



NOC*NSF MARKETING RICHTLIJNEN OLYMPISCHE en PARALYMPISCHE SPELEN

INHOUDSOPGAVE

A. INLEIDING	3
B. COMMERCIEEL GEBRUIK VAN OLYMPISCHE EN PARALYMPISCHE AANDUIDINGEN EN SYMBOLEN	4
C. OLYMPISCHE EN PARALYMPISCHE LOCATIES	5
D. TICKETS VOOR DE OLYMPISCHE EN PARALYMPISCHE SPELEN	5
E. HOLLAND HEINEKEN HOUSE	6
F. GEBRUIK IMAGE TOPSPORTERS TIJDENS DE OLYMPISCHE EN PARALYMPISCHE SPELEN	7
G. KLEDING	9
H. TV, RADIO EN INTERNET (journalistieke vastlegging) EN WEDDENSCHAPPEN	10
I. MERKBESCHERMINGSPROGRAMMA	12
J. OVERZICHT OLYMPISCHE EN PARALYMPISCHE SPONSORS	13
IOC Top VIII en IX Partners	13
IPC Partners	13
Partners TeamNL	13
Projectpartners TeamNL	13
(Maatschappelijke) Partners Paralympic TeamNL	14
Media Partners	14
K. CONTACT	15

A. INLEIDING

De Olympische Spelen horen bij de best bekeken sportevenementen ter wereld. Meer dan 4 biljoen mensen verspreid over 200 landen kijken met grote interesse en bewondering naar de prestaties van de ruim 10.500 beste topsporters van de wereld. Ook voor Nederland zijn de Olympische en Paralympische Spelen een prachtig podium waarop wij ons als land kunnen presenteren. Wie herinnert zich niet de gouden medailles van Fanny Blankers-Koen, Pieter van den Hoogenband, Inge de Bruijn, Leontien van Moorsel, Anky van Grunsven, Maarten van der Weijden, Marianne Timmer, Ireen Wüst, Nicolien Sauerbrey, Sven Kramer en vele anderen.

Om de Olympische en Paralympische Spelen (hierna gezamenlijk ook: "Spelen") en een succesvolle uitzending van een TeamNL (zowel Olympisch als Paralympisch) mogelijk te maken is er een uitgebalanceerd internationaal en nationaal Olympisch en Paralympisch marketingprogramma. Het internationale marketingprogramma zorgt er onder andere voor dat de Olympische en Paralympische Spelen daadwerkelijk kunnen worden georganiseerd en dat topsporters uit de hele wereld in staat zijn deel te nemen aan de Spelen. De internationale marketing partners zijn een belangrijke schakel in de organisatie van de Olympische en Paralympische Spelen. Men zorgt bijvoorbeeld voor het soepel verlopen van de complexe infrastructuur door het inbrengen van de benodigde technologie, expertise, logistiek en personele bezetting.

Door middel van het nationale marketingprogramma rond TeamNL draagt NOC*NSF financieel en materieel tientallen miljoenen euro's bij aan de Olympische en Paralympische programma's van sportbonden en topsporters.

Naast het verkrijgen van de benodigde financiële middelen staat het Olympisch en Paralympisch marketingprogramma borg voor het uitdragen en waarborgen van de Olympische en Paralympische idealen en het speciale karakter van de Olympische en Paralympische Spelen.

De kracht en waarde van het Olympisch en Paralympisch marketingprogramma wordt bepaald door het sterke imago van de Olympische en Paralympische Spelen en de mogelijkheid voor bedrijven om zich hiermee op exclusieve basis te associëren. Om de toekomst van de Olympische en Paralympische Spelen te waarborgen is het voor alle partijen van belang deze rechten te respecteren en te beschermen. Samenwerking tussen het Internationaal Olympisch Comité (hierna: "IOC"), het Internationaal Paralympisch Comité (hierna: "IPC"), NOC*NSF, topsporters, sportbonden, commerciële teams, managers, sponsors en media bij het tegengaan van ambush marketing*) is de beste manier om de toekomst van de Olympische en Paralympische Spelen en de sport veilig te stellen.

