

RULE 40 OHJEISTUS URHEILJOILLE JA KISOIHIN AKKREDITOIDUILLE HENKILÖILLE

Tämä ohjeistus on tarkoitettu Suomen Olympiakomitean jäsenille liittyen Kansainvälisen Olympiakomitean (KOK) Rule 40 asettamiin markkinointi -ja viestintäsääntöihin.

Rule 40 -sääntö toimii ohjeena sille, mikä mainonnassa on sallittua olympialaisten aikana 13.7. – 10.8.2021. Suomen Olympiakomitean pyrkii auttamaan urheilijoita, managereita ja kisoihin akkreditoituja henkilöitä jakamalla tietoa ja ohjeistamalla olympialaisiin liittyvistä, markkinointi -ja viestintäsäännöistä. Näin varmistetaan, että kaikki ovat tietoisia siitä, minkälaista yhteistyötä urheilijat ja heidän henkilökohtaiset sponsorinsa voivat kisojen aikana toteuttaa.

Suomen Olympiakomitean urheilijoiden kustannukset rahoitetaan Suomen Olympiakomitean ja KOK:n varoista. Olympialaiset ovat markkinoinnin näkökulmasta erityisen tärkeä tapahtuma, sillä olympiabrändiä saavat hyödyntää vain viralliset yhteistyökumppanit, jotka ovat hankkineet itselleen oikeuden käyttää olympiabrändiä markkinoinnissaan korvausta vastaan. Muu kuin virallinen yhteistyö ja mainontasääntöjen rikkominen vähentävät suoraan suomalaisen urheiluun kohdistuvaa varainhankintaa.

Sääntöjen noudattaminen on erityisen tärkeää, jotta Suomen Olympiakomitean urheilijoiden kustannuksia pystytään jatkossakin rahoittamaan. Tavoitteenamme on toimia tiiviissä yhteistyössä urheilijoiden, managerien kanssa ja autamme kaikissa kysymyksissä markkinointiin -ja viestintäsääntöihin liittyen.

1 Taustaa Rule 40 sääntöön

Olympialiike on maailman tunnetuimpia urheilupiirien brändejä, olympialaiset tunnetaan käytännössä kaikkialla maailmassa ja nykypäivänä kisoilla saavutetaan miljardiyleisö. Olympialiikkeeseen liittyvän maineen kaupallista hyödyntämistä on rajoitettu, jotta virallisella kaupallisella yhteistyöllä voidaan rahoittaa olympiakisajärjestäjien ja kansallisten olympiakomiteoiden toimintaa.

Olenainen keino, jolla KOK suojaa immateriaalioikeuksiinsa liittyviä taloudellisia intressejään Rule 40. Se sisältää säännöt olympialaisiin osallistuville kilpailijoille, valmentajille ja muille joukkueiden jäsenille kaupallisesta mainonnasta kisojen aikana. Sääntöjen avulla KOK myöntää pääsponsoreilleen yksinomaisen oikeuden hyödyntää olympialiikkeen brändiä ja tavaramerkkejä markkinoinnissaan olympialaisten aikana vastineena sponsorien antamalla tuella, jolla mahdollistetaan olympialiikkeen toiminta ja olympialaisten järjestäminen.

Kyse on siitä, että olympialaisissa urheilijat voivat keskittyä urheilemiseen, ja olympialaisiin liittyvän valtavan kaupallisen hyödyntämisen tekevät ne tahot, joilla on siihen sopimusten kautta oikeudet. Suomessa tämä tarkoittaa olympiakomitean kumppaneita, globaalisti Kansainvälisen Olympiakomitean TOP-kumppaneita ja paikallisesti olympiakisajärjestäjien kumppaneita.

2 Yleiset periaatteet

Rule 40 on Kansainvälisen Olympiakomitean olympiakisojen aikainen ohje joukkueen jäsenille maailmanlaajuisen kiinnostuksen tuomassa kaupallisessa paineessa. Se antaa ohjeet tavaramerkin käyttöön ja kaupalliseen hyödyntämiseen sekä viestintään sosiaalisessa mediassa ja muissa kanavissa.

