



Olimpik Sporlar ile İlgili Resmi Marka Kullanım Kuralları

Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC)

RULE 40

Tokyo 2020

Bu kılavuz, Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi'nin (TMOK) Tokyo 2020 Yaz Olimpiyat Oyunları sırasında (Oyunların Açılış Töreninden 9 gün önce başlamak ve Kapanış Töreninden 3 gün sonra sona ermek üzere, 13 Temmuz – 10 Ağustos 2021), sporcu sponsorlarının (IOC sponsoru olmayan markalar ve şirketler) Olimpik Antlaşma'nın "Kural 40" maddesi kapsamında reklamlarında sporculara yer vermeye nasıl devam edebileceklerini açıklamak üzere hazırlanmıştır.

Bu kılavuzun amacı, sporcuların ve sponsorlarının, uzun süreli ve jenerik (Olimpiyat temalı olmayan) reklam kampanyalarını Oyunlar süresince sürdürmesini sağlamak ve bu süreçte Olimpiyatların resmi sponsorlarının haklarını korumaktır.

Bu kılavuz sadece Türkiye Olimpiyat Takımı'nı (Team Türkiye) ve Türkiye'de yürütülecek olan sponsorluk çalışmalarını kapsamaktadır.

Olimpik partner olan (TMOK ve IOC sponsorları) sponsorlar pazarlama çalışmalarına aynı düzende, TMOK ile iş birliği halinde devam edebileceklerdir.

Bu konularda sorularınız ve danışmanlık için rule40@olimpiyat.org.tr adresinden TMOK ile iletişim kurabilirsiniz.

Bu kılavuz detaylandırılmamış ve tamamen öz bilgiyi aktarmak için hazırlanmıştır. TMOK herhangi bir zamanda herhangi bir değişiklik yapma hakkını saklı tutar.

► Kural 40'ın Temeli

Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin ("IOC") Olimpik Antlaşmasının 40. Kuralı, Olimpiyat Oyunları'na katılım uygunluğunu kontrol eden bir kuraldır. 40. Kuralın 3. bendi şunu belirtir: *"Olimpiyat Oyunlarına katılacak olan sporcu, antrenör, çalıştırıcı ya da diğer takım görevlisi, Olimpiyat Oyunları esnasında şahsının, adının, fotoğrafının ya da spordaki performansının reklam amaçları için kullanılmasına IOC Yönetim Kurulu tarafından belirlenen ilkeler ile uyumlu olmak kaydıyla izin verebilir"*

IOC, "Kural 40.3"ün Olimpiyat Oyunları'nda nasıl uygulanacağını, IOC Yönetim Kurulu'nca belirlenen "Temel İlkeler"i içeren bir kılavuzda belirlemiştir. TMOK, Türkiye'de bu Temel İlkeler'in uygulanmasından sorumludur.

Kural 40, Olimpiyatlara küresel çapta katılımın, Oyunlara finansman sağlanmasının, küresel ve ulusal çapta Olimpiyat sponsorluğunun cazibesini koruyarak Olimpik Hareket'e uzun vadede katkı sunulmasının sağlanmasına yardımcı olur. Küresel düzeydeki IOC sponsorluk programı, dayanışma ilkesine dayalı olarak profillerine, ticari veya sportif başarılarına bakılmaksızın tüm ulusal Olimpiyat takımları için finansman sağlamaya yardımcı olmaktadır. Ulusal düzeyde ise TMOK, Olimpiyat Oyunları yolunda milli sporcular ve takımlara sunduğu destek programlarını, çocuk ve gençlere yönelik sürdürdüğü ve planladığı projelerini sponsorluk anlaşmaları ile finanse etmektedir.

TMOK, Türkiye Olimpiyat Takımı (Team Türkiye) sporcularının yararına gelir yaratmak için verdiği katkıları, sporcuların kendi kariyerleri için kişisel sponsorlar bulma imkânlarını destekleyerek de artırmaktadır. TMOK, sporcuların ve kişisel sponsorlarının, iş birliklerinin reklamını Oyunlar süresince Kural 40 uyarınca yapmalarına imkân sağlarken; Olimpik iş ortaklarının TMOK sponsorluğu ile Türkiye Olimpiyat Takımı ve Oyunlarla ilgili elde ettiği seçkin haklarını kullanmalarına ve korumalarına azami ölçüde özen gösterecektir.

