpowiednio „**PKOl**”) jest odpowiedzialny za wdrożenie niniejszych Zasad na swoim terytorium. W krajach będących gospodarzami igrzysk olimpijskich, w tym najbliższych XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026, za realizację tych Zasad Generalnych współodpowiedzialne są NKOl i odpowiedni Komitet Organizacyjny Igrzysk Olimpijskich (zwany dalej „**KOlO**”).

Omawiane regulacje prawne mogą różnić się w poszczególnych krajach w zależności od obowiązujących przepisów ustawowych i wykonawczych, stosownego orzecznictwa i konkretnych umów zawartych pomiędzy NKOl i Uczestnikami (w szczególności w odniesieniu do wsparcia finansowego i rzeczowego, które NKOl zapewniają Uczestnikom). W rezultacie poszczególne NKOl mogą realizować te Zasady Generalne w odmienny sposób.

Każdy NKOl będzie nadzorował przestrzeganie niniejszych Zasad w związku z działalnością reklamową prowadzoną na swoim terytorium. Dlatego właściwy NKOl (*w Polsce PKOl*) musi zostać powiadomiony o działalności reklamowej skierowanej na **określone terytorium**, chyba że taki Komitet postanowi inaczej.

Reklama jest uważana za **skierowaną** na dane terytorium, jeśli (1) wykorzystuje wizerunek Uczestnika, który reprezentuje NKOl tego konkretnego terytorium, oraz (2)

- prowadzona jest w języku lokalnym tego terytorium lub kraju, lub
- w przypadku mediów komercyjnych – pojawia się w mediach działających na tym terytorium lub w tym kraju.

Międzynarodowy Komitet Olimpijski (zwany dalej „**MKOl**”) będzie nadzorował przestrzeganie tych Zasad Generalnych w związku z międzynarodową działalnością reklamową, w porozumieniu z odpowiednimi NKOl oraz KOlO. MKOl musi zatem zostać powiadomiony o działalności reklamowej, która nie jest skierowana na określone terytorium lub jest przeznaczona dla więcej niż jednego kraju.

KONTEKST

Zapewnienie globalnego uczestnictwa w igrzyskach olimpijskich

Igrzyska Olimpijskie są wyjątkowym wydarzeniem. Są jedynymi prawdziwie globalnymi zawodami wielosportowymi i stanowią ukoronowanie kariery sportowej występujących na nich zawodników. Ważne jest, aby na igrzyskach reprezentowanych było jak najwięcej krajów z całego świata.

Aby zagwarantować, że wszystkie Narodowe Reprezentacje Olimpijskie otrzymają finansowanie umożliwiające przygotowanie się do igrzysk i rywalizację na igrzyskach, MKOI prowadzi międzynarodowy program marketingowy oparty na zasadzie solidarności: poszczególne NKOI uczestniczą i otrzymują przychody z prowadzonego na całym świecie programu przy założeniu, że przychody takie są rozdysponowane wśród wszystkich pozostałych Narodowych Komitetów Olimpijskich w celu sfinansowania prowadzonej przez nie działalności, rozwoju sportu oraz udziału w Igrzyskach Olimpijskich, a także w celu wsparcia organizacji Igrzysk. Program ten pomaga zabezpieczyć finansowanie wszystkich NKOI, niezależnie od ich indywidualnego dochodu, a także niezależnie od tego, czy wchodzący w skład ich reprezentacji zawodniczki i zawodnicy odnoszą komercyjny lub sportowy sukces.

Ponadto NKOI prowadzą na swoim terytorium krajowe programy marketingowe, których celem jest finansowanie prowadzonych przez siebie działań, rozwoju sportu, udziału Narodowej Reprezentacji w Igrzyskach Olimpijskich i innych programów. KOIO prowadzi również krajowe programy marketingowe generujące prywatne finansowanie Igrzysk Olimpijskich – wydatkowane przez sektor prywatny środki uzyskane dzięki tym programom pomagają zmniejszyć zapotrzebowanie na finansowanie igrzysk olimpijskich z kieszeni podatników.