In de volgende hoofdstukken worden met het oog op de Olympische en Paralympische Spelen de belangrijkste NOC*NSF Marketingrichtlijnen weergegeven. De NOC*NSF Marketingrichtlijnen zijn mede gebaseerd op internationale regelgeving van met name het IOC (o.a. het Olympisch Handvest en diverse richtlijnen) en IPC (o.a. het Paralympisch Handboek). ***Mochten zich wijzigingen in deze regelgeving voordoen behoudt NOC*NSF zich het recht voor deze Marketingrichtlijnen aan te passen aan de nieuwe regelgeving.***

Op de website van NOC*NSF www.nocnsf.nl is de meeste recente versie van deze Marketingrichtlijnen gepubliceerd.

*) Ambush marketing activiteiten zijn alle bewust en onbewust geïnitieerde pogingen die onterecht de suggestie wekken dat er een commerciële en/of sponsorrelatie bestaat tussen de betreffende organisatie en een topsporter, begeleider, sportbond, ploeg, IOC, IPC, NOC*NSF en/of Olympische en Paralympische Spelen.

B. COMMERCIEEL GEBRUIK VAN OLYMPISCHE EN PARALYMPISCHE AANDUIDINGEN EN SYMBOLEN

NOC*NSF, het IOC en IPC zijn rechthebbende op een diverse logo's, symbolen en aanduidingen samenhangende met NOC*NSF, het IOC, het IPC en de Olympische en Paralympische Spelen.

De bekendste Olympische en Paralympische beeld- en woordmerken

Beeldmerken	Woordmerken
Olympische ringen	Olympic
Paralympische agito's	Paralympic
Olympische fakkel	Olympisch / Paralympisch
Olympische / Paralympische medailles	Olympiade
Olympische vlam	The Olympics
Olympische / Paralympische vlag	
	Citius Altius Fortius
	Sneller, hoger, sterker
Mascotte Tjemp	
NOC*NSF logo	NOC*NSF
TeamNL logo	TeamNL
Diverse mascottes van de Zomer- en Winter Spelen	Rio 2016
	Pyeongchang 2018
	Tokyo 2020

Het gebruik van (onder andere) deze merken is gebonden aan de internationale regels van het IOC en het IPC. In Nederland bewaakt en beschermt NOC*NSF het gebruik van de Olympische en Paralympische merken en symbolen.

Commercieel en promotioneel gebruik (waaronder mede wordt verstaan het gebruik van de Olympische en Paralympische merken en symbolen op een manier die een associatie of relatie met de Spelen, het IOC, het IPC en NOC*NSF impliceert) van de Olympische en Paralympische merken en symbolen is niet toegestaan.

C. OLYMPISCHE EN PARALYMPISCHE LOCATIES

Om de integriteit van de Olympische en Paralympische Spelen te waarborgen en tegelijkertijd de prestatie van de topsporters centraal te stellen voeren het IOC en IPC een zogenaamd '**clean venue**' beleid. Dit wil zeggen dat noch in de stadions noch op andere wedstrijdlocaties reclame mag worden gemaakt door wie dan ook (o.a. topsporters, coaches, begeleiders, toeschouwers, sponsors). Uitzonderingen op het voorgaande zijn, onder bepaalde voorwaarden, mogelijk. Hierbij moet met name worden gedacht aan het logo van de fabrikant op de sportkleding, sportuitrusting en ander toebehoren (accessoires) van de topsporter.

Op de andere officiële Olympische en Paralympische locaties, niet zijnde wedstrijdlocaties, zijn uitsluitend de TOP Sponsors van het IOC en de sponsors van het lokale organisatiecomité van de betreffende Olympische en Paralympische Spelen (hierna "Organisatiecomité") gerechtigd reclame te maken.

Met name richting toeschouwers heeft het IOC de afgelopen jaren regelmatig hard opgetreden tegen bedrijven en particulieren die geprobeerd hebben via het uitdelen van commerciële gimmicks en kledingstukken reclame te maken. De verwachting is dat het IOC en IPC ook in Rio (2016), Pyeongchang (2018) en Tokyo (2020) hun aandacht zullen richten op sluikreclame door toeschouwers.

D. TICKETS VOOR DE OLYMPISCHE EN PARALYMPISCHE SPELEN

De 'Official Travel Agent' (in Nederland ATP) heeft in Nederland het alleenrecht gekregen (op basis van een overeenkomst met het Organisatiecomité van de Spelen en NOC*NSF) om tickets voor de wedstrijden tijdens de Olympische en Paralympische Spelen te verkopen.