Kural 40, Oyunlara katılacak tüm sporcular, antrenörler, teknik ve idari görevliler için geçerlidir. Önceki Olimpiyat Oyunları'na katılmış ancak Tokyo 2020'ye katılmayacak olan sporcular ve diğer kişiler için geçerli değildir. Bu yönergelerin daha çok sporculara atıfta bulunmasına rağmen; antrenör, çalıştırıcı ya da diğer takım görevlileri dahil olmak üzere tüm Türkiye Olimpiyat Takımı katılımcıları için geçerli olduğu unutulmamalıdır.

Aksi tanımlanmadıkça, bu kılavuzda kullanılan büyük harfle yazılmış tüm terimler, Olimpik Antlaşma'daki anlamlarını ifade eder.

➤ Kılavuz – Temel İlkeler

Oyunlar Dönemi süresince, sporcular Olimpik partner olmayan kişisel sponsorlarını tanıtmaya ve Olimpik partner olmayan kişisel sponsorlar da destekledikleri sporcularla ilgili reklam çalışmalarını aşağıdaki 3 temel ilkeye uyulması koşuluyla sürdürmeye devam edebilirler:

1. Reklam jenerik olduğu sürece (jenerik reklam aşağıda Jenerik Reklam başlığında tanımlanmıştır.)
2. Reklam Oyunlar Döneminden en az 90 gün öncesinden beri (24 Nisan 2021'den itibaren) pazarda ise ve reklam bu süre boyunca düzenli olarak devam ediyor ancak Oyunlar Dönemi boyunca kasıtlı olarak reklam, yayın ve/veya pazarlama sıklığı arttırılmıyorsa.
3. TMOK pazarlama ve reklam planından en geç 15 **Haziran** 2021'e kadar bilgilendirilmişse.

Bu yönergeler, Oyunlar Dönemi boyunca bir sporcunun adının, görüntüsünün veya spor performansının reklamlardaki tüm kullanımları için geçerlidir. Bu reklam türleri; geleneksel reklamcılık (ör. basılı, TV, canlı yayın, röportaj, dış mekan, çevrimiçi/çevrimdışı), doğrudan reklamcılık (ör. e-postalar, kısa mesajlar, doğrudan postalar), sosyal ve dijital medya reklamcılığı (ör. gönderiler, retweetler/repostlar, sporcuların veya sponsorların yaptıkları paylaşımlar), satış noktaları (ör. ürün üzerinde, mağaza içi promosyonlar) ve halkla ilişkiler (ör. basın bültenleri, ödünç verme veya ürün hediye etme) dahil olmak üzere tüm ticari tanıtım biçimlerini içerir.

Sponsorlar tüm gerekli onay ve izinleri, öncelikle reklamda yer verilecek sporcu(lar)dan almakla yükümlüdür.

IOC ve TMOK, reklam çalışmalarında vaka bazında muafiyetleri dikkate alacak, her reklamı kendi koşulları ile değerlendirecektir. Örneğin bir sporcunun 15 **Haziran** 2021 tarihinden sonra Tokyo 2020 kotası kazanması durumunda, sporcunun sponsoru reklam aktivitelerine, Olimpiyatlar ile bir bağ içermediği, reklamlarını Kural 40 zaman çizelgesiyle ilişkilendirmediği ve TMOK'u en kısa sürede bilgilendirdiği sürece önceden planladığı gibi devam edebilir.

