

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

Czerwiec 2025, tłumaczenie PKOl

We czerwcu 2025 r. MKOl zatwierdził dokument pt. „Możliwości podejmowania działań o charakterze komercyjnym przez Uczestników XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026” (oryg. Commercial Opportunities for Participants at the Olympic Winter Games Milano-Cortina 2026), zwany też “Zasadami Generalnymi”.

W dokumencie tym, wywodzącym się z Reguły 40. Karty Olimpijskiej, określono Zasady regulujące sposób, w jaki Uczestnicy XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026 mogą angażować się w działania komercyjne i czerpać z nich korzyści.

Niniejszy dokument pt. „Często zadawane pytania” powstał, aby pomóc zawodniczkom i zawodnikom zrozumieć oraz stosować obowiązujące Zasady Generalne.

ZAWODNICZKI I ZAWODNICY

3

Co muszę wiedzieć?
Kogo dotyczą Zasady Generalne?
Jak te Zasady Generalne odnoszą się do mnie?
Kiedy obowiązują te Zasady?
W jaką działalność komercyjną mogę się zaangażować w Okresie Igrzysk?

SPONSORZY

6

Co powinni zrobić moi Sponsorzy, jeśli chcą wykorzystać moje imię i nazwisko lub wizerunek w Okresie Igrzysk?
Czy mój osobisty Sponsor może mi pogratulować wyników na Zimowych Igrzyskach Olimpijskich?

INFORMACJE DODATKOWE

7

Dlaczego istnieją ograniczenia dotyczące działalności komercyjnej, którą prowadzę ze swoimi Sponsorami Nieolimpijskimi?
Kto i w jaki sposób będzie nadzorował przestrzeganie Zasad Generalnych?
Z kim należy się skontaktować w celu uzyskania dalszych informacji?

TOP PARTNERZY MKOI

9

ZAWODNICZKI I ZAWODNICY

CO MUSZĘ WIEDZIEĆ?

Bazując na dotychczasowej praktyce, MKOI kontynuuje tworzenie Zasad dających Tobie więcej możliwości i elastyczności oraz czerpania korzyści z działań komercyjnych podczas i wokół XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026.

Indywidualny **sponsoring** zawodników i zawodniczek (obejmujący także ich udział w reklamach Sponsorów) stanowi **ważne źródło dochodów sportowców**.

Dlatego, **reklamy z ich udziałem nadal mogą pojawiać się także w Okresie Igrzysk**, jeśli spełnione zostaną określone **kryteria** opisane w **Zasadach Generalnych**.



Ważne jest, abyś poznał Zasady Generalne do Reguły 40. i poinformował o nich Twoich menadżerów (jeżeli są zatrudnieni) oraz Twoich Sponsorów, a także upewnij się, że przepisy te są przestrzegane. Szczegółowe wytyczne są dostępne w dokumentach „Zasady Generalne” (oryg. [Key Principles](#)) i „Przewodnik ilustrowany do Reguły 40” (oryg. [Illustrative Guidance](#)).

Pamiętaj proszę, że Twój Narodowy Komitet Olimpijski będzie sprawował nadzór nad reklamami na terenie kraju, w którym działa (w Polsce to PKOl) i także może ustanowić swoje zasady dotyczące tego zagadnienia. Dlatego też upewnij się, czy takie Zasady Krajowe istnieją i przestrzegaj ich jako członek reprezentacji (Członek Olimpijskiej Reprezentacji Polski).

KOGO DOTYCZĄ ZASADY GENERALNE?

Zasady Generalne **obowiązują wszystkich zawodników i zawodniczek, trenerów i pozostałych członków reprezentacji** pełniących funkcje oficjalne podczas XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026. Pojawiające się w niniejszym dokumencie „Często zadawanych pytań” odniesienia do „zawodniczek” i „zawodników” dotyczą wszystkich „**Uczestników**”.

„**Sponsorzy Olimpijscy**” to marki lub firmy, które zawarły umowy sponsorskie/partnerskie lub umowy licencyjne dotyczące oficjalnych produktów z MKOI, Komitetem Organizacyjnym Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026 lub NKOl (PKOl), a także oficjalni nadawcy medialni, którym MKOI przyznał prawa do transmisji XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan Cortina 2026.