Podobnie jak większość programów sponsorskich, **olimpijskie programy marketingowe opierają się na przyznaniu wyłącznych praw do kojarzenia z Ruchem Olimpijskim**, w tym poprzez wykorzystanie symboli, treści i obrazów olimpijskich do celów reklamowych. Unikatową wartością Igrzysk Olimpijskich jest to, że działalność reklamowa na Igrzyskach Olimpijskich (obiektach igrzysk i strojach sportowców) jest ograniczona, co ma służyć skoncentrowaniu uwagi na występach sportowych zawodniczek i zawodników.

Skojarzenia z Igrzyskami Olimpijskimi, zwłaszcza poprzez wykorzystanie wizerunku zawodniczek i zawodników, są szczególnie silne w czasie trwania Igrzysk i w okresie bezpośrednio je poprzedzającym. W związku z tym Karta Olimpijska ustanawia zasady (ograniczenia) dotyczące możliwości wykorzystywania wizerunku zawodniczek i zawodników (i pozostałych Uczestników) w działalności reklamowej podczas Okresu Igrzysk.

Te częściowe ograniczenia pomagają zachować odrębność oficjalnych olimpijskich marketingowych programów, a tym samym utrzymać finansowanie globalnego udziału zawodniczek i zawodników, Narodowych Reprezentacji oraz organizacji Igrzysk Olimpijskich.

Prawa i obowiązki Uczestników

Przy określaniu Zasad Generalnych, MKOI na pierwszym miejscu postawił interes zawodniczek i zawodników. W szczególności, Zasady te zostały oparte na *Deklaracji praw i obowiązków sportowców*, historycznej inicjatywie społeczności zawodniczej, opracowanej przez i dla członków tej społeczności w ramach ogólnosiwiatowego procesu konsultacji.

W szczególności Deklaracja „*dąży do promowania możliwości i zdolności sportowców do [...] wykorzystywania szans na generowanie dochodu w związku z ich karierą sportową, nazwiskiem i wizerunkiem, przy jednoczesnym uznaniu własności intelektualnej lub innych praw, zasad organizacji zawodów i organizacji sportowych, a także Karty Olimpijskiej*” oraz „*zachęca sportowców do [...] przestrzegania zasady solidarności Ruchu Olimpijskiego, która umożliwia udzielanie pomocy i wsparcia sportowcom oraz innym członkom Ruchu Olimpijskiego*”.

Zasady wyjaśnione w niniejszym dokumencie zostały opracowane zgodnie z tymi prawami i obowiązkami.

Sponsoring osobisty podczas Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026

Zasady są jednoznaczne: zawodniczki i zawodnicy mają możliwość generowania dochodów dzięki osobistym Sponsorom i występowaniu w reklamach tych Sponsorów oraz mogą kontynuować tę działalność, angażując się we właściwie zaplanowane działania reklamowe podczas Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026. Co więcej, ogólnosiwiatowa ekspozycja zawodniczek i zawodników biorących udział w ZIO Mediolan-Cortina 2026 poprzez globalne transmisje medialne z Igrzysk, wynikające z programów marketingowych MKOI, pomaga zwiększyć rozpoznawalność, a tym samym wartość, zawodniczek i zawodników.

Akceptując pewne częściowe ograniczenia dotyczące działań reklamowych w Okresie Igrzysk, zawodniczki i zawodnicy posiadający osobiste umowy sponsorskie pomagają zabezpieczyć fundusze na wsparcie wszystkich Narodowych Reprezentacji Olimpijskich, niezależnie od statusu i sukcesów zawodniczek i zawodników wchodzących w skład tych Reprezentacji. W ten sposób sponsorowani sportowcy pomagają zapewnić zawodniczkom i zawodnikom z całego świata możliwość uczestniczenia w ZIO Mediolan-Cortina 2026 i przyszłych igrzyskach olimpijskich na ekonomicznie korzystnych zasadach, wspierając zasadę solidarności.

