



Zasady PKOl dotyczące wykorzystywania Wizerunku Uczestników XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026, (Igrzyska lub XXV ZIO Mediolan-Cortina 2026)

Z uwzględnieniem zapisów Regulaminu wykorzystywania wizerunku Członka Polskiej Reprezentacji Olimpijskiej (Członka Olimpijskiej Reprezentacji Polski) przyjętego przez Polski Komitet Olimpijski

Niniejszy dokument określa Główne Zasady wykorzystywania Wizerunków Uczestników Igrzysk do celów Reklamowych (zgodnie z definicjami w sekcji „Zakres” poniżej). Jego celem jest określenie możliwości dostępnych w Okresie Igrzysk (zdefiniowanym poniżej) oraz ułatwienie Uczestnikom Igrzysk współpracy z ich Sponsorami indywidualnymi, w sposób zgodny z ich prawami i obowiązkami.

Zgodnie z Zasadami określonymi w niniejszym dokumencie w Okresie Igrzysk wszyscy Uczestnicy mogą promować swoich sponsorów, a Sponsorzy mogą wykorzystywać Wizerunki Uczestników.

Do przestrzegania tych Zasad zobowiązani są wszyscy Uczestnicy Igrzysk. Ponadto, wszystkie organizacje wykorzystujące wizerunki zawodniczek, zawodników i innych Uczestników Igrzysk w swoich działaniach reklamowych, a także federacje sportowe i menadżerowie sportowi zaangażowani w doradztwo w zakresie ich działalności reklamowej, powinni zapewnić, że postępują oraz doradzają Uczestnikom zgodnie z tymi Zasadami. Zasady te umożliwiają zawodniczkom, zawodnikom i innym Uczestnikom oraz ich Sponsorom dalsze prowadzenie dobrze zaplanowanych kampanii, bez wykorzystania Igrzysk i innych Dóbr Olimpijskich w niedozwolony sposób.

Role i zadania

Każdy Narodowy Komitet Olimpijski odpowiada za wdrożenie niniejszych Zasad na swoim terytorium.

Na terenie Polski wdrożenie zasad należy do Polskiego Komitetu Olimpijskiego (PKOl). PKOl nadzoruje zgodność działań reklamowych z niniejszymi Zasadami i musi być zawiadamiany o działaniach reklamowych na terytorium Polski zgodnie z Zasadą Generalną nr 2 (opisaną dalej w dokumencie).

Międzynarodowy Komitet Olimpijski (MKOl) nadzoruje zgodność z niniejszymi Zasadami w odniesieniu do międzynarodowej działalności reklamowej, dlatego musi być zawiadamiany o działaniach reklamowych, które są adresowane do więcej niż jednego kraju.

Kontekst

Prawa i obowiązki zawodniczek i zawodników oraz innych Uczestników

Ustalając odpowiednie zasady obowiązujące podczas Igrzysk, MKOl stawiał na pierwszym miejscu interesy sportowców. Zasady Generalne MKOl zostały oparte na *Deklaracji praw i obowiązków sportowców*, dokumencie o znaczeniu historycznym, opracowanym w ogólnoswiatowym procesie konsultacyjnym z inicjatywy sportowców, przez sportowców i dla sportowców.

Deklaracja „dąży do promowania możliwości zawodniczek i zawodników w zakresie [...] zwiększania możliwości 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 MKOl udzielanie pomocy i wsparcia zawodniczkom, zawodnikom i innym członkom Ruchu Olimpijskiego.”

Zasady objaśnione w tym dokumencie zostały opracowane z uwzględnieniem tych praw i obowiązków i odzwierciedlają niezbędną równowagę między zbiorowym interesem w ochronie modelu finansowania solidarności olimpijskiej, a prawem każdego sportowca do generowania dochodu.

Zasady są jasne – zawodniczki i zawodnicy mogą uzyskiwać dochody poprzez sponsoring osobisty oraz pojawianie się w reklamach Sponsorów i mogą kontynuować te działania w ramach dobrze zaplanowanych kampanii reklamowych także w Okresie Igrzysk. Ponadto można mieć nadzieję, że światowy rozgłos, jaki staje się udziałem sportowców uczestniczących w Igrzyskach dzięki ich obecności w mediach – m.in. dzięki globalnym umowom transmisyjnym MKOl – pomoże wzmocnić ich pozycję w nadchodzących latach.