Doorverkoop van deze tickets is - op basis van eerdergenoemde overeenkomst - niet toegestaan. ATP is verplicht gerechtelijke stappen te ondernemen tegen derden die niet in lijn met de afspraken als opgenomen in de overeenkomst handelen. Dit kan ook samen met het Organisatiecomité.

Met andere woorden, niemand anders dan ATP kan in Nederland tickets voor de Spelen aanbieden. Daarnaast worden uiteraard tickets aangeboden door het Organisatiecomité en door de 'Official Travel Agents' in de andere landen.

Tevens mag niemand - behalve ATP - die in het bezit is van tickets voor de Spelen daarmee commerciële of promotionele acties ondernemen. Er is één uitzondering en dat zijn enkele sponsors van NOC*NSF, als deze daarvoor toestemming hebben gekregen van NOC*NSF.

Reizen of arrangementen naar de Spelen kunnen wel door anderen dan ATP worden aangeboden, maar deze kunnen nooit inclusief tickets voor wedstrijden zijn. Immers als deze tickets worden aangeboden, zijn die gekocht bij ATP of het Organisatiecomité en is doorverkoop verboden.

E. HOLLAND HEINEKEN HOUSE

Tijdens elke Olympische Spelen organiseert NOC*NSF het zogenaamde Holland Heineken House. Het doel van het Holland Heineken House is ernaar te streven om dé ontmoetingsplaats te zijn tijdens de Olympische Spelen voor topsporters, begeleiders, coaches, supporters, sportbonden, sponsors, media, familie van topsporters, hoogwaardigheidsbekleders en bestuurders.

De regie van het Holland Heineken House ligt in handen van NOC*NSF met Heineken als facilitator. Het Holland Heineken House wordt zodanig ingericht dat alle doelgroepen elkaar in een informele sfeer kunnen treffen in een typisch Nederlandse entourage. Daarnaast biedt het de bezoeker een unieke vorm van informatievoorziening. De 'international TV feed' zorgt er bovendien voor dat bezoekers die geen kaarten hebben voor wedstrijden toch de prestaties van TeamNL kunnen volgen. Hoogtepunten vormen de medaillevieringen.

In het Holland Heineken House worden onder andere door NOC*NSF diverse recepties en persconferenties georganiseerd, waarbij de overige bezoekers gelijktijdig gebruik kunnen blijven maken van het huis. Voor de media is een werkruimte ingericht. Hierdoor houdt ook de niet-geaccrediteerde pers voeling met de Olympische Spelen. De NOS en Radio 538 hebben een eigen studioruimte. Voor de topsporters is er een apart 'home' waar ze zich zonder pers of sponsors in een huiskamersetting kunnen terugtrekken. Groepen topsporters kunnen er op verzoek van de teammanager ook hun maaltijden krijgen.

Op verzoek kunnen groepen tafels reserveren voor een lunch of diner. Reclame is, met uitzondering van de Partners in Sport van NOC*NSF, daarbij niet toegestaan. Sportbonden die een bijeenkomst organiseren in het Holland Heineken House kunnen deze bijeenkomst eventueel branden in overleg met NOC*NSF. Er is altijd iemand van het consulaat/de ambassade bereikbaar om eventuele problemen met zoekgeraakte paspoorten en dergelijke op te lossen. Voor informatie inzake tickets en vervoer kan men terecht bij de ATP balie. Er wordt naar gestreefd om bezoekers zoveel mogelijk service te bieden in de vorm van geldautomaten, een garderobe en communicatie faciliteiten zoals internet.

Het Holland Heineken House hanteert hetzelfde beleid als wat op de Olympische venues wordt gehanteerd. Voor iedere Olympische Spelen wordt een toegangsbeleid vastgesteld dat rekening houdt met plaatselijke wetgeving inzake alcoholgebruik, geluidsoverlast en dergelijke. Ook het uitdelen van folders of ander materiaal is niet toegestaan.

Het Holland Heineken House streeft ernaar om zoveel mogelijk een open huis te zijn, waarbij wel een ticket of accreditatie nodig is om binnen te komen.

