



ČESKÝ
OLYMPIJSKÝ
VÝBOR

COMITÉ
OLYMPIQUE
TCHÈQUE

CZECH
OLYMPIC
COMMITTEE



Pravidla pro NEpartnery, sportovce a funkcionáře podle pravidla 40, prováděcího ustanovení 3 Olympijské charty – pravidla pro použití osobnostních práv sportovců a dalších osob v době XXIII. zimních olympijských her v Pchjongčchangu 2018 (dále jen „Pravidla“)

Tato Pravidla vydává Český olympijský výbor (dále jen „ČOV“) a vztahují se na použití osoby, jména, vyobrazení (fotografie/podobizny) nebo na sportovní výkony sportovce, trenéra, sportovní svazy nebo členy výpravy (dále jen "Účastníci"), kteří se účastní XXIII. zimních olympijských her v Pchjongčchangu v roce 2018 (dále jen „ZOH“), během období těchto ZOH jako členové Českého olympijského týmu (dále jen „ČOT“).

Pravidlo 40, prováděcí ustanovení 3 Olympijské charty zní: „*Bez souhlasu Výkonného výboru MOV nesmí žádný závodník, funkcionář nebo jiný člen výpravy na olympijských hrách dovolit, aby po dobu trvání olympijských her byly jeho osoba, jméno, vyobrazení nebo sportovní výkony využívány k reklamním účelům*“.

Mezinárodní olympijský výbor (dále jen „MOV“) zveřejnil své aktualizované pokyny pro ZOH podle pravidla 40, prováděcího ustanovení 3 Olympijské charty, které ve stručnosti mají za cíl:

- (i) umožnit pokračování generické reklamy s Účastníky, aby nedošlo k narušení vztahů mezi sponzory a Účastníky a nespokojenosti Účastníků;
- (ii) chránit výhradní práva olympijských sponzorů na používání olympijského duševního vlastnictví;
- (iii) zajistit, aby všechny zúčastněné strany pochopily, že každý národní olympijský výbor je odpovědný za vedení a prosazování pravidla 40, prováděcího ustanovení 3 Olympijské charty na svém území.

ČOV, jakožto národní olympijský výbor České republiky, pro zdůraznění a rozšíření povědomí těchto pravidel MOV vydává tato Pravidla k vysvětlení klíčových ustanovení pravidla 40, prováděcího ustanovení 3 Olympijské charty platná na svém území:

Za tímto účelem začíná příslušné období, kdy se použijí tato Pravidla, k datu zasedání nominačního Pléna ČOV a končí třetím dnem po datu slavnostního ukončení ZOH. Pravidla se tedy použijí od **18. ledna 2018 do 28. února 2018 včetně** (dále jen "**Chráněné období zimních olympijských her**").

NEpartner znamená komerční subjekt (včetně sponzorů a mediálních organizací), který sponzoruje / přispívá (nebo jinak podporuje) Účastníka OH (nebo je obchodním partnerem sportovního svazu), a nemá uzavřenou příslušnou smlouvu s MOV nebo s ČOV.



OLYMPIJSKÝ SYMBOL tvoří pět olympijských kruhů, užívá se samostatně, v jedné nebo několika barvách. Kruhy musí mít modrou, žlutou, černou, zelenou a červenou barvu. Jsou vzájemně propojeny zleva doprava. Modrý, černý a červený je umístěn nahoře, žlutý a zelený dole. Celek tvoří pravidelný lichoběžník, který spočívá na kratší základně. Oficiální vzor je uložen v sídle MOV a je obsažen v materiálu Metodika užívání olympijských symbolik, který je k dispozici na webových stránkách www.olympic.cz. Olympijský symbol představuje spojení pěti kontinentů a setkání sportovců celého světa na olympijských hrách. MOV je výhradním držitelem práv k olympijskému symbolu;

OLYMPIJSKÝ EMBLÉM znamená integrovaný vzor spojující olympijské kruhy s jiným význačným prvkem. Olympijským emblémem jsou loga ČOT, ČOV, Českého klubu olympioniků (dále jen „ČKO“), České olympijské akademie (dále jen „ČOA“), Českého klubu fair-play (dále jen „ČKFP“) a Organizačního výboru ZOH (dále jen „OCOG“). Návrh jakéhokoliv olympijského emblému musí být před použitím předložen ke schválení výkonnému výboru MOV. Doposud schválené olympijské emblémy jsou vyobrazeny v příloze č. 2 této Metodiky;

OLYMPIJSKÉ HESLO „Citius, Altius, Fortius“ vyjadřuje poselství, jímž se MOV obrací na všechny, kteří náležejí k olympijskému hnutí, a vyzývá je, aby vynikli v souladu s olympijským duchem. MOV je výhradním držitelem práv k olympijskému heslu;

OLYMPIJSKÁ HYMNA znamená hymnu schválenou MOV na jeho 55. zasedání v Tokiu roku 1958, jejíž partitura je uložena v sídle MOV. MOV je výhradním držitelem práv k olympijské hymně;

OLYMPIJSKÁ VLAJKA má bílý podklad bez lemu. Ve svém středu má pětibarevný olympijský symbol. Vzor a rozměry musí být totožné s vlajkou předloženou Pierrem de Coubertinem na pařížském kongresu roku 1914. MOV je výhradním držitelem práv k olympijské vlajce;

OLYMPIJSKÝ PARTNER znamená subjekt, který má příslušnou smlouvu s MOV nebo s ČOV na užívání určitých práv k olympijským symbolikám a práv duševního vlastnictví MOV a/nebo ČOV.