► Kılavuz – Jenerik Reklam

Jenerik reklam, bir sporcu veya sponsor tarafından aşağıdakileri yapmayan herhangi bir reklam anlamına gelir:

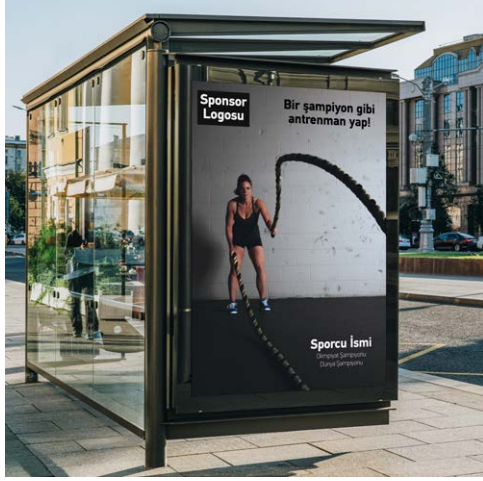
- Sponsor veya ürün / hizmetlerinden herhangi biri ile TMOK, Türkiye Olimpiyat Takımı, Oyunlar veya Olimpik Hareket arasında doğrudan veya dolaylı olarak herhangi bir ilişki oluşturmak;
- Bir sporcunun performansına veya Oyunlara katılımına gönderme yapmak;
- Olimpiyatlardan görseller veya videolar kullanmak;
- Olimpik işaretler veya Olimpiyatlara atıfta bulunan varlıkların kullanımı (aşağıdaki örnekler dahil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere).



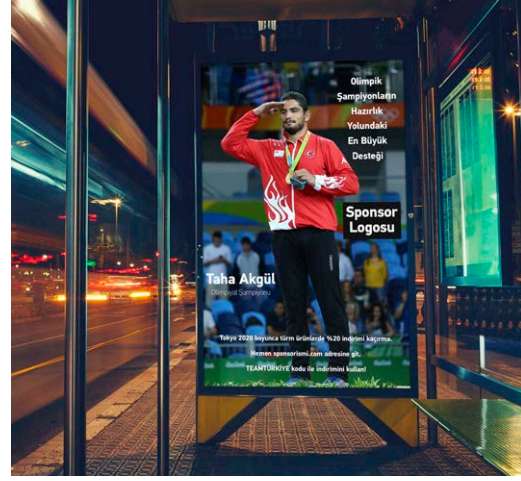
Team Türkiye	#TeamTürkiye
Team Turkey	#TeamTurkey
Türkiye Olimpiyat Takımı	#IOC
Olimpiyatlar	#Olimpiyatlar
Olimpiyat	#Olimpiyat
Olimpiyad	#Olimpiyad
Oyunlar	#Oyunlar
Olympic	#Olympic
Olympics	#Olympics
Games	#Games
Tokyo 2020	#Tokyo2020
Tokyo 2021	#Tokyo2021
TMOK	#TMOK
Tokyo	#Tokyo

Bir sporcunun tanıtımına yönelik bilgi verirken, Olimpiyatlardaki başarıları ile diğer başarıları arasında **denge kurulmalıdır**. Örneğin, Dünya Kupaları, Dünya Şampiyonaları ve ulusal yarışmalarda elde ettiği dereceler gibi.

➤ Jenerik Reklam Örnekleri



- ✓ Reklamın sporcuyla uzun süredir devam eden bir kampanyanın parçası olduğunu varsayıyoruz,
- ✓ Sporcunun sponsorla ilişkisine özgü Jenerik Reklam ve slogan,
- ✓ Olimpik başarı, biyografideki diğer başarılarla dengelenmiştir.



- ✗ Sporcu, Türkiye Olimpiyat Takımı forması giyiyor,
- ✗ Olimpik varlıklar kullanılıyor (örn. Tokyo 2020, Olimpiyat madalyaları vb.),
- ✗ Reklam, sponsor ve Oyunlar arasında ilişki oluşturuyor,
- ✗ Olimpik başarı ile biyografide Olimpik olmayan bir başarı arasında denge kurulmamış.

