



Руководство для спортсменов и членов спортивных федераций по участию в рекламных кампаниях

Правило 40

Положение III Правила 40 Олимпийской хартии гласит:

«За исключением случаев, санкционированных Исполкомом МОК, ни один спортсмен, тренер, наставник или официальное лицо, участвующие в Олимпийских играх, не вправе допускать использования во время Олимпийских игр своей личности, фамилии, изображения или спортивного выступления в рекламных целях».

- ✓ **Срок действия:** период проведения Олимпийских игр в Рио с **27 июля по 24 августа 2016 г.** (девять дней до церемонии открытия и три дня после церемонии закрытия Олимпийских игр в Рио в 2016 г.)

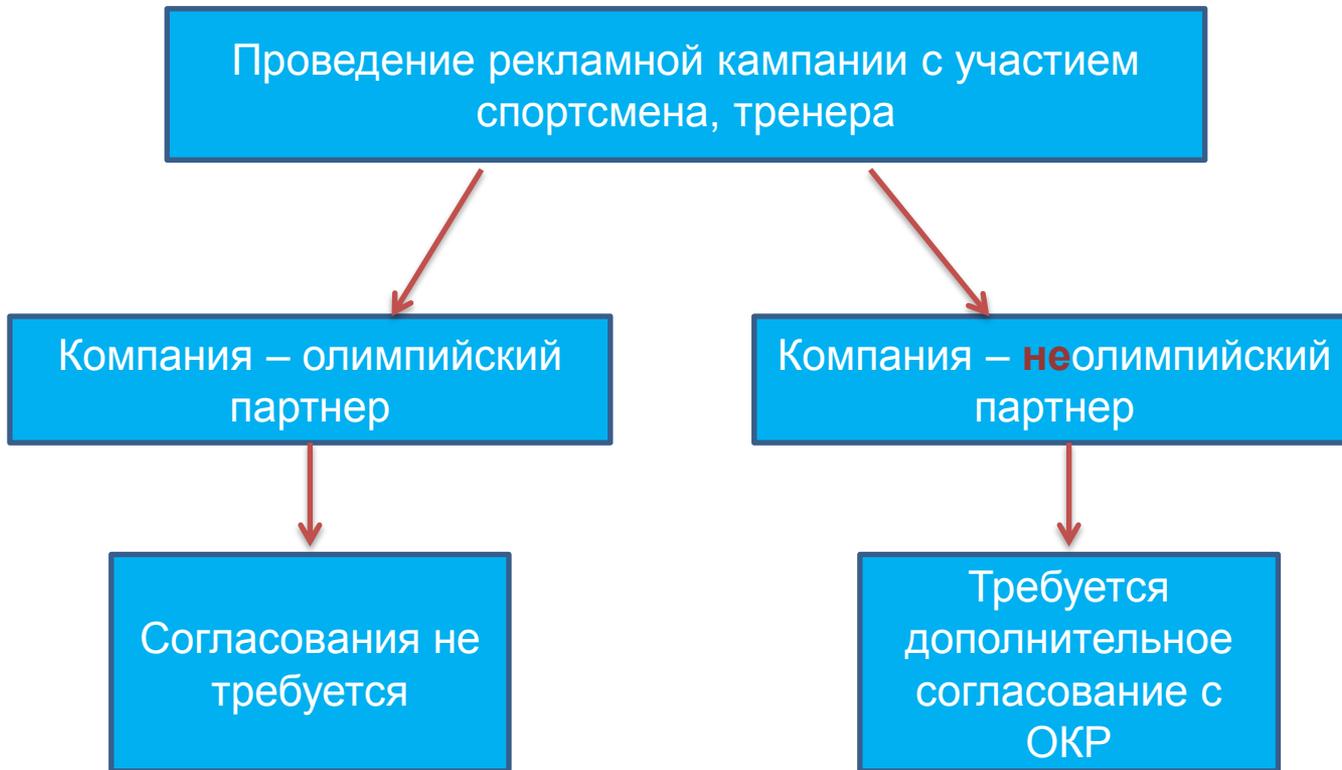
Новая редакция Правила 40



При подготовке к проведению Игр XXXI Олимпиады 2016 года в Рио-де-Жанейро МОК внес изменения в руководство по интерпретации Правила 40:

- Спортсмены, тренеры, наставники или официальные лица, участвующие в Олимпийских играх, **могут участвовать** в рекламных кампаниях как Олимпийских, так и Неолимпийских партнеров в период проведения Олимпийских игр. Для Олимпийских партнеров нет ограничений, для Неолимпийских существуют следующие ограничения:
 - ✓ в рекламе не создается ассоциации с Олимпийским движением, не используются Олимпийские символы, эмблема ОКР или МОК,
 - ✓ в рекламе не используются поздравления или напутствия спортсмену в связи с его участием в предстоящих Олимпийских Играх,
 - ✓ реклама должна стартовать как минимум за два месяца (или больше) до дня открытия текущих Олимпийских Игр.