OLYMPIJSKÁ SYMBOLIKA jsou v souladu se zákonem č. 60/2000 Sb., o ochraně olympijských symbolik, v platném znění: (i) olympijský symbol, (ii) olympijská vlajka, (iii) olympijské heslo, (iv) olympijský oheň, (v) olympijská pochodeň, (vi) olympijská hymna, (vii) olympijské emblémy, (viii) výrazy „olympijský“ a „olympiáda“. Olympijská symbolika jsou registrována podle platných právních předpisů a mezinárodních dohod na ochranu průmyslového a duševního vlastnictví, jimiž je Česká republika vázána;



„**SYMBOLIKA ČOV**“ jsou zejména emblém a vlajka ČOV. ČOV může vytvářet i další odvozená olympijská symbolika. Vyobrazení symbolik ČOV je obsaženo v materiálu Metodika užívání olympijských symbolik, který je k dispozici na webových stránkách www.olympic.cz;

V Chráněném období zimních olympijských her je nepřipustné použití dalších výrazů navozujících spojení s OH:

2018, Pchjongčchang a jeho překlady, zlato, stříbrný, bronz, medaile, snaha, představení, výzva, zima, hry, sponzor/sponzoři, vítěz, vítězství;

GENERICKÁ REKLAMA znamená jakoukoliv reklamu sloužící ke ztotožnění výrobku/výrobků nebo služby.

Pravidlo 40, prováděcí ustanovení 3 Olympijské charty pro olympijské partnery

Olympijští partneři ČOV/ČOT mají v rámci svých uzavřených smluv jistá práva vůči ČOV. Jakékoliv použití potenciálních Účastníků v jakékoliv formě reklamy nebo propagace během Chráněného období zimních olympijských her musí být schváleno ČOV v souladu s ustanoveními příslušné smlouvy.

Celosvětoví/TOP partneři s působností na území České republiky mají samostatné dohody s MOV a pro případnou výjimku podle pravidla 40, prováděcího ustanovení 3 Olympijské charty pro případnou generickou reklamu potřebují výjimku podle pravidla 40, prováděcího ustanovení 3 Olympijské charty od ČOV.

Pravidlo 40.3. pro neolympijské partnery

Aby NEpartneři mohli používat generickou reklamu s použitím jména/vyobrazení Účastníka během Chráněného období zimních olympijských her k reklamním účelům, musí dodržovat následující pravidla:

- (i) Toto použití jména/vyobrazení Účastníka zjevně přímo nebo nepřímo nevytváří dojem obchodního spojení nebo asociaci mezi obchodní značkou Neolympijských partnerů se ZOH, MOV, Olympijským hnutím, ČOV, ČOT a/nebo účastí Účastníka na ZOH;
- (ii) generická reklama nebude zjevně přímo nebo nepřímo používat olympijský emblém, olympijské heslo, olympijský symbol, olympijskou hymnu, olympijská symbolika, symbolika ČOV a/nebo



chráněné výrazy „olympijský“ a „olympiáda“ v jakékoliv podobě i formou zkratky v Chráněném období zimních olympijských her;

- (iii) generická reklama nebude jiným způsobem participovat na ZOH, vč. např. formou zdravící gratulace během Chráněného období zimních olympijských her;
- (iv) generická reklama bude prokazatelně odsouhlasena Účastníkem, a to pro každý druh propagačního materiálu zvlášť;
- (v) generická reklama nebude v rozporu s veřejnou morálkou nebo dobrými mravy nebo nebude poškozovat zájmy či dobré jméno ČOV/ČOT a/nebo nebude v rozporu se zaměřením a cíli ZOH;
- (vi) na generické reklamě nebudou jakýmkoliv způsobem prezentovány jiné subjekty (tj. zejména jejich obchodní firmy, výrobky, služby či jakékoliv označení způsobilé identifikovat takový subjekt) než subjekt žádající o povolení pro takovou reklamu;
- (vii) generická reklama nebude uvádět zjevně nepravdivé a zkreslené informace nebo ty, jejichž obsahem jsou porušovány obecně závazné právní předpisy nebo práva jednotlivých osob či institucí;
- (viii) NEpartner nebude přímým konkurentem ze stejného oboru činnosti sponzorů/partnerů MOV a/nebo ČOV/ČOT;
- (ix) takováto generická reklama začne prokazatelně běžet na veřejnosti (trvání reklamní kampaně v jakékoliv formě reklamy nebo propagace musí začít) nejpozději 4 měsíce před Chráněným obdobím zimních olympijských her a
- (x) takováto generická reklama a všechny materiály k ní se vztahující budou řádně a včas předloženy k předchozímu schválení ČOV.

Předběžné znění generické reklamy a/nebo reklamní kampaně (které mohou být v koncepční formě) musí být předloženy ČOV nejpozději do **31. srpna 2017**, aby se zajistilo, že ČOV bude mít čas na kontrolu a reakci. Z takové žádosti musí vyplývat nejen obsah generické reklamy, ale i mediální rozvrh takové reklamní kampaně, který prokáže, že reklama bude komerční a reklamní kampaň poběží minimálně 4 měsíce před Chráněným obdobím zimních olympijských her.

Všechny otázky týkající se pravidla 40, prováděcího ustanovení 3 Olympijské charty směřujte na adresu:

info@olympic.cz.