➤ Kılavuz – Olimpik Partner Olmayan Sponsorların Sosyal Medyası

Genel İçerik

Sponsorlar, Oyunlar Dönemi boyunca sosyal medya reklamlarında sporculara Temel İlkeler ile uyumlu olacak şekilde yer vermeye devam edebilir. Aynı ilkeler sosyal medya içeriği için de geçerli olduğundan, sponsor içeriği genel olmalıdır ve aşağıda belirtilenleri yapamaz:

- ✗ Sponsor veya ürün / hizmetlerinden herhangi biri ile TMOK, Türkiye Olimpiyat Takımı, Oyunlar veya Olimpik Hareket arasında doğrudan veya dolaylı olarak herhangi bir ilişki oluşturmak,
- ✗ Olimpiyatlardan görseller veya videolar kullanmak,
- ✗ Olimpik işaretler veya Olimpiyatlara atıfta bulunan varlıkları kullanmak. (Hashtag'ler dahil)



- ✓ Gönderinin TMOK tarafından incelendiğini ve sponsorun Oyunlar Dönemi boyunca sporcu başına yalnızca bir tebrik mesajı yayınladığını varsayarsak,
- ✓ Gönderinin organik olduğunu ve arkasında hiçbir ödeme yapılmadığını (paid media olmadığını) varsayarsak,
- ✓ Post, genel görüntü ve kopya kullanıyor,
- ✓ Olimpiyat işaretlerinin veya Oyun görüntülerinin kullanılmıyor.

- ✗ Gönderi sporcuya özel olsa da sponsor ile Türkiye Olimpiyat Takımı ve/veya Oyunlar arasında bir ilişki kuruyor,
- ✗ Gönderi, Oyun görüntülerini kullanıyor,
- ✗ Olimpiyat işaretlerini içeriyor (ör. #Tokyo2020, #TeamTürkiye, vb.)
- ✗ Gönderi, sponsor ve TMOK / IOC arasında ilişki kuruyor,
- ✗ Gönderide sporcu Türkiye Olimpiyat Takımı'nın Tokyo 2020 için giydiği formaya sahip.

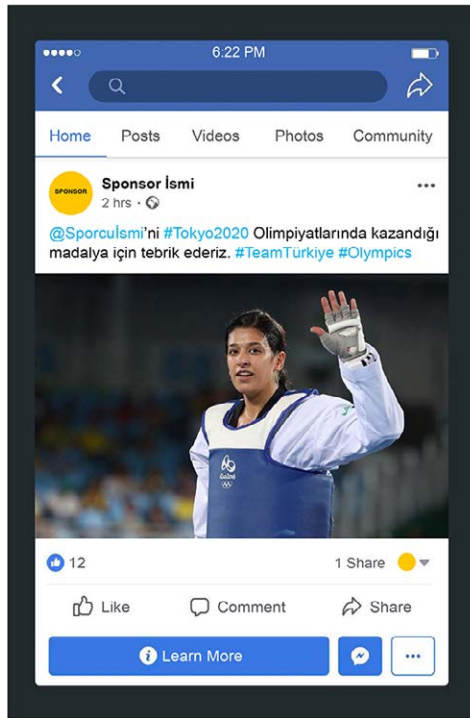
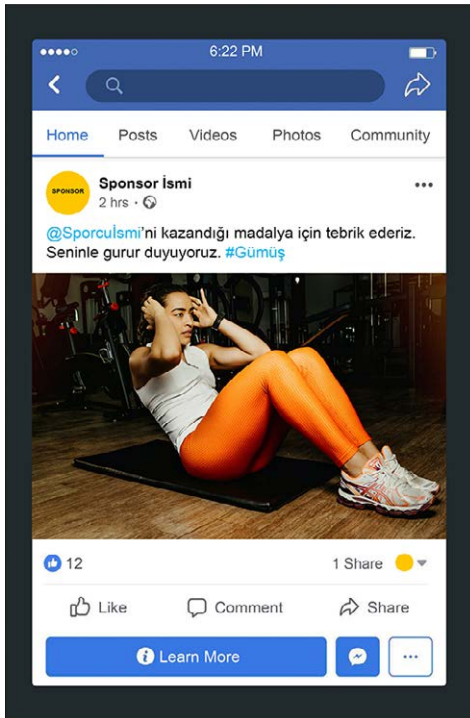
Tebrik İçeriği

Tebrik içeriği, bir sponsor tarafından sosyal medyada yayımlanan ve sponsor olunan sporcunun Oyunlardaki performansına veya katılımına atıfta bulunan destekleyici ve / veya tebrik mesajlarını ifade eder.