Wszystkie pozostałe marki, firmy lub organizacje są „**Sponsorami Nieolimpijskimi**”.

JAK TE ZASADY ODNOSZĄ SIĘ DO MNIE?

Zasady Generalne mają zastosowanie do wszystkich rodzajów promocji, w które możesz być zaangażowany/-a. Chodzi tu m.in. o posty/relacje i inne materiały promocyjne 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 zawodniczkom lub zawodnikom; oraz promocje produktowe i organizowane na potrzeby sprzedaży detalicznej.

KIEDY OBOWIĄZUJĄ TE ZASADY?

Zasady Generalne mają zastosowanie **w Okresie Igrzysk (inaczej tzw. Czysta Olimpijska)**, który trwa **od początku dnia 30 stycznia 2026 r.** (daty otwarcia wioski olimpijskiej) **do końca dnia 24 lutego 2026 r.** (drugiego dnia po ceremonii zamknięcia).



W JAKĄ DZIAŁALNOŚĆ KOMERCYJNĄ MOGĘ SIĘ ANGAŻOWAĆ W OKRESIE IGRZYSK?

1 — Zawieraj wszelkiego rodzaju osobiste umowy sponsorskie

W każdej chwili możesz zawrzeć umowy ze Sponsorami osobistymi: przed, po, lub w trakcie XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026. 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 także 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 wymagania NKOl (PKOl) dotyczące rodzajów podmiotów, które mogą sponsorować ich zawodników i zawodniczki (na przykład wynikające z Porozumienia Członka Reprezentacji, które dotyczy wszystkich osób jadących na igrzyska).

2 — Jak mogę podziękować swoim Sponsorom?



Możesz podziękować za wsparcie udzielane przez osobistych sponsorów, ich pomoc w Twojej drodze do sukcesu sportowego.



W Okresie Igrzysk możesz przekazać jeden prosty komunikat z podziękowaniami każdemu ze swoich Sponsorów Nieolimpijskich.

Pojedynczy post/relacja z podziękowaniami może zostać opublikowany na wielu platformach (co oznacza, że publikacja pojedynczego identycznego komunikatu na wielu platformach jest dozwolona, ale musi odbywać się w tym samym czasie). Niektóre NKOl mogą zezwalać na publikowanie dodatkowych postów/relacji: aby uzyskać więcej informacji, proszę skontaktuj się z właściwym NKOl (w Polsce: PKOl).

Liczba komunikatów z podziękowaniami dla Sponsorów Nieolimpijskich, które publikowane są **przed lub po Okresie Igrzysk**, nie podlega ograniczeniom.



Komunikaty z **podziękowaniami**, które są dozwolone zgodnie z Zasadami, mają **umożliwić Ci wyrażenie wdzięczności za wsparcie** uzyskiwane od Twoich Sponsorów, natomiast **nie powinny mieć na celu zawierania transakcji typu „pay-per-post”** lub podobnych, których głównym celem jest promowanie marki Sponsora.

Komunikaty z podziękowaniami dla Sponsorów Nieolimpijskich nie powinny:

- 1 — zawierać **Dóbr Olimpijskich** (takich jak symbol olimpijski lub inne obrazy olimpijskie, motta lub wyrażenia, takie jak „Igrzyska Olimpijskie Mediolan-Cortina 2026” i innych Dóbr wymienionych w dokumencie „Zasady Generalne”),
- 2 — zawierać **ani zdjęć, ani materiałów wideo ukazujących obiekty olimpijskie lub ceremonie wręczenia medali olimpijskich,**
- 3 — **przedstawiać oficjalnych medali olimpijskich lub strojów reprezentacji olimpijskiej (przedstawiać Cię w oficjalnym stroju Olimpijskiej Reprezentacji Polski)**,
- 4 — zawierać jakichkolwiek **osobistych rekomendacji** dotyczących produktów lub usług, lub
- 5 — sugerować, że dany **produkt lub dana usługa** pomogła osiągać lepsze **wyniki sportowe**.