Voor de Paralympische Spelen in Rio de Janeiro zal er geen Holland Huiskamer worden ingericht. Wel worden er ter plekke diverse bijeenkomsten georganiseerd voor meereizende relaties, familie en vrienden van de topsporters. Doelgroepen die dit aangaat worden hierover door NOC*NSF dan wel ATP tijdig geïnformeerd.

F. GEBRUIK IMAGE TOPSPORTERS TIJDENS DE OLYMPISCHE EN PARALYMPISCHE SPELEN

Voortvloeiend uit onder andere regel 40 bye-law 3 van het Olympisch Handvest dan wel hoofdstuk 3 paragraaf 2.1 van sectie 1 van het Paralympisch Handboek is het topsporters en begeleiders gedurende de Olympische of Paralympische periode - dit is de periode vanaf negen dagen voor aanvang van de Olympische of Paralympische Spelen tot en met drie dagen na de sluiting van de Olympische of Paralympische Spelen - niet toegestaan, zonder voorafgaande toestemming van het IOC of IPC, zijn of haar image (persoon, naam, afbeelding, sportprestatie) te gebruiken of laten gebruiken voor commerciële doeleinden. Doel van deze bepaling is onder andere het beschermen van de deelnemende topsporters tegen commerciële uitbuiting zonder dat de sport of de betreffende topsporter hier voordeel van heeft.

Formeel betekent dit, zonder dat het een limitatieve opsomming betreft, dat advertenties, radio en TV commercials, billboards, reclamefolders en andere commerciële activiteiten waarbij de persoonlijke aanwezigheid, naam, afbeelding en/of sportprestatie van een deelnemende topsporter of begeleider wordt gebruikt, NIET zijn toegestaan tijdens de Olympische en Paralympische Spelen zonder toestemming van het IOC, IPC en/of NOC*NSF.

Uiteraard heeft een topsporter of begeleider wel het recht om na afloop van de Olympische of Paralympische Spelen zijn of haar persoonlijke prestatie commercieel te gebruiken.

Het IOC en het IPC hebben bovenstaande regel verruimt door deze uitingen of activiteiten onder bepaalde voorwaarden WEL toe te staan, altijd NA TOESTEMMING van a) het IOC of IPC, bij internationaal gebruik (buiten Nederland), of b) NOC*NSF bij gebruik in Nederland.

Voorwaarden IOC en IPC

De voorwaarden van het IOC en IPC waaronder het gebruik van de persoon, naam, afbeelding of sportprestatie van een topsporter of begeleider is toegestaan zijn de volgende:

- a) Gebruik door 'Olympische of Paralympische Partners', zoals Partners in Sport van NOC*NSF en Toppartners en Olympic broadcasting right holders van het IOC en IPC:
 - commercieel gebruik van persoon, naam, afbeelding of sportprestatie van een topsporter of begeleider is alleen toegestaan wanneer het betreft:
 - i) succesadvertenties;
 - ii) felicitatieadvertenties;
 - iii) andere Olympisch of Paralympisch gerelateerde advertenties en activiteiten, zoals social media campagnes;
 - er mag hierbij absoluut geen enkele relatie worden gelegd met a) een door de sponsor aangeboden product of dienst, en b) de (sport)prestatie tijdens de Spelen, behalve in het geval van een felicitatieadvertentie.
- b) Gebruik door 'niet-Olympische of Paralympische sponsors', zoals bijvoorbeeld privésponsors van de topsporter:
 - commercieel gebruik van de persoon, naam, afbeelding of sportprestatie van een topsporter of begeleider, is alleen toegestaan als:
 - i) er geen enkele relatie wordt gelegd tussen het bedrijf (product of dienst) of merk aan de ene kant en de Olympische of Paralympische Spelen, het IOC, het IPC, de Olympische of Paralympische beweging, het Organisatiecomité, NOC*NSF of TeamNL aan de andere kant.

Degene die gebruik maakt van de naam, afbeelding of sportprestatie van een topsporter of begeleider, dient voor dat gebruik altijd vooraf de rechten daarvoor te hebben verkregen van de betreffende persoon of personen.

Wie gebruik wil maken van de hierboven genoemde uitzondering, kan daartoe een verzoek doen bij NOC*NSF, afdeling Commercie & Marketing, via het volgende mailadres: marketing@nocnsf.nl.