Jednak poprzez zaakceptowanie pewnych ograniczeń na Okres Igrzysk, zawodniczki i zawodnicy, którzy korzystają ze sponsoringu osobistego, pomagają zapewnić fundusze dystrybuowane do wszystkich reprezentacji narodowych, niezależnie od sukcesów ich sportowców. Tym samym wspierają zasadę solidarności olimpijskiej i pomagają zapewnić, by sportowcy z całego świata mieli możliwość uczestniczenia w Igrzyskach.

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

W ciągu najbliższych trzech lat (do roku 2028) PKOl wyśle ponad 800 członków Olimpijskich Reprezentacji Polskich na min. 7 wydarzeń olimpijskich tj.: XXV Zimowe Igrzyska Olimpijskie Mediolan-Cortina 2026, Igrzyska XXXIV Olimpiady Los Angeles 2028, IV Młodzieżowe Igrzyska Olimpijskie Dakar 2026, V Zimowe Młodzieżowe Igrzyska Olimpijskie Dolomiti Valtellina 2028, IV Igrzyska Europejskie Sztambuł 2027 oraz Olimpijskie Festiwale Młodzieży Europy (Letni i Zimowy EYOF 2027).

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

Prosimy pamiętać także, iż obok przepisów Karty Olimpijskiej, dostęp do kontekstu olimpijskiego oraz Wizerunku Członka Polskiej Reprezentacji Olimpijskiej reguluje m.in. Ustawa o sporcie, zgodnie z jej art. 14 ust. 2 „*Członek reprezentacji olimpijskiej udostępnia, na zasadach wyłączności, z chwilą powołania do reprezentacji olimpijskiej, swój wizerunek w stroju reprezentacji olimpijskiej Polskiemu Komitetowi Olimpijskiemu, który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez swoje przepisy lub przepisy Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego*”. **W związku z powyższym wszelkie działania Sponsorów Nieolimpijskich wykorzystujące Wizerunek Uczestników w stroju reprezentacji olimpijskiej, bez zgody PKOl, są niedozwolone.**

Serdecznie prosimy wszystkich uczestników Igrzysk o zapoznanie się z Wytycznymi.

Zakres

Niniejsze Zasady obowiązują w **Okresie Igrzysk**, co oznacza okres od daty otwarcia Wioski Olimpijskiej do drugiego dnia po ceremonii zamknięcia XXV ZIO Mediolan-Cortina 2026 włącznie (tzn. **od 30 stycznia 2026 r. do 24 lutego 2026 r. włącznie**).

Zasady te obowiązują zawodniczek, zawodników, szkoleniowców, trenerów oraz działaczy uczestniczących w Igrzyskach, dalej zwanych łącznie **Uczestnikami (na terenie Polski Uczestnikami są wszyscy Członkowie Olimpijskiej Reprezentacji Polski Mediolan-Cortina 2026)**. Niniejsze Zasady nie mają zastosowania do Olimpijczyków, którzy uczestniczyli w poprzednich igrzyskach olimpijskich, lecz nie uczestniczą w obecnych Igrzyskach w żadnym charakterze. Nie obowiązują one także innych akredytowanych osób, w tym nadawców i wolontariuszy.

Wykorzystywanie **Wizerunków Uczestników** obejmuje wszelkie odniesienia do danego Uczestnika, czy to poprzez jego osobiste wystąpienie, czy to poprzez wykorzystanie jego Wizerunku (bądź jakiegokolwiek reprezentacji tego wizerunku), imienia i nazwiska, pseudonimu, autografu czy wyników sportowych (w tym wyników osiągniętych w Igrzyskach oraz wyników osiągniętych w ostatnim czasie).

Niniejsze Zasady mają zastosowanie do **Reklamy** w rozumieniu wszelkich form promocji handlowej, w tym: publikacje na portalach społecznościowych i mediach społecznościowych (odpłatne i nieodpłatne), działania podejmowane przez organizacje, bądź przez Uczestników w ramach lub w związku z ich relacjami komercyjnymi z daną organizacją (czy to za wynagrodzeniem, czy też bez wynagrodzenia), a także reklamę konwencjonalną (w tym reklamy prasowe, billboardy, reklamy radiowe i telewizyjne, reklamy internetowe), reklamę bezpośrednią, PR (w tym osobiste wystąpienia i komunikaty prasowe), wypożyczanie produktów Uczestnikom bądź przekazywanie ich w formie prezentu, a także reklamy na produktach oraz w sklepach.