Komunikaty dla Sponsorów Nieolimpijskich nie powinny łączyć się z postami dla Sponsorów Olimpijskich.

Przed wysłaniem komunikatu z podziękowaniami nie musisz każdorazowo powiadamiać MKOl ani swojego NKOl, ale prosimy skontaktuj się ze swoim NKOl (*PKOl*), jeśli masz jakiegokolwiek wątpliwości dotyczące zgodności postu/relacji (komunikatu) z Zasadami Generalnymi.

W komunikacie z **podziękowaniami dla Twojego sponsora lub partnera będącego jednocześnie Sponsorem Olimpijskim można wykorzystać zdjęcia, w tym ukazujące Dobra Olimpijskie**, wykonane w obiektach olimpijskich lub podczas ceremonii wręczenia medali olimpijskich lub przedstawiające **oficjalny strój reprezentacji olimpijskiej lub medale olimpijskie**.

Jednak, posty/komunikaty z podziękowaniami dla Sponsorów Olimpijskich **nie powinny**:

- 1 — zawierać **materiałów wideo ukazujących obiekty olimpijskie lub ceremonie wręczenia medali olimpijskich,**
- 2 — zawierać jakichkolwiek **osobistych rekomendacji** dotyczących produktów lub usług lub
- 3 — sugerować, że dany **produkt lub dana usługa** pomogła Ci osiągać lepsze **wyniki sportowe**.

Liczba komunikatów z podziękowaniami dla Sponsorów Olimpijskich nie podlega ograniczeniom.

3 — Czy mogę uczestniczyć w kampaniach reklamowych prowadzonych przez Sponsorów?

Możesz uczestniczyć w kampaniach reklamowych i innych działaniach komercyjnych prowadzonych przez twoich indywidualnych Sponsorów, w tym także w Okresie Igrzysk, zgodnie z Zasadami Generalnymi. Poniżej przedstawione jest podsumowanie tych Zasad.

Sponsorzy muszą uzyskać **Twoją zgodę** na wykorzystanie Twojej osoby, Twojego imienia i nazwiska lub innego wizerunku (np. autograf) w reklamie.

Wszelkie kampanie Sponsorów Nieolimpijskich w Okresie Igrzysk nie mogą wykorzystywać Dóbr Olimpijskich, muszą być zgodne z Zasadami MKOl i NKOl (*PKOl*) oraz muszą mieć charakter ogólny. Oznacza to, że:

- 1 — **nie mogą nawiązywać w jakikolwiek sposób do Zimowych Igrzysk Olimpijskich** (jedyne dozwolone nawiązanie to pokazanie Twojego neutralnego wizerunku),
- 2 — muszą być obecne na rynku co najmniej **90 dni przed Okresem Igrzysk** oraz
- 3 — działania reklamowe powinny być prowadzone systematycznie i **nie mogą ulec nasileniu w Okresie Igrzysk**.

Wymagania 2 i 3 będą stosowane „elastycznie” w celu wspierania sportowców, którzy mogą zostać wybrani do udziału w Zimowych Igrzyskach Olimpijskich w późniejszym etapie.

[Przewodnik ilustrowany do Reguły 40.](#), który znajdziesz na stronie internetowej MKOl lub NKOl (*PKOl*) zawiera przykłady i wskazówki dotyczące tego, co można uznać za „Reklamę Ogólną”, tak aby umożliwić Tobie i Twoim indywidualnym Sponsorom Nieolimpijskim zrozumienie i przestrzeganie tych Zasad.

Tego rodzaju kampanie lub działania muszą być zgłaszane zawsze MKOl lub NKOl (zgodnie z obowiązującymi przepisami), tak jak to opisano w następnej sekcji niniejszego dokumentu. ****Pamiętaj, że PKOl będzie nadzorował reklamy na terenie Polski, dlatego upewnij się, że Twoi Sponsorzy znają Zasady i złożyli w terminie odpowiedni Wniosek.***

Sponsorzy Olimpijscy mogą prowadzić kampanie z udziałem zawodników lub zawodniczek, które obejmują Dobra Olimpijskie, a także zawierają innego rodzaju nawiązania do igrzysk olimpijskich, zgodnie z zawartymi przez nich umowami z MKOl, NKOl (*PKOl*) lub Komitetem Organizacyjnym Igrzysk Olimpijskich.