Aanvullende voorwaarden NOC*NSF ten behoeve van Rio 2016

NOC*NSF verleent - na afstemming met de sportbond - in de regel toestemming mits aan de hiervoor genoemde voorwaarden van het IOC is voldaan en aan de hierna volgende voorwaarden is voldaan.

*Voorwaarden van NOC*NSF (aanvullend op de voorwaarden van het IOC of IPC) voor zowel Olympische of Paralympische Partners als niet-Olympische of Paralympische sponsors:*

1. Het verzoek om toestemming dient afzonderlijk en tijdig, doch uiterlijk op 1 juli 2016, te zijn ingediend bij NOC*NSF via bovenstaand e-mailadres.
2. De uiting(en) richt/richten zich uitsluitend op Nederland.

*Aanvullende voorwaarde van NOC*NSF uitsluitend voor niet-Olympische sponsors*

3. De betreffende sponsoring aan de topsporter of begeleider is naar het oordeel van NOC*NSF structureel (duur) en substantieel (waarde).

NOC*NSF geeft ook de sportbond de mogelijkheid gebruik te maken van de hiervoor genoemde uitzondering die het IOC en IPC bieden. Naast de hiervoor genoemde voorwaarden onder punt 1 en 2 zijn voor de sportbond de volgende voorwaarden van toepassing.

*Aanvullende voorwaarden van NOC*NSF voor de sportbond*

3. Het betreft eenmalig een succesadvertentie en/of eenmalig een felicitatieadvertentie.
4. De sportbond is afzender van de bedoelde advertentie(s) en bepaalt zelf welke bondsponsor of collectief van bondsponsor(s) in de bedoelde advertentie(s) wordt of worden meegenomen.
5. De opmaak van de advertentie dient te gebeuren in de eigen huisstijl van de sportbond (met de eventuele bondssponsors in een sponsorbalk).

NOC*NSF kan verzoeken als hierboven bedoeld altijd ter beoordeling voorleggen aan het IOC of IPC. NOC*NSF geeft binnen 21 kalenderdagen uitsluitel op het verzoek.

Uiteraard gelden in zowel de periode voor, tijdens als na de Olympische of Paralympische Spelen tevens de bepalingen uit hoofdstuk B: Gebruik van Olympische en/of Paralympische aanduidingen en symbolen.

G. KLEDING

Tijdens en rond de Olympische en Paralympische Spelen zijn alle leden van TeamNL die worden uitgezonden naar de Spelen verplicht zich op uniforme wijze te kleden. NOC*NSF zorgt voor een kwalitatief hoogwaardig sportief en representatief kledingpakket.

De wedstrijd- en/of aanverwante/andere sporttechnische kleding maakt geen onderdeel uit van dit sportieve kledingpakket en moet door de betreffende sportbond zelf worden verzorgd, rekening houdend met door het IOC, IPC en/of NOC*NSF vastgestelde richtlijnen voor wedstrijdkleding. Deze richtlijnen voor wedstrijd- en/of aanverwante of andere sporttechnische kleding omvatten naast beleids- en technische aspecten op het gebied van kleurstelling en logogebruik, een paragraaf over het feit dat het niet is toegestaan, met uitzondering van het logo van de fabrikant van de kleding, de hier bedoelde kleding te voorzien van enige vorm van reclame.

De richtlijnen voor wedstrijdkleding van het IOC en IPC zijn gepubliceerd op de website www.nocnsf.nl.

De richtlijnen voor wedstrijdkleding van NOC*NSF kunnen worden opgevraagd bij: annemiek.vandermeer@nocnsf.nl.

H. TV, RADIO EN INTERNET (journalistieke vastlegging) EN WEDDENSCHAPPEN

De media aandacht tijdens de Olympische en Paralympische Spelen is groot. Dagelijks kijken en luisteren er wereldwijd miljoenen mensen via TV, Radio, Internet en mobiele telefoon naar wat er gebeurt op de Spelen.

Het IOC en IPC hebben, als eigenaar van de Olympische respectievelijk de Paralympische Spelen, de mediarechten (TV, Radio, Internet) exclusief verkocht. Om de exclusiviteit en daarmee de waarde van de overeenkomst te garanderen zullen het IOC en IPC er alles aan doen hun rechten te beschermen. Hierdoor kunnen zowel het IOC als het IPC een groot deel van hun inkomsten voor nu en de toekomst waarborgen en zodoende de Olympische en Paralympische Spelen blijven organiseren.