Rule 40 on yksi keino olympialaisten maineen oikeudettoman hyväksikäyttämisen ehkäisemiseen. Jokainen olympialaisiin osallistuva urheilija, valmentaja ja kisaorganisaation jäsen sitoutuu siihen, että voi esiintyä – kansallisesti sovitulla tavalla – kaupallisesti vain olympialaisiin, Kansainvälisen Olympiakomitean globaaleihin kumppaneihin tai kansallisen Olympiakomitean lokaaleihin kumppaneihin liittyen.

Olympialaisiin liittyvät tavaramerkit ja muut immateriaalioikeudet ovat KOK:n ja sen kansallisten jäsenliittojen omaisuutta ja niiden kaupallinen käyttö ilman lupaa on kiellettyä.

”Muiden kuin KOK:n, Suomen Olympiakomitean tai Tokio 2020:n kumppaneiden ei tule mainonnalla, markkinoinnilla tai viestinnällä luoda kuvaa siitä, että he olisivat näiden tahojen kumppaneita paikallisesti tai maailmanlaajuisesti.”

”Kisoihin akkreditoituneiden ihmisten persoonaa, nimeä, kuvaa, ääntä tai urheilusuoritusta ei saa käyttää kisa-aikana mainontaan tai kaupallisiin tarkoituksiin ilman KOK:n ja Suomen Olympiakomitean hyväksyntää.”

Rule 40 on voimassa vuoden 2021 kesäkisoissa ajalla 13.7.-10.8.2021 (Olympialaiset) ja 14.8.-7.9.2021 (Paralympialaiset).

4 Mainontaan ja viestintään liittyvät ohjeet ei-olympiakumppaneille

(1) Ei-olympiakumppaneiden mainonta

Ei-olympiakumppaneita tarkoitetaan lajien ja urheilijoiden henkilökohtaisia sponsoreita. Ei-olympiakumppanit voivat kisa-aikana hyödyntää olympiaurheilijaa mainonnassaan, mikäli seuraavat ehdot täyttyvät:

- (i) Kaikilta mainoskampanjassa esiintyviltä henkilöiltä on saatu tarvittavat luvat;
- (ii) KOK:n, Suomen Olympiakomitean sekä olympialiikkeen arvoja kunnioitetaan kaikessa mainonnassa. Tupakkatuotteiden, huumeiden ja muiden kiellettyjen kategoriassa olevien tuotteiden mainostaminen on kielletty;
- (iii) Mainonnassa ei käytetä mitään olympialaisten virallisia tunnuksia;
- (iv) Mainonta on lähetettäväksi Suomen Olympiakomitealle 14.5.2021 mennessä; ja
- (v) Mainonta täyttää alla olevat yleisen mainonnan ehdot.

(2) Yleinen mainonta

Ei-olympiakumppaneiden ennen olympialaisia käynnissä olleet mainoskampanjat voivat jatkua kisa-aikana, mikäli ne täyttävät seuraavat yleisen mainonnan ehdot:

- (i) Ainoa asiayhteys olympialaisiin on olympia-urheilijan mukanaolo kampanjassa;
- (ii) Kampanja on ollut käynnissä ennen kisoja 90 päivän ajan;
- (iii) Kampanjan volyyymi ei laajene kisojen aikana;
- (iv) Kampanja ei sisällä mitään Japaniin tai Tokioon liittyviä visuaalisia viittauksia. Mainonnalla ei saa luoda miellelyhtymän olympiaurheiluun ja Japaniin, vaikka siinä ei käytettäisi olympiasymboleja.

Kaikki suunniteltu mainonta, joka täyttää yllä olevat yleisen mainonnan ehdot, jossa olympiaurheilija (tai potentiaalinen olympiaurheilija) on mukana, tulee lähettää hyväksyttäväksi Suomen Olympiakomitealle 14.5.2020 mennessä.