SPONSORZY

CO POWINNI ZROBIĆ MOI SPONSORZY, JEŚLI CHCĄ WYKORZYSTAĆ MOJE IMIĘ I NAZWISKO LUB WIZERUNEK W OKRESIE IGRZYSK?

Jeśli Twój indywidualny Sponsor planuje wykorzystać **Twój wizerunek w reklamach na wielu terytoriach** (tj. w więcej niż jednym kraju), ważne jest, aby odbywało się to zgodnie z Zasadami Generalnymi **MKOl**.

Jeśli Twój indywidualny Sponsor planuje wykorzystać Twój wizerunek w reklamach **tylko w jednym kraju**, powinien **skonsultować** się z danym **NKOl (w Polsce PKOl)**, aby poznać zasady obowiązujące w danym kraju.



Twój Sponsor Nieolimpijski musi powiadomić MKOl/*PKOl o planach działań reklamowych, które mają być podejmowane na wielu terytoriach/*w Polsce, do 19 grudnia 2025 r. Zgłoszenia takiego należy dokonać za pomocą Portalu zgłoszeniowego MKOl/*Wniosku PKOl pod adresem rule40.olympic.org/*olimpijski.pl/teampl/requla40. Właściwe zgłoszenie umożliwia weryfikację promocji przed jej rozpoczęciem, dzięki czemu Ty i Twój Sponsorzy zyskujecie pewność, że reklama jest zgodna z Zasadami. Późniejsze powiadomienie jest możliwe w przypadku reklam z udziałem sportowców, którzy zostali zgłoszeni do udziału w Igrzyskach Olimpijskich po 19 grudnia 2025 r.

Jakiegolwiek uwagi MKOl do zgłoszonej kampanii zostaną przekazane Twojemu Sponsorowi w terminie **10 dni**.



Sponsorzy Olimpijscy mogą podejmować zgodne z Zasadami działania reklamowe i zgłaszać je w dowolnym momencie.

W przypadku **reklam w mediach społecznościowych**, indywidualni Sponsorzy Nieolimpijscy nie muszą zgłaszać z wyprzedzeniem każdej pojedynczej publikacji, natomiast zgłoszenie zawierające **opis kampanii** powinno zawierać informacje szczegółowe dotyczące **planów działań** w mediach społecznościowych, w tym informacje dotyczące **charakteru i treści postów/relacji**.

CZY MÓJ SPONSOR MOŻE MI POGRATULOWAĆ WYNIKÓW NA IGRZYSKACH OLIMPIJSKICH?

W Okresie Igrzysk reklamy gratulacyjne mogą zamieszczać wyłącznie Sponsorzy Olimpijscy.

Przed i po Okresie Igrzysk, Sponsorzy Nieolimpijscy, mogą zamieszczać reklamy gratulacyjne dla zawodniczek lub zawodników, z którymi podpisali umowy, jednak zawsze BEZ jakichkolwiek Dóbr Olimpijskich.

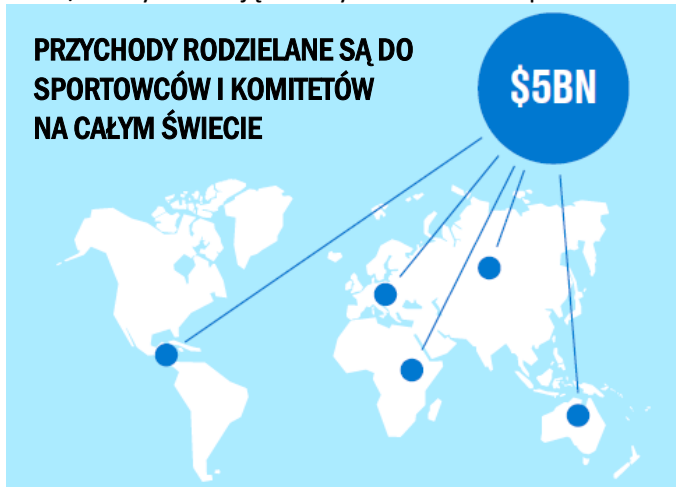
INFORMACJE DODATKOWE

DLACZEGO ISTNIEJĄ OGRANICZENIA DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI KOMERCYJNEJ, KTÓRĄ PROWADZĘ ZE SPONSOREM NIEOLIMPIJSKIM?