Ter aanvulling op het Olympisch Handvest en het Paralympisch Handboek hebben het IOC en IPC een aantal regels met betrekking tot TV, Radio en internet expliciet vastgesteld.

Journalistieke verslaglegging deelnemers en anders geaccrediteerden

Regel 48 bye law 3 Olympisch Handvest: "Onder geen enkele voorwaarde mag een topsporter, coach, official, of anders geaccrediteerde deelnemer zich voordoen of gedragen als een journalist en/of verslaggever". Een vergelijkbare regel voor de Paralympische Spelen is te vinden in het Paralympisch Handboek hoofdstuk 1 paragraaf 1.1 en 1.2 van sectie 2.

Niets in deze regel beperkt de topsporter of de begeleider tot het geven van een interview aan een geaccrediteerde journalist.

Ter verduidelijking:

- Persoonlijke, door de topsporter of begeleider gemaakte, foto's, videobeelden en (geluids)opnamen in geaccrediteerde zones - zijnde Olympische en Paralympische venues of in het Olympisch en Paralympisch dorp - mogen niet via een publiek medium (TV, krant, niet persoonlijke websites etc.) worden verspreid en/of gepubliceerd. Camera's zijn uitsluitend voor persoonlijk gebruik.
- Mobiele telefoons en/of andere audio apparatuur mogen niet door de topsporter of begeleider worden gebruikt om informatie (waaronder interviews) vanuit geaccrediteerde zones te verspreiden via TV, radio en niet persoonlijke websites, etc.
- Topsporters en begeleiders zijn wel vrij om te reageren op vragen van journalisten, web-editors of publiek.
- Het zowel on- als offline publiceren van interviews van topsporters of begeleiders met andere topsporters of begeleiders is niet toegestaan.
- Het is topsporters en begeleiders toegestaan deel te nemen aan chat sessies vooropgesteld dat het een niet-exclusieve, non-commerciële en dus gratis activiteit is.

Richtlijnen social media, blogs en persoonlijke websites van deelnemers en andere geaccrediteerden

Het IOC moedigt het gebruik van social media aan, maar wil daarnaast ook de waarde van het Olympische merk waarborgen. Vandaar dat het IOC voor deelnemers en andere geaccrediteerde personen van de Spelen richtlijnen opstelt voor het gebruik van social media.

Ook het IPC hanteert gelijksoortige richtlijnen tijdens de Paralympische Spelen.

De onderstaande richtlijnen gelden vanaf de opening van het Olympisch of Paralympisch dorp tot en met de sluiting van het Olympische of Paralympisch dorp.

Richtlijnen voor topsporters, begeleiders en andere geaccrediteerde personen

- Berichtgeving op persoonlijke websites en social mediakanalen mag, mits het in dagboekvorm (ik-vorm) geschreven is en het geen journalistieke verslaglegging betreft.

- In berichtgeving moeten de Olympische en Paralympische waarden worden gerespecteerd. Geen discriminatie, haat-uitingen of vulgair of obscene taalgebruik.
- Foto's van venues mogen alleen op persoonlijke websites en social mediakanalen worden geplaatst en mogen niet commercieel worden ingezet, worden doorverkocht of op een andere manier worden verspreid.
- Video- en audiomateriaal dat *binnen een Olympische of Paralympische venue* wordt gemaakt, mag alleen voor persoonlijke doeleinden worden gebruikt. Deze mogen niet op social mediakanalen of websites worden geplaatst.
Dit geldt niet voor video- en audiomateriaal dat *buiten Olympische of Paralympische venues* wordt gemaakt.
- Berichtgeving over activiteiten van andere bewoners in het Olympisch of Paralympisch dorp mag alleen met toestemming van desbetreffende persoon/personen.
- Foto's binnen het Olympisch dorp mogen worden geplaatst op persoonlijke websites en social mediakanalen, maar zodra er een ander persoon op de foto staat, moet aan deze persoon toestemming worden gevraagd. Dit om de veiligheid binnen het Olympisch dorp te waarborgen.
- Het is niet toegestaan Olympische of Paralympische symbolen, logo's en aanduidingen te gebruiken op persoonlijke websites en social mediakanalen op welke wijze dan ook.
- Het is niet toegestaan een merk, product of dienst te promoten door middel van een posting, blog of tweet op een persoonlijke website en social mediakanalen. Sponsoring van 'Olympische' of 'Paralympische' content en/of het zichtbaar plaatsen van advertenties is dus niet toegestaan. Uiteraard is het wel toegestaan individuele sponsors op de website te vermelden, zolang duidelijk is dat het hier gaat om privé-sponsors en dat deze sponsors niet geassocieerd kunnen worden met 'Olympisch' en/of 'Paralympisch' en de Spelen.
- Domeinnamen of URL's mogen niet een van de Olympische of Paralympische woordmerken bevatten. Websites die volledig in het teken van de Olympische of Paralympische Spelen staan zijn ook niet toegestaan.
- Ga respectvol om met de privacy van anderen en de activiteiten van het IOC, het IPC, het Organisatiecomité en de Spelen en andere relevante organisaties.
- Veiligheidsregels mogen niet worden geschonden, want hierdoor kan de veilige uitvoering van de Spelen in gevaar worden gebracht.