Zapewnienie zgodności

PKOl, MKOl, Komitet Organizacyjny XXV ZIO Mediolan-Cortina 2026 lub PKOl może cofnąć pozwolenia udzielone za pośrednictwem niniejszych Zasad, bądź zażądać wycofania lub modyfikacji Reklamy w przypadku stwierdzenia niezgodności z literą, bądź duchem niniejszych Zasad. W ostateczności, Uczestnicy nieprzestrzegający warunków określonych w niniejszym dokumencie mogą podlegać sankcjom ze strony MKOl, Komitetu Organizacyjnego XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026 lub PKOl.

Zasady Generalne

1. Działania reklamowe Sponsorów Olimpijskich

- a) **Sponsorzy Olimpijscy** to firmy, które posiadają umowy sponsorskie lub partnerskie z PKOl, MKOl lub Komitetem Organizacyjnym XXV ZIO Mediolan-Cortina 2026, a także oficjalni nadawcy medialni, którym MKOl udzielił praw do transmisji Igrzysk, którzy mogą prowadzić działania zgodnie z przekazanymi im zasadami.
- b) **Sponsorzy Olimpijscy mogą publikować Wiadomości Gratulacyjne** w trakcie Okresu Igrzysk.
- c) Działania reklamowe prowadzone przez Sponsorów Olimpijskich zgodnie z niniejszą Zasadą Generalną nr 1 nie podlegają żadnym dodatkowym zgodom ani procesom, poza normalnymi procesami zatwierdzenia, jakie mogą obowiązywać na podstawie ich umowy z PKOl lub MKOl.

2. Działania reklamowe Partnerów Nieolimpijskich

- a) **Sponsorzy Nieolimpijscy** to firmy, które nie są Sponsorami Olimpijskimi i są związane z Uczestnikami Igrzysk indywidualnymi umowami.
- b) **Sponsorzy Nieolimpijscy** mogą wykorzystywać Wizerunki Uczestników do celów reklamowych w Okresie Igrzysk:
 - **pod warunkiem** uzyskania wszelkich niezbędnych **zgód** od danego **Uczestnika**,
 - **pod warunkiem** przestrzegania polityki MKOl oraz PKOl dotyczących działań niezgodnych z wartościami Ruchu Olimpijskiego lub PKOl np. zakaz sponsoringu związanego z produktami zawierającymi tytoń, zakazanymi używkami itp. (np. alkohol, hazard, pornografia, niemoralna działalność),
 - **jeżeli nie wykorzystują w swoich kampaniach żadnych Dóbr Olimpijskich** (opisanych w punkcie (g) poniżej) oraz
 - jeżeli dana **reklama jest Reklamą Ogólną** (opisaną w Zasadzie Generalnej nr 3 poniżej) i jest zgodna z wszelkimi zasadami Reklamy Ogólnej określonymi przez MKOl, Komitet Organizacyjny XXV ZIO Mediolan-Cortina 2026 lub PKOl.
- c) Aby skorzystać z pozwolenia udzielanego za pośrednictwem niniejszej zasady, **Sponsorzy Nieolimpijscy muszą zawiadomić o swoich planach dotyczących Reklamy Ogólnej nie później niż do dnia 19 grudnia 2025 roku:**
 - **MKOl (w przypadku kampanii międzynarodowych i multi-terytorialnych)** - za pośrednictwem specjalnej platformy online ([link](#)).
 - **PKOl (w przypadku kampanii krajowych)** – za pośrednictwem formularza znajdującego się na stronie PKOl lub taki, który można otrzymać, pisząc na adres na adres: rule40@pkol.pl.