Tarvittavat tiedot ovat: mainonnan yksityiskohdat kanavineen, mediasuunnitelma, mainonnan peitto maineen ja kielineen sekä ketä Tokion olympiajoukkueen jäseniä tai mahdollisia jäseniä (mikäli ei vielä valittu) mainonnassa on mukana.

Mikäli urheilijan valitaan olympialaisiin vasta 14.5.2021 jälkeen, voidaan tapauskohtaisesti joustaa yllä mainitusta aikataulusta, kuitenkin niin, että kaikki mainonta tulee lähettää hyväksyttäväksi Suomen Olympiakomitealle vähintään 15 päivää ennen sen julkaisemista.

(3) Onnitteluviestit

Onnittelumainonta tarkoittaa ovat kaikkia viestejä, joissa kannustetaan tai onnistellaan urheilijaa tai Suomen Olympiajoukkuetta liittyen Olympialaisiin.

Onnittelumainonta ei ole yleistä mainontaa. Urheilijan omat sponsorit eivät voi tehdä olympialaisiin liittyviä onnittelupostauksia sosiaaliseen mediaan tai käyttää olympiaurheilijan onnittelua mainonnassaan.

Urheilijan omat sponsorit eivät voi jakaa urheilijoiden kiitosviestejä omissa kanavissaan.

Kisa-ajan ulkopuolella on huomioitava, että sponsorit eivät saa käyttää onnitteluviesteissään olympialaisten virallisia tunnuksia.

5 Mainontaan ja viestintään liittyvät ohjeet urheilijoille

(4) Kiitosviestit

Olympiakomitea tiedostaa henkilökohtaisten sponsoreiden merkityksen urheilijoille, joten sääntöuudistuksen myötä urheilijoilla on mahdollisuus kiittää omia yhteistyökumppaneitaan kisa-aikana omissa kanavissaan tietyn ehdoin. Kiitosviestien tarkoituksena on kiittää pitkäaikaisia sponsoreita tuesta. Kiitosviestin yhteydessä ei saa mainostaa sponsoria.

Urheilija voi rajoitetusti kiittää omaa sponsoriaan kisa-aikana eri alustoilla ilman ennakkohyväksyntää. Urheilija voi kisojen aikana kiittää omia sponsoreitaan seuraavasti: 1 kiitosviesti per sponsori kisojen aikana omissa somekanavissa. Sama kiitos viesti voidaan jakaa samaan aikaan useammassa kanavassa.

On huomioitava, että virallisia olympiakumppaneita ja henkilökohtaisia sponsoreita ei saa kiittää samassa viestissä. Kiitosviestit eivät saa sisältää olympialaisten virallisia tunnuksia, kuvia tai kisa-alueelta tai palkintojenjakotilaisuudesta, olympiajoukkueen virallista asua tai olympiamitalia.

Lisäksi kiitosviesteissä ei saa suositella tuotetta tai palvelua, eikä millään tavalla viitata tai luoda mielikuvaa siitä, että tuote tai palvelu vaikutti urheilusuoritukseen.

(5) Tokion kisoihin akkreditoituneet henkilöt **saavat** kisa-aikana:

- Kirjoittaa päivityksiä omille kotisivuilleen ja henkilökohtaisille sosiaalisen median tileilleen
- Käyttää ja jakaa sosiaalisessa mediassa tai kotisivuillaan Suomen Olympiakomitean tuottamia materiaaleja, kuten valokuvia ja uutisia. Käytön tulee olla ei-kaupallista.
- Jakaa akkreditointialueilla otettuja kuvia omilla kotisivuillaan ja henkilökohtaisissa sosiaalisen median kanavissaan, pois lukien erikseen määritellyt alueet ”No Picture Areas”
- Videokuvata akkreditoituilla alueilla omaan käyttöönsä, pois lukien erikseen määritellyt alueet ”No Picture Areas”
- Jakaa omiin digitaalisen tai sosiaalisen median kanaviin videokuva, joka on kuvattu kisakylästä tai yleisöalueilta, eikä kuvassa näy kilpailu-alueita (”Field of Play”)