Extra richtlijnen voor pers:

- De geaccrediteerde pers mag vrij gebruik maken van hun eigen social mediakanaal. Foto's gemaakt door geaccrediteerde fotografen mogen gebruikt worden voor redactionele stukken en berichten op social mediakanalen en websites met naam van de fotograaf. Afbeeldingen van de Olympische ringen of Paralympische agito's mogen gebruikt worden in feitelijke en redactionele stukken, zoals bijvoorbeeld een nieuwsartikel over de Spelen.

De accreditatie van een organisatie of geaccrediteerde personen kan worden ingetrokken door het IOC of IPC met het oog op naleving van deze richtlijnen. Het IOC en IPC behouden al hun rechten voor om maatregelen te nemen met betrekking tot overtredingen van deze richtlijnen.

Betting prohibition

Het is de topsporter en begeleider gedurende de periode van negen dagen voor tot en met drie dagen na de Olympische of Paralympische Spelen verboden op enige manier deel te nemen en een bijdrage te leveren aan dan wel het promoten van weddenschappen die betrekking hebben op de Spelen.

I. MERKBESCHERMINGSPROGRAMMA

Om de rechten en merken van alle bij de Olympische en Paralympische Spelen betrokken partijen zo goed mogelijk te beschermen hebben het IOC, IPC, Organisatiecomité van de Spelen en NOC*NSF een uitgebreid merkbeschermingsprogramma opgezet. Door bundeling van krachten, ondersteund door een breed scala aan organisaties, is een effectief programma ontwikkeld dat naast de rechten van het IOC, IPC, NOC*NSF en Organisatiecomité ook de rechten van de topsporters, sportbonden en internationale federaties en sponsors beschermt.

In de aanloop naar de Olympische en Paralympische Spelen zal veel aandacht worden besteed aan preventieve maatregelen die merkinbreuk kunnen voorkomen. Maatregelen die in deze worden genomen zijn:

- Het verstrekken van deze 'NOC*NSF Marketingrichtlijnen Olympische en Paralympische Spelen' aan alle betrokkenen partijen zoals topsporters, coaches en begeleiders, sportbonden en sponsors;
- Het plaatsen van bovengenoemde richtlijnen op de website www.nocnsf.nl;
- Het maken van contractuele afspraken met alle leden (topsporters en begeleiders) van TeamNL en betrokken sportbonden;
- Het verkrijgen van media aandacht in onder andere vakbladen op het gebied van marketing en communicatie en sport;
- Het plaatsen van advertenties of voeren van campagnes waarin het publiek duidelijk wordt gemaakt wie de officiële sponsors zijn van het IOC, IPC en NOC*NSF;
- Het organiseren van één centraal aanspreekpunt voor vragen en coördinatie van het merkbeschermingsprogramma.

Tijdens de Olympische en Paralympische Spelen formeert het Organisatiecomité een speciaal anti-ambush team dat, met hulp van onder andere de douane, politie, beveiligingorganisatie en veel vrijwilligers, alle Olympische en Paralympische locaties controleert op onrechtmatige reclame uitingen.