- d) Dzięki temu obowiązkowi zawiadomienia MKOl oraz PKOl, Uczestnicy i ich Sponsorzy mogą podejmować świadome działania i wcześniej zweryfikować zgodność z niniejszymi Zasadami, o których mowa w punkcie (b) powyżej. Wszelkie informacje zwrotne dotyczące zgłoszonych planów Reklamy zostaną udzielone w ciągu dziesięciu (10) dni od ich otrzymania przez, odpowiednio, MKOl lub PKOl.
- e) W przypadku kampanii w mediach społecznościowych, **nie jest konieczne uprzednie zawiadamianie o każdej pojedynczej publikacji** (poście/relacji), należy jednak przekazać w składanym Wniosku opis planu kampanii w mediach społecznościowych, z uwzględnieniem harmonogramu publikacji, charakteru i planowanych treści, nie później niż do dnia 19 grudnia 2025 roku.
- f) Aby zapewnić powyższe możliwości sportowcom, którzy mogą zakwalifikować się do Igrzysk po 19 grudnia 2025 roku, MKOl lub PKOl rozpatrzy plany zgłoszone po tej dacie pod warunkiem przekazania na co najmniej piętnaście (15) dni przed opublikowaniem jakiegokolwiek Reklamy.
- g) **Dobra Olimpijskie** obejmują:
- symbol olimpijski (pięć kół olimpijskich),
 - emblemat, maskotki, piktogramy oraz grafiki XXV Zimowych Igrzysk Olimpijskich Mediolan-Cortina 2026,
 - wszelkie emblematy (logotypy) PKOl lub emblematy (logotypy) Olimpijskiej Reprezentacji Polski („Team PL”),
 - np. słowa „olimpijski”, „Igrzyska Olimpijskie”, „Olimpiada”, „Olimpiady” i wszelkie ich formy,
 - nazwę miasta będącego gospodarzem Igrzysk oraz roku organizacji Igrzysk (np. „Mediolan-Cortina 2026”, „Milano-Cortina 2026”),
 - wszelkie związane z Olimpiadą słowa i symbole zarejestrowane jako znaki towarowe i/lub chronione odpowiednimi przepisami w kraju, który reprezentuje dany Uczestnik lub w kraju, w którym Reklama jest udostępniana,
 - nazwy reprezentacji olimpijskich, np. „Olimpijska Reprezentacja Polski”, „Team PL”, „Polska Reprezentacja Olimpijska”, „Młodzieżowa Reprezentacja Polski EYOF [nazwa imprezy]”,
 - motto olimpijskie „Citius – Altius – Fortius - Communiter”,
 - wszelkie filmy, utwory muzyczne, dzieła artystyczne oraz projekty stworzone przez MKOl, Komitet Organizacyjny XXV ZIO Mediolan-Cortina 2026 lub PKOl, **w tym medale olimpijskie i stroje olimpijskie (oficjalne lub startowe, w których Uczestnicy występują w Okresie Igrzysk)**,
 - wszelkie inne symbole, wzory, projekty, dzieła, słowa bądź wyrażenia, które są tłumaczeniem lub mogłyby zostać pomyłone z tymi wymienionymi powyżej.

3. Reklama Ogólna

- a) **Reklama Ogólna** oznacza wszelkie działania reklamowe danej marki lub firmy:
- w przypadku, których jedynym powiązaniem pomiędzy Igrzyskami, MKOl, Komitetem Organizacyjnym XXV ZIO Mediolan-Cortina 2026 i/lub PKOl i/lub Olimpijską Reprezentacją Polski, a danymi działaniami marketingowymi jest fakt wykorzystywania w tych działaniach reklamowych Wizerunku Uczestnika,
 - które były prowadzone na rynku przez co najmniej dziewięćdziesiąt (90) dni przed Okresem Igrzysk,
 - które prowadzone są konsekwentnie i nie ulegają znacznej intensyfikacji w Okresie Igrzysk.
- b) Działania wykorzystujące nawiązania do Włoch, Mediolanu oraz Cortina d'Ampezzo, symboli związanych z tymi miastami lub krajem w kontekście olimpijskim nie mogą być uznane za Reklamę Ogólną.
- c) W celu zapewnienia elastyczności sportowcom uczestniczącym również w innych zawodach sportowych w krótkim czasie przed lub po Okresie Igrzysk, możliwe jest zwolnienia z wymogów (ii) i (iii) Reklamy Ogólnej opisanych powyżej w punkcie (a), na zasadzie indywidualnej oceny przypadku, pod warunkiem, że przestrzegany jest wymóg (i).
- d) Podobnie MKOl i PKOl rozważą, na zasadzie indywidualnej oceny przypadku, zwolnienia z wymogów (ii) i (iii) w przypadku Reklamy związanej odpowiednio blisko ze zwyczajowymi działaniami reklamowymi prowadzonymi przez markę lub firmę, z którą dany Uczestnik jest związany. MKOl oraz PKOl wymagać będą informacji potwierdzających taką „wszelką zwyczajową działalność” reklamową, a ponadto w każdym przypadku musi być spełniony wymóg (i) Reklamy Ogólnej.