W przypadku programów marketingowych NKOI, akceptując pewne częściowe ograniczenia dotyczące prowadzonej przez siebie działalności w Okresie Igrzysk, zawodniczki i zawodnicy posiadający osobiste umowy sponsorskie pomagają wspierać wszystkich członków swojej Narodowej Reprezentacji Olimpijskiej, innych reprezentacji i pozostałe programy rozwoju sportu realizowane przez NKOI.

Te częściowe ograniczenia wspomagają również finansowanie ZIO Mediolan-Cortina 2026 oraz przyszłych igrzysk olimpijskich stanowiących dla zawodniczek i zawodników okazję do sportowej rywalizacji, umożliwiając komitetom organizacyjnym zapewnienie prywatnego finansowania organizacji takich Igrzysk Olimpijskich.

W celu zapewnienia ciągłości wieloletniego wsparcia dla zawodniczek i zawodników, igrzysk olimpijskich i NKOI, MKOI i Światowa Federacja Branży Artykułów Sportowych (World Federation of the Sporting Goods Industry, zwana dalej „WFSGI”) uzgodniły, że niektóre marki artykułów sportowych będą mogły promować swoich zawodników i zawodniczki przed ZIO Mediolan-Cortina 2026 i w ich trakcie, z zastrzeżeniem spełnienia określonych warunków (w ramach tzw. „Projektu WFSGI”).

ZAKRES

Niniejsze zasady obowiązują w **Okresie Igrzysk (tzw. Ciszy Olimpijskiej)**, czyli w okresie **od dnia otwarcia wioski olimpijskiej ZIO Mediolan-Cortina 2026 do daty przypadającej dwa dni po ceremonii zamknięcia Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026 (tj. od 30 stycznia 2026 do 24 lutego 2026) włącznie**.

Niniejsze Zasady mają zastosowanie do zawodniczek i zawodników, członków reprezentacji, trenerów oraz pozostałych osób pełniących oficjalne funkcje w ramach Reprezentacji uczestniczących w ZIO Mediolan-Cortina 2026, którzy w niniejszym dokumencie określani są łącznie jako „**Uczestnicy**”. Niniejsze Zasady nie dotyczą olimpijczyków, którzy brali udział w poprzednich igrzyskach olimpijskich, a którzy nie biorą udziału w jakimkolwiek charakterze w ZIO Mediolan-Cortina 2026. Nie dotyczą również innych akredytowanych osób, w tym nadawców i wolontariuszy.

Niniejsze Zasady mają zastosowanie wyłącznie do XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026. Prosimy o osobne zapoznanie się z zasadami mającymi zastosowanie do Zimowych Igrzysk Paralimpijskich Mediolan-Cortina 2026.

Korzystanie z **wizerunku Uczestników** obejmuje wszelkie odniesienia do Uczestnika, niezależnie od tego, czy dotyczą osobistego wyglądu Uczestnika, wykorzystania jego wizerunku (lub jakiegokolwiek prezentacji tego wizerunku), imienia i nazwiska lub osiągnięć sportowych (w tym występu na ZIO Mediolan-Cortina 2026 i wcześniejszych występów w okresie bezpośrednio poprzedzającym).

Niniejsze Zasady mają zastosowanie do **Reklamy**, tj. wszystkich form promocji, w tym postów/relacji i innych materiałów promocyjnych pojawiające się w mediach społecznościowych (**odpłatne lub nieodpłatne**); tradycyjną reklamę w przestrzeni odpłatnej (w tym w prasie, na billboardach, w telewizji, radiu, Internecie i w sklepach); działania PR (w tym wystąpienia osobiste i komunikaty prasowe); wypożyczanie lub darowanie produktów Uczestnikom; oraz promocje produktowe i organizowane na potrzeby sprzedaży detalicznej.