Правила согласования проведения рекламной кампании



Предоставление разрешения на участие спортсменов в рекламных кампаниях



* Если рекламная кампания распространяется на несколько стран, то ОКР берет на себя согласование с МОК и НОКом другой страны, где будет проводиться рекламная кампания

Процедура получения разрешения

Спортсмен, тренер, наставник или официальное лицо должно предоставить на согласование в ОКР информацию в следующей форме как минимум за 2 (две) недели до старта кампании:

| Имя спортсмена/ тренера/наставника | Название федерации | Название компании, в чьей рекламе планируется участие | Дата начала и завершения рекламной кампании | Суть рекламного сообщения | Рекламные макеты |
|---------------------------------------|-----------------------|---|--|------------------------------|------------------|
| | | | | | |
| | | | | | |

Высылать на эл почту: marketing@olympic.ru с пометкой «Спортсмен в рекламе»

Партнеры МОК и ОКР



Всемирные партнеры



Генеральные партнеры



Партнеры



Официальные поставщики и поставщики: ADAMAS | AVAYA | BALTIKA | EF ENGLISH FIRST | JET SET SPORTS | KOMMERSANT PUBLISHING HOUSE | NORILSK NICKEL | POWER TECHNOLOGIES | SAMSUNG | UHRENHOLT | WILDRED | YAMAHA MOTORABRAU-DURSO | ADECCO | BAUERFEIND AG | CONTEMPORARY INTERNATIONAL | DETECH | EUROPA PLUS | EXECT | I-TECO | KARCHER | KASPERSKY LAB | KELLY SERVICE | KINESIO | KIOUT | LIFE FITNESS | MICROSOFT | PARTER.RU | PAUL HARTMANN | PR AGENCY CROS | ROSATOM | RUSSIAN BUSES-GAZ GROUP | SCANIA | URAL PLANT OF DEICING MATERIALS | WORLD CLASS

Права Олимпийских партнеров

Традиционная реклама

- Имеют эксклюзивные права на ассоциацию с Олимпийским движением;
- могут проводить рекламные кампании с участием спортсменов в период проведения Олимпийских игр, если (1) стороны связаны партнерскими отношениями и/или получено предварительное согласие спортсмена, (2) разрешение на участие спортсмена в рекламной кампании было предоставлено НОКу.

Реклама в социальных сетях и Интернете

- Приветствуется продвижение Олимпийскими партнерами рекламных материалов, разработанных НОКом;
- Могут разрабатывать собственный медиа контент с участием спортсменов при получении их согласия.

Права Неолимпийских партнеров



Спортсменам, тренерам, наставникам и официальным лицам разрешается участвовать в рекламных кампаниях **Неолимпийских** партнеров при условии соблюдения следующих правил:

- в рекламе не создается ассоциации с Олимпийским движением, не используются Олимпийские символы, эмблема ОКР или МОК,
- в рекламе не используются поздравления или напутствия спортсмену в связи с его участием в предстоящих Олимпийских Играх,
- реклама должна стартовать как минимум за два месяца (или больше) до дня открытия текущих Олимпийских Игр и не заканчивается сразу по завершении Игр,
- рекламная кампания не нарушает тренировочный процесс и не отвлекает спортсменов от соревнований,
- правила относятся, прежде всего, к рекламе в магазинах, местах продажи продукции компаний, в социальных сетях и Интернете (примеры представлены далее).

Примеры допустимого использования рекламы в социальных сетях



- ✓ **Не** используются товарные знаки или изображения, имеющие отношение к Олимпийским играм
- ✓ Реклама относится к определенному спортсмену, а не ко всей сборной России

Пример допустимого использования рекламы в социальных сетях



COMPANY X @companyX · 5m

Удачи @Xathlete! Россия гордится тобой!



81

★ 42



View photo



- ✓ **Не** используются товарные знаки или изображения, имеющие отношение к Олимпийским играм
- ✓ Реклама относится к определенному спортсмену, а не ко всей сборной России

Примеры недопустимого использования рекламы в социальных сетях



- ✓ Используются товарные знаки «Rio 2016», «Team Russia»
- ✓ Реклама относится ко всей сборной России, а не к определенному спортсмену



COMPANY X @companyX · 2m

Поздравляем @Xathlete с золотой медалью! #Rio2016! #TeamRussia



COMPANY X @companyX · 2m

Желаем удачи @Xathlete в борьбе за золотую медаль! #Rio2016



COMPANY X @companyX · 2m

Поддержим #Xathlete сегодня! Впереди важный матч! #Rio2016 #TeamRussia



Пример недопустимого использования рекламы в социальных сетях



COMPANY X @companyX · 5m

Желаем удачи @Xathlete и всей @TeamRussia! Россия с Вами! #Rio2016



81



42



[View photo](#)



- ✓ Используется олимпийский символ
- ✓ Используются товарные знаки «Rio 2016», «Team Russia»
- ✓ Реклама относится ко всей сборной России, а не к определенному спортсмену



Спасибо!