Sponsorlar, sponsorlu sporcuyu tebrik eden veya takdir eden bir **(1)** mesaj gönderebilir ve / veya sponsorlu sporcuları tarafından gönderilen (daha fazla metin / düzenleme olmadan) bir (1) "teşekkür ederim" mesajını retweet/repost edebilir veya paylaşabilir. Ancak bu mesajlarda aşağıda belirtilen maddeler yapılmamalıdır:

- ✗ Herhangi bir Olimpiyat tesisinden, sporcunun Türkiye Olimpiyat Takımı formalı veya Olimpiyat madalyalı fotoğraflarını / videolarını dahil etmek,

- × Sponsorun ürün veya hizmetlerinden bahsetmek veya bunları tanıtmak,
- × Türkiye Olimpiyat Takımından, Oyunlardan bahsetmek veya etiketlemek, diğer Olimpiyat işaretlerini kullanmak (hashtag'ler dahil, örneğin #TeamTürkiye, #Tokyo2020, #Olimpiyatlar vb.),
- × TMOK, IOC, Tokyo 2020 veya diğer Olimpik sosyal medya içeriklerini paylaşımlarına dahil etmek,
- × Paylaşımı sponsorlu olarak (paid media) öne çıkarmak.



- ✓ Gönderinin TMOK tarafından incelendiğini ve sponsorun Oyunlar Dönemi boyunca sporcu başına yalnızca bir tebrik mesajı yayınladığını varsayıyoruz,
- ✓ Gönderinin organik olduğunu ve arkasında hiçbir ödeme yapılmadığını varsayıyoruz,
- ✓ Post, genel görüntü ve mesaj içeriyor.
- ✓ Olimpiyat logo/işaretleri veya Oyunlardan görüntüler kullanılmıyor.

- × Gönderi sporcuya özel olsa da sponsor ile Türkiye Olimpiyat Takımı ve/veya Oyunlar arasında bir ilişki kuruyor,
- × Gönderi, Olimpiyatlardan görüntüler içeriyor,
- × Olimpiyat işaretlerini içeriyor (ör. #Tokyo2020, #TeamTürkiye, vb.).

* IOC kuralları gereği, Olimpik sporcuların bireysel sponsorlarının, Oyunlar Dönemi boyunca kutlama, tebrik, destekleyici içerikler yayımlamadan önce planlanan gönderilerini **TMOK ile paylaşmaları ve onay almaları gerekir.**

➤ Kılavuz – Sporcuların Sosyal Medyası

Genel İçerik

Sporcular, Oyunlar Dönemi boyunca sosyal medya paylaşımlarında Temel İlkeler ile uyumlu olacak şekilde sponsorlarına yer vermeye devam edebilir. Sporcuların paylaşımlarının içeriği genel olmalıdır ve aşağıda belirtilenleri içermemelidir:

- ✗ Sponsor veya ürün / hizmetlerinden herhangi biri ile TMOK, Türkiye Olimpiyat Takımı, Oyunlar veya Olimpik Hareket arasında doğrudan veya dolaylı olarak herhangi bir ilişki oluşturmak,
- ✗ Kendi performansını veya Oyunlara katılımına yönelik sponsorun ürünleri ile bağdaştıracak gönderme yapmak,
- ✗ Olimpiyatlardan görseller veya videolar kullanmak,
- ✗ Olimpik işaretler veya Olimpiyatlara atıfta bulunan varlıkların kullanmak. (Hashtag'ler, retweet/repost dahil)



- ✓ Gönderinin sponsorla uzun süredir devam eden sosyal kampanyanın bir parçası olduğunu ve Oyunlar Dönemi boyunca sosyal aktivite oranının artırılmadığını varsayıyoruz,