Zachowanie zgodności

W przypadku nieprzestrzegania niniejszych Zasad, MKOI, właściwy KOIO lub właściwy NKOI może cofnąć zezwolenia przyznane na mocy niniejszych Zasad lub zażądać wycofania lub zmiany Reklamy. Uczestnicy, którzy naruszają warunki niniejszego dokumentu, mogą zostać ukarani przez MKOI, właściwy KOIO lub NKOI.

ZASADY GENERALNE

Wszyscy Uczestnicy mogą promować swoich Sponsorów, a wszyscy Sponsorzy mogą korzystać z Wizerunku Uczestników (w każdym przypadku w tym Sponsorów Olimpijskich i Sponsorów Nieolimpijskich) w Okresie Igrzysk, zgodnie z następującymi Zasadami.

1. REKLAMA SPONSORÓW/PARTNERÓW OLIMPIJSKICH

- a. **Sponsorzy Olimpijscy** to te marki lub firmy, które zawarły umowy sponsorskie, partnerskie lub umowy licencyjne dotyczące oficjalnych produktów z MKOl, KOIO ZIO Mediolan-Cortina 2026 lub NKOl, a także oficjalni nadawcy olimpijscy, którym MKOl przyznał prawa do transmisji XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026.
- b. **Sponsorzy Olimpijscy mogą korzystać z Wizerunku Uczestników w celach reklamowych, wyłącznie z zastrzeżeniem:**
 - konieczności uzyskania wszelkich niezbędnych **zgód** zainteresowanych Uczestników,
 - **postanowień umowy zawartej przez właściwego Sponsora Olimpijskiego** z MKOl, KOIO ZIO Mediolan-Cortina 2026 lub NKOl (w zależności od przypadku), oraz
 - konieczności przestrzegania **wytocznych uzupełniających** dla Sponsorów Olimpijskich, które zostaną wydane przez MKOl i NKOl przed wyborem Uczestnika przez jego NKOl.
- c. W Okresie Igrzysk Sponsorzy Olimpijscy **mogą podjąć działania w zakresie tzw. reklamy gratulacyjnej (*Congratulatory Advertising*)** (więcej informacji można znaleźć w Zasadzie nr 4).
- d. Działania reklamowe Sponsorów Olimpijskich podejmowane zgodnie z niniejszą Zasadą nr 1 nie wymagają uzyskania dodatkowych zgód ani nie stanowią przedmiotu procedur innych niż normalne procesy zatwierdzania, które mogą obowiązywać na mocy zawartej przez nich umowy z właściwą organizacją olimpijską.

2. REKLAMA SPONSORÓW NIEOLIMPIJSKICH

- a. **Sponsorzy Nieolimpijscy** to te marki, firmy lub inne organizacje, które nie są Sponsorami Olimpijskimi.
- b. W Okresie Igrzysk Sponsorzy Nieolimpijscy mogą korzystać z Wizerunku Uczestników na potrzeby Reklamy:
 - z zastrzeżeniem konieczności uzyskania wszelkich niezbędnych **zgód** zainteresowanych Uczestników,
 - pod warunkiem przestrzegania polityki MKOl i właściwego NKOl ustanowionych w odniesieniu do działań niezgodnych z wartościami ruchu olimpijskiego lub właściwego NKOl, na przykład: zakazu sponsorowania produktów tytoniowych, zakazanych środków psychotropowych i innych kategorii produktów i usług (np. hazardu oraz działalności związanej z pornografią lub innego rodzaju działalności sprzecznej z dobrymi obyczajami),
 - pod warunkiem, że w reklamie **nie są wykorzystywane Dobra Olimpijskie** (opisane w punkcie (g) poniżej), oraz
 - pod warunkiem, że reklama ma charakter **Reklamy Ogólnej** (zgodnie z opisem w Zasadzie nr 3 poniżej) i pozostaje w zgodności z wszelkimi regułami dotyczącymi Reklamy Ogólnej właściwego NKOl.
- c. Aby skorzystać z zezwolenia udzielonego zgodnie z niniejszą Zasadą, **Sponsorzy Nieolimpijscy muszą powiadomić MKOl lub NKOl o planowanym kraju docelowym Reklamy Ogólnej (w zależności od przypadku) nie później niż do 19 grudnia 2025 r.** za pośrednictwem wyznaczonej platformy internetowej, która jest dostępna pod tym [linkiem](#).

- d. Powyższy wymóg zawiadomienia umożliwia MKOl, KOIO Mediolan-Cortina 2026 i wszelkim właściwym NKOl zapoznanie się z działaniami planowanymi na ich rynku i zweryfikowanie zgodności z tymi zasadami i politykami, o których mowa w lit. b) powyżej. Wszelkie informacje zwrotne dotyczące planów reklamowych zostaną przekazane w terminie 10 dni od otrzymania ich przez MKOl lub NKOl (w zależności od przypadku).
- e. W przypadku Reklam w mediach społecznościowych **nie jest konieczne zawiadamianie z wyprzedzeniem o każdym pojedynczej publikacji**, natomiast należy przedłożyć opis planów reklamowych dotyczących mediów społecznościowych, który musi obejmować informacje o charakterze i planowanej treści postów/relacji, nie później niż **do 19 grudnia 2025 r.**
- f. Aby zapewnić możliwości sportowcom, którzy mogą zakwalifikować się do udziału w XXV Zimowych Igrzyskach Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026 po 19 grudnia 2025, MKOl weźmie pod uwagę ich plany reklamowe zgłoszone po tej dacie, pod warunkiem, że zawiadomienie zostanie przekazane za pośrednictwem platformy zgłoszeniowej na co najmniej 15 dni przed opublikowaniem jakichkolwiek Reklam.
- g. Na potrzeby niniejszych zasad do **Dóbr Olimpijskich** zaliczają się:
- Symbol Olimpijski (pięć splecionych kół),
 - logo, maskotki, piktogramy oraz grafiki XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026,
 - wszelkie logotypy NKOl (*w Polsce PKOl*) lub Narodowej Reprezentacji Olimpijskiej (*w Polsce: Olimpijskiej Reprezentacji Polski*),
 - słowa „olimpijski”, „olimpiada”, „igrzyska olimpijskie” i wszelkie ich formy,
 - nazwa miasta-gospodarza i rok Igrzysk (tj. „Mediolan-Cortina 2026”, „Milano-Cortina 2026”),
 - wszelkie słowa i symbole związane z igrzyskami olimpijskimi zarejestrowane, jako znaki towarowe lub chronione przez odpowiednie przepisy w kraju NKOl, który reprezentuje Uczestnik, lub w kraju, w którym udostępniane są Reklamy,
 - nazwy reprezentacji olimpijskich, takie jak „Equipe de France” czy „Italia Team”, „TeamPL”
 - motto olimpijskie „Citius, Altius, Fortius - Communiter”,
 - wszystkie filmy, utwory muzyczne, dzieła artystyczne i projekty stworzone przez MKOl, KOIO Mediolan-Cortina 2026 lub jakkolwiek NKOl (*w Polsce PKOl*), w tym medale olimpijskie i oficjalne stroje olimpijskie,
 - wszelkie inne symbole, projekty, prace, słowa lub wyrażenia, które są tłumaczeniami lub które można pomylić z wymienionymi powyżej.