In Nederland zal een speciaal team van NOC*NSF medewerkers zich gedurende de Olympische Spelen actief bezig houden met het opsporen en bestrijden van onrechtmatige reclame uitingen in of op onder andere alle gedrukte media, TV, Radio, Internet. Daarnaast roept NOC*NSF alle betrokken topsporters, begeleiders, sportbonden en sponsors op om ook mee te werken aan het merkbeschermingsprogramma door gevallen van vermeende merkinbreuk te melden bij NOC*NSF.

J. OVERZICHT OLYMPISCHE EN PARALYMPISCHE SPONSORS

IOC Top VIII en IX Partners

Coca Cola	Non-alcoholic beverages
VISA	Payment services
Panasonic	Audio, TV and video equipment
Atos Origin	Information technology solutions
Samsung	Wireless communication equipment
Mc Donalds	Retail Food service
Omega	Timing, scoring and venue results services
General Electric	Energy Generation and Electricity Distribution systems, appliances, etc.
Procter & Gamble	Consumer and personal care
Dow Chemical	Chemicals
Bridgestone*	Seismic isolation bearings, bicycles and tyres
Toyota*	Cars

*) nu nog beperkt tot aantal landen, vanaf 2017 wereldwijd

IPC Partners

Otto Bock (Protheses, e.d.)
VISA
Panasonic
Atos Origin
Samsung
Toyota

Allianz (Verzekeringsmaatschappij)
BP

Partners TeamNL

Lotto	Loterij van en voor de sport, kansspelactiviteiten
EY	Accountancy, fiscale en juridische dienstverlening en organisatieadvies
Rabobank	Internationale financiële dienstverlening op coöperatieve grondslag; bankieren, vermogensbeheer, leasing, verzekeren en vastgoed
Randstad	HR Dienstverlening: uitzending, detachering, werving en selectie, mobiliteitsdiensten, re-integratie diensten, interim HR diensten, assessments, HR consultancy, inclusief opleiding en begeleiding
Volkswagen/PON	Autofabrikant
Zilveren Kruis	Verzekeraar schade, zorg en inkomen

Projectpartners TeamNL

ASICS	Sportkleding, sportschoeisel en sportaccessoires
ATP	Reizen, tickets, verblijf en coördinatie en verkoop entreekaarten OS/PS en evenementen
Coca Cola	Niet alcoholische dranken
Heineken	Holland Heineken House en bier
Neptunus	Tenten en semi permanente accommodaties
NS	Personenvervoer middels het spoor
SuitSupply	Representatieve en vrijetijdskleding
Impeco	Freight forwarding

KPN	Telecom (vast en mobiel), ICT dienstverlening met betrekking tot, internet, spraak- en clouddiensten en interactieve televisie
FrieslandCampina	Zuivel, beperkt tot: (karne)melk, yoghurt kaas, boter, (Soja) desserts, lactose en melkpoeder, met uitzondering van drinkyoghurts, flavoured en non-dairy (waaronder Soja) milk en softijs
Princess	Hardschalige travelgear
M Line	Slaapmatrassen en -kussens

(Maatschappelijke) Partners Paralympic TeamNL

Fonds Gehandicaptensport	Sport voor iedereen met een handicap structureel mogelijk te maken en het sportaanbod kwalitatief en kwantitatief te verbeteren
Jeugdsportfonds	Sportkansen creëren voor kinderen waarbij het in het gezin aan financiële middelen ontbreekt
Right to Play Cruyff Foundation	Een gezonde en veilige wereld creëren door middel van sport en spel Talentontwikkeling en jeugd
BP	Oliemaatschappij
Randstad	HR Dienstverlening: uitzending, detachering, werving en selectie

Media Partners

Arko Sports Media	Uitgeverij op het gebied van sport
CBS Outdoor	Buitenreclame-exploitant
Interbest Outdoor Media	Snelwegreclame
NOS	Landelijke publieke mediadienst op het gebied van nieuws, sport en evenementen
Radio 538	Radiozender
Sanoma Media	Mediabedrijf
De Telegraaf	Nieuws binnen- en buitenland
Twitter	Social media

K. CONTACT

Mocht u vragen hebben over de NOC*NSF Marketingrichtlijnen Olympische en Paralympische Spelen, dan kunt u een mail sturen naar: marketing@nocnsf.nl.