(6) Tokion kisoihin akkreditoituneet henkilöt **eivät** saa kisa-aikana:

- Jakaa tai striimata sosiaalisessa tai digitaalisessa mediassa kilpailutilanteesta otettua kuvaa.
- Kirjoittaa blogia tai tuottaa sisältöjä sponsoroiduille sivustoille tai sivustoille, joilla esiintyy kaupallisia logoja tai mainontaa
- Varata käyttöönsä nettiosoitteita tai profiileja, joissa esiintyvät sanat ”Olympia” ”Paralympia” tai ”Tokio 2020”

- Toimia journalisteinä tai tuottaa sisältöjä medioille
- Ilmaista poliittisiksi tai ideologisiksi tulkittavissa olevia kannanottoja

6 Mainonnan hyväksyttäminen

Kaikelle olympialaisiin liittyvälle mainonnalle ja kaupalliselle viestinnälle täytyy saada erikseen lupa Suomen Olympiakomitealta ja Kansainväliseltä Olympiakomitealta. Mikäli kampanjaa halutaan toteuttaa Suomen alueen ulkopuolella, pitää siihen saada hyväksyntä KOK:lta.

Kaikki kisa-aikana tapahtuvat yleinen mainonta täytyy ilmoittaa Suomen Olympiakomitealle 14.5.2021 mennessä. Suomen Olympiakomitea tarkastaa kampanjat ja kuittaa niiden sääntöjenmukaisuuden kampanjan toteuttajalle. Tarvittaessa Suomen Olympiakomitea tekee ehdotuksen kampanjan muokkaamisesta niin, että se täyttää KOK:n ehdot.

Mikäli urheilijan valitaan olympialaisiin vasta 14.5.2021 jälkeen, voidaan tapauskohtaisesti joustaa yllä mainitusta aikataulusta, kuitenkin niin, että kaikki mainonta tulee lähettää hyväksyttäväksi Suomen Olympiakomitealle vähintään 15 päivää ennen sen julkaisemista.

Kaikkiin ilmoituksiin tulee liittää kuvaus kampanjasta, mainonnan yksityiskohdat kanavineen, mediasuunnitelma, mainonnan peitto maineen ja kielineen sekä ketä Tokion olympiajoukkueen jäseniä tai mahdollisia jäseniä (mikäli ei vielä valittu) mainonnassa on mukana.

Sosiaalisessa mediassa toteutettavaksi suunniteltua mainontaa varten jokaista yksittäistä postausta ei tarvitse erikseen hakea hyväksyntää, mutta mainonnan suunnitelma, kuten mainonnan luonne ja sisältö tulee lähettää hyväksyttäväksi Suomen Olympiakomitealle 14.5.2021 mennessä.

Urheilijan henkilökohtaisille sponsoreille suunnattuja kiitosviestejä saa julkaista ilman ennakkohyväksyntää, edellä mainittujen ehtojen mukaisesti. Mikäli tarvitset apua tai lisätietoa, voit ottaa yhteyttä Suomen Olympiakomiteaan.

Mikäli näitä sääntöjä, periaatteita tai olympialiikkeen arvoja ei noudateta, KOK ja Suomen Olympiakomitea voivat peruuttaa näiden periaatteiden mukaisesti myöntämänsä luvat ja vaatia mainonnan peruuttamista tai muuttamista. Tapauskohtaisesti myös muut seuraamukset ovat KOK:n ja Suomen Olympiakomitean toimesta mahdollisia, mikäli näitä sääntöjä ja periaatteita ei noudateta.

Lisätietoja ja apua kaikissa mainontaan ja viestintään liittyvissä tilanteissa saat ottamalla yhteyttä:

Ville Köngäs ville.kongas@olympiakomitea.fi 040 661 0769

Mika Noronen mika.noronen@olympiakomitea.fi 0405048714