Igrzyska olimpijskie są wyjątkowym wydarzeniem i pozwalają na rywalizację sportowcom ze wszystkich krajów świata, w ogromnej różnorodności dyscyplin. Jednakże, podczas gdy niektóre narodowe reprezentacje olimpijskie otrzymują znaczne środki publiczne na udział w igrzyskach, istnieją takie komitety, które nie otrzymują takiego finansowania. Te ostatnie bazują całkowicie na finansowaniu ze źródeł prywatnych, np. ze sponsoringu. Istnieją też narodowe reprezentacje olimpijskie, a przede wszystkim większość zawodniczek i zawodników, które/którzy nie mają własnych dochodów sponsorskich.

**PRZYCHODY RODZIELANE SĄ DO
SPORTOWCÓW I KOMITETÓW
NA CAŁYM ŚWIECIE**

\$5BN



Aby zaradzić tej różnicy i zapewnić wszystkim równy start w igrzyskach, programy MKOI są skonstruowane tak, aby **pomóc reprezentacjom olimpijskim z każdego kraju, a także Olimpijskiej Reprezentacji Uchodźców.**

Sportowcy biorą udział w igrzyskach, jako członkowie olimpijskiej reprezentacji swojego kraju. **MKOI wspiera reprezentacje narodowe poprzez „solidarnościowy” model finansowania olimpijskiego.**

Sportowcy korzystają również ze wsparcia, które MKOI zapewnia Międzynarodowym Federacjom (IFs) sportów reprezentowanych na igrzyskach olimpijskich.

Trzecim elementem jest **wkład w organizację igrzysk olimpijskich.** Ze środków MKOI finansowana jest nie tylko znaczna część kosztów organizacji igrzysk, ale także koszty podróży, zakwaterowania i opieki medycznej dla sportowców oraz pozostałych członków reprezentacji.

Zawodniczki i zawodnicy mogą również korzystać z **indywidualnych stypendiów** przyznawanych w ramach tzw. „solidarności olimpijskiej” (Olympic Solidarity).

To tylko niektóre z przykładów tego, jak zawodniczki i zawodnicy korzystają z solidarnościowego modelu finansowania olimpijskiego.

Wskazany model finansowania wspiera zawodniczki i zawodników ze wszystkich krajów, a zwłaszcza tych, którzy nie posiadają osobistych sponsorów i którzy bez finansowania solidarnościowego MKOl nie mogliby wziąć udziału w igrzyskach.

Dzięki takiemu modelowi finansowania igrzyska olimpijskie są najbardziej uniwersalnym wydarzeniem sportowym, pozwalającymi także Tobie na rywalizację z najlepszymi sportowcami z całego świata.



Oprócz finansowania solidarnościowego, Zasady bazujące na Regule 40. wspierają realizację programów sponsoringowych komitetów organizacyjnych igrzysk olimpijskich, a więc pomagają również w finansowaniu infrastruktury olimpijskiej, z której korzystać mogą wszyscy sportowcy oraz reprezentacje.

Ponadto, także wielu Sponsorów Olimpijskich, poprzez sponsoring osobisty zawodniczek lub zawodników, zapewnia bezpośrednie wsparcie finansowe tysiącom sportowców z całego świata.

A dzięki globalnym transmisjom medialnym z igrzysk, rośnie rozpoznawalność sportowców, tym samym udział w igrzyskach pomaga generować świadomość osiągnięć każdego zawodnika i zawodniczki, zwiększając ich wartość w oczach obecnych i przyszłych sponsorów.