4. Wiadomości gratulacyjne

- a) Do celów niniejszych Zasad, **wiadomości gratulacyjne** oznaczają zarówno:
- komunikaty wspierające** – kibicujące, sympatyzujące lub w inny sposób wspierające zawodniczkę, zawodnika bądź Olimpijską Reprezentację Polski w związku z uczestnictwem w Igrzyskach, oraz
 - komunikaty gratulacyjne** – wyrażające pochwałę dla sportowca bądź Olimpijskiej Reprezentacji Polski w związku z osiągnięciami w Igrzyskach.
- b) **Wiadomości gratulacyjne nie są uznawane za Reklamę Ogólną** ze względu na ich ścisły związek z Igrzyskami. Zatem **w Okresie Igrzysk, jedynie Sponsorzy Olimpijscy mogą publikować wiadomości gratulacyjne**.
- c) Sponsorzy Nieolimpijscy mogą **publikować wiadomości gratulacyjne** dla Uczestników, z którymi posiadają umowy, **przed oraz po Okresie Igrzysk (tj. przed 30 stycznia 2026 i po 24 lutego 2026 r. włącznie)**, nigdy jednak nie mogą wykorzystywać **Dóbr Olimpijskich** i tworzyć kontekstu olimpijskiego.

5. Komunikaty publikowane przez Uczestników

- a) **Uczestnicy mogą publikować proste komunikaty z podziękowaniami** na swoich osobistych stronach internetowych lub osobistych kontach w mediach społecznościowych, skierowane do Sponsorów Olimpijskich lub osobistych Sponsorów Nieolimpijskich, **w tym w trakcie Okresu Igrzysk**, jednak ich **wpisy muszą spełniać następujące warunki**:
- **nie mogą** zawierać żadnych oświadczeń ani **sugerować, że dany produkt lub usługa pozwoliły Uczestnikowi na osiągnięcie wyników**,
 - **nie mogą** zawierać **osobistego polecenia** danego produktu lub usługi,
 - **muszą być zgodne z wytycznymi MKOI oraz PKOI** dotyczącymi działań niezgodnych z wartościami Ruchu Olimpijskiego na przykład: zakaz sponsoringu związanego z produktami zawierającymi tytoń, zakazanymi używkami itp. (np.: alkohol, hazard, pornografia, niemoralna działalność),
- a w przypadku Sponsorów Nieolimpijskich dodatkowo:**
- **zdjęcie lub inna forma graficzna dołączona do posta/relacji (publikacji w mediach społecznościowych) nie może zawierać Dóbr Olimpijskich (w tym medalu, stroju olimpijskiego, zdobytego tytułu olimpijskiego), powinno zostać wykonane poza Okresem Igrzysk, a Uczestnik, jeśli jest widoczny na zdjęciu, powinien mieć na sobie odzież nieoznaczoną marką.**
- b) **Komunikaty z podziękowaniami dla Sponsorów Nieolimpijskich ograniczone są do jednego komunikatu z podziękowaniami**, opublikowanego na kontach Uczestnika w mediach społecznościowych. Za jeden komunikat uznaje się pojedynczy, identyczny komunikat, który może zostać opublikowany jednocześnie na kilku platformach społecznościowych. Tego rodzaju publikacje (w tym wszelkie towarzyszące im obrazy lub filmy) **nie mogą sugerować żadnych powiązań komercyjnych** pomiędzy MKOI, Igrzyskami, PKOI lub Olimpijską Reprezentacją Polski a danym Sponsorem Nieolimpijskim. Taki komunikat zawierający zdjęcie lub inną formę graficzną dołączoną do posta/relacji (publikacji w mediach społecznościowych) nie może zawierać Dóbr Olimpijskich (w tym medalu, stroju olimpijskiego, zdobytego tytułu olimpijskiego), powinno zostać wykonane poza Okresem Igrzysk, a Uczestnik, jeśli jest widoczny na zdjęciu, powinien mieć na sobie odzież nieoznaczoną marką.
- c) Uczestnicy mogą publikować bądź udostępniać treści zamieszczane na kontach MKOI, Komitetu Organizacyjnego XXV ZIO Mediolan-Cortina 2026 lub PKOI w mediach społecznościowych. Jednak takie publikacje bądź udostępnienia nie mogą zawierać wyrazów podziękowania dla Sponsorów Nieolimpijskich ani oznaczyć Sponsorów Nieolimpijskich lub w jakikolwiek inny sposób się do nich odnosić.
- d) Uczestnicy nie muszą zawiadamiać każdorazowo MKOI ani PKOI przed opublikowaniem takich komunikatów, jednak Uczestnicy powinni skonsultować się z MKOI lub PKOI, jeżeli mają jakiegokolwiek wątpliwości co do tego, czy ich komunikat jest zgodny z Zasadami.

Niniejszy dokument może być zmieniany przez PKOI w każdym czasie. Aktualizacja dokumentu nastąpi na oficjalnej stronie internetowej PKOI www.olimpijski.pl.