3. REKLAMA OGÓLNA

- a. **Reklama Ogólna** oznacza każdą reklamę firmy lub markę
- i. w przypadku której jedynym powiązaniem pomiędzy, z jednej strony, XXV Zimowymi Igrzyskami Olimpijskimi Mediolan-Cortina 2026, MKOI, KOIO Mediolan-Cortina 2026, NKOI (w *Polsce PKOI*) lub reprezentacją olimpijską kraju (w *Polsce: Olimpijska Reprezentacja Polski*) a, z drugiej strony, odpowiednimi działaniami marketingowymi jest fakt, że reklama wykorzystuje wizerunek Uczestnika,
 - ii. która funkcjonowała na rynku przez okres co najmniej 90 dni poprzedzający Okres Igrzysk, oraz
 - iii. która jest prowadzona systematycznie i nie ulega istotnemu nasileniu w Okresie Igrzysk.
- b. Aby zapewnić elastyczność zawodniczkom i zawodnikom uczestniczącym również w innych zawodach sportowych odbywających się na krótko przed Okresem Igrzysk lub bezpośrednio po nim, MKOI rozważy, indywidualnie dla każdego przypadku, wyłączenia z obowiązku spełnienia wymogów opisanych w podpunktach (ii) i (iii) wymogów dotyczących Reklamy Ogólnej opisanych w lit. (a), pod warunkiem spełnienia wymogu wskazanego w podpunkcie (i).
- c. Analogicznie, indywidualnie dla każdego przypadku, MKOI będzie rozpatrywać zwolnienia z obowiązku spełnienia wymogów opisanych w podpunktach (ii) i (iii) dotyczących działalności reklamowej, która właściwie odnosi się do działań reklamowych dotyczących marek powiązanych z zawodnikiem prowadzonych w zakresie „zwykłej działalności reklamowej” (tzw. „*business-as-usual advertising*”). MKOI będzie wymagał podania informacji uzasadniających każdy rodzaj zwykłej działalności, a ponadto – w każdym przypadku – nadal obowiązywał będzie wymóg wskazany w podpunkcie (i) opisu Reklamy ogólnej.
- d. Przykłady Reklamy Ogólnej znaleźć można w Przewodniku ilustrowanym do Reguły 40 (*Illustrative Guidance*) dostępnych na portalu Athlete365.

4. REKLAMA GRATULACYJNA

- a. Na potrzeby niniejszego dokumentu, **reklama gratulacyjna** oznacza zarówno
- **komunikaty wspierające**, które wyrażają zachętę lub wyrazy solidarności z Uczestnikiem lub narodową reprezentacją olimpijską w związku z ich udziałem w Zimowych Igrzyskach Mediolan-Cortina 2026, bądź też innego rodzaju wsparcie dla Uczestnika lub narodowej reprezentacji olimpijskiej w związku z ich udziałem w Zimowych Igrzyskach Mediolan-Cortina 2026, a także
 - **komunikaty gratulacyjne** wyrażające uznanie dla zawodnika lub narodowej reprezentacji olimpijskiej za ich osiągnięcia w Zimowych Igrzyskach Mediolan-Cortina 2026.
- b. **Reklama gratulacyjna nie jest uznawana za Reklamę Ogólną** ze względu na jej nierozzerwalny związek z Zimowymi Igrzyskami Mediolan-Cortina 2026.
- c. Działania w zakresie reklamy gratulacyjnej mogą podejmować
- i. Sponsorzy Olimpijscy, w dowolnym momencie, w tym w Okresie Igrzysk;
 - ii. Sponsorzy Nieolimpijscy, przed Okresem Igrzysk i po jego zakończeniu, ale bez wykorzystania jakichkolwiek Dóbr Olimpijskich; oraz
 - iii. te marki sprzętu sportowego, które uczestniczą w Projekcie WFSGI, w sposób określony w ramach tego Projektu, w dowolnym momencie, w tym w Okresie Igrzysk.

5. KOMUNIKATY ONLINE UCZESTNIKÓW

- a. Uczestnicy mogą przekazywać proste podziękowania Sponsorom Olimpijskim lub swoim osobistym Sponsorom Nieolimpijskim na swoich osobistych stronach internetowych lub kontach w ramach mediów społecznościowych, w tym w Okresie Igrzysk, ale ich posty/komunikaty:
- nie mogą zawierać stwierdzeń ani sugestii, że dany produkt lub usługa **poprawiła wyniki Uczestnika**,
 - nie mogą zawierać **osobistych rekomendacji** dotyczących produktu lub usługi (w odróżnieniu od przekazywanych Sponsorowi podziękowań za wsparcie), oraz
 - muszą być zgodne z polityką MKOl i właściwego NKOI (w Polsce PKOl) dotyczącą działań niemożliwych do pogodzenia z wartościami Ruchu Olimpijskiego lub właściwego NKOI, przykładowo, zakazu sponsoringu produktów tytoniowych, zakazanych środków psychotropowych i innych kategorii produktów lub usług (np. alkoholu, hazardu, działalności związanej z pornografią lub innego rodzaju działalności sprzecznej z dobrymi obyczajami) lub ograniczeń dotyczących wykorzystywania obrazów lub filmów przedstawiających Uczestnika w jego narodowym stroju olimpijskim lub z medalem olimpijskim.
- b. **Komunikaty z podziękowaniami dla Sponsorów Nieolimpijskich mogą obejmować w Okresie Igrzysk tylko jeden komunikat z podziękowaniem dla osobistego Sponsora Nieolimpijskiego**, opublikowany na koncie mediów społecznościowych Uczestnika; w przypadku niektórych NKOI mogą obowiązywać inne zasady. Pojedynczy komunikat o identycznej treści zamieszczony w tym samym czasie na wielu platformach mediów społecznościowych uznawany jest na potrzeby niniejszego dokumentu za jeden i ten sam komunikat. Takie publikacje (w tym wszelkie towarzyszące im treści) **nie mogą sugerować istnienia relacji pomiędzy MKOl, Zimowymi Igrzyskami Olimpijskimi Mediolan-Cortina 2026, NKOI (PKOl) lub Narodową Reprezentacją Olimpijską (Olimpijską Reprezentacją Polski) a Sponsorem Nieolimpijskim.**
- c. Uczestnicy mogą **ponownie publikować lub udostępniać treści pochodzące z kont mediów społecznościowych należących do MKOl, KOIO Mediolan-Cortina 2026, Narodowej Reprezentacji Olimpijskiej (TeamPL) lub NKOI (PKOl)**. Jednak takie ponownie publikowane lub udostępniane posty nie mogą zawierać podziękowań dla (ani w inny sposób odnosić się do) Sponsorów Nieolimpijskich.
- d. Nie jest konieczne, aby Uczestnicy zawiadamiali MKOl lub swój NKOI (PKOl) przed opublikowaniem komunikatów z podziękowaniami, natomiast powinni skonsultować się ze swoim NKOI (PKOl), jeśli mają jakiegokolwiek wątpliwości, czy dany komunikat jest zgodny z niniejszymi Zasadami. Obowiązują także osobne wytyczne dotyczące takich komunikatów w ramach Projektu WFSGI; Uczestnicy Projektu otrzymają odpowiednie informacje w tym zakresie.
- e. Uczestnicy promujący w swoich postach/relacjach tę czy inną markę powinni być również świadomi wpływu, jaki mają na decyzje zakupowe swoich fanów. Uczestnicy (podobnie jak inni influencerzy) powinni postępować w sposób **uczciwy, transparentny i nie mogą wprowadzać w błąd** osób obserwujących ich poczynania co do tego, czy zostali opłaceni lub nagrodzeni za promowanie danej marki w swoich postach bądź w inny sposób zachęcani do takiego promowania. Należy to jasno określić/oznaczyć w każdym przypadku, gdy marka jest w jakikolwiek sposób wymieniona w publikacji.