W swoim [liście otwartym z 2019 roku](#) Kirsty Coventry, ówczesna przewodnicząca Komisji Zawodniczej MKOl, podkreśliła jak duże ryzyko niesie ze sobą utrata tej równowagi w zakresie regulacji dotyczących działalności reklamowej prowadzonej z udziałem sportowców. Może to spowodować długotrwałe szkody w olimpijskiej strukturze finansowania, skutkującymi:

- 1 — utratą źródeł dochodów, które wspierają sportowców z całego świata na igrzyskach olimpijskich;
- 2 — zmniejszeniem różnorodności dyscyplin sportowych na igrzyskach olimpijskich;
- 3 — pogorszeniem wrażeń zawodników i zawodniczek z uczestnictwa w igrzyskach oraz
- 4 — ostatecznie, pojawieniem się ryzyka braku możliwości organizacji igrzysk w przyszłości.

[Deklaracja praw i obowiązków zawodników](#) uznaje przysługujące zawodniczkom i zawodnikom prawo do zwiększania możliwości pozyskiwania dochodów w związku z ich karierą sportową oraz wizerunkiem, przy jednoczesnym poszanowaniu praw własności intelektualnej i zasady solidarności Ruchu Olimpijskiego. MKOl, opracowując Zasady Generalne obowiązujące podczas Zimowych Igrzysk Olimpijskich, stawiał na pierwszym miejscu interesy sportowców oraz rozsądną równowagę między tymi dwoma czynnikami.

Zasady Generalne, dotyczące działalności reklamowej prowadzonej z udziałem sportowców XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026, **obowiązują tylko przez bardzo krótki okres - 27 dni** - i są tak opracowane, aby **jednocześnie umożliwić zawodniczkom i zawodnikom uzyskiwanie dochodów z ich osobistego sponsoringu oraz pojawianie się w dobrze zaplanowanych kampaniach także w Okresie Igrzysk.**

Jednocześnie Zasady Generalne bazujące na Regule 40. służą utrzymaniu oficjalnych olimpijskich programów sponsoringowych, dzięki czemu jest i będzie możliwe nieprzerwane wspieranie wszystkich zawodników i zawodniczek oraz reprezentacji (a zwłaszcza tych, które nie czerpią dochodów ze sponsoringu) **oraz finansowanie samych igrzysk olimpijskich.**

Częściowe ograniczenia obowiązujące w Okresie Igrzysk promują **ideę solidarności**, umożliwiając MKOl wspieranie wszystkich reprezentacji w duchu olimpijskim.

Więcej informacji na temat podziału przychodów MKOl można znaleźć na stronie [Olympic.org](https://olympic.org).

KTO I W JAKI SPOSÓB BĘDZIE NADZOROWAŁ PRZESTRZEGANIE ZASAD GENERALNYCH?

MKOl nadzoruje działania reklamowe z perspektywy międzynarodowej, dlatego ważne jest, aby kampanie prowadzone na wielu terytoriach były zgłaszane MKOl za pośrednictwem jego platformy internetowej.

Kampanie prowadzone **na pojedynczym terytorium będą nadzorowane przez właściwy NKOl (PKOl)**. **Proszę skonsultuj zastosowanie Zasad** w każdym konkretnym przypadku **ze swoim NKOl (PKOl)**.

Każdy przypadek nieprzestrzegania Zasad będzie rozpatrywany indywidualnie. MKOl lub właściwy NKOl może zażądać wycofania lub zmiany nieodpowiednich treści reklamowych.

W sytuacji poważnych naruszeń, mogą zostać zastosowane sankcje.

MKOl zaleca NKOl, aby – co do zasady – stosowane były sankcje pieniężne, a nie sportowe, tj. np. wycofanie zawodnika z igrzysk olimpijskich.

Z KIM NALEŻY SKONTAKTOWAĆ SIĘ W CELU UZYSKANIA DAJSZYCH INFORMACJI?

Aby uzyskać więcej informacji na temat omawianych Zasad Generalnych i możliwości, jakie oferują one zawodnikom, zawodniczkom i ich Sponsorom, należy skontaktować się z właściwym NKOl (**PKOl**).

PARTNERZY TOP MKOI

 **ABInBev**

 **airbnb**

 **Alibaba**

Allianz 




Deloitte.


OMEGA

P&G

SAMSUNG

TCL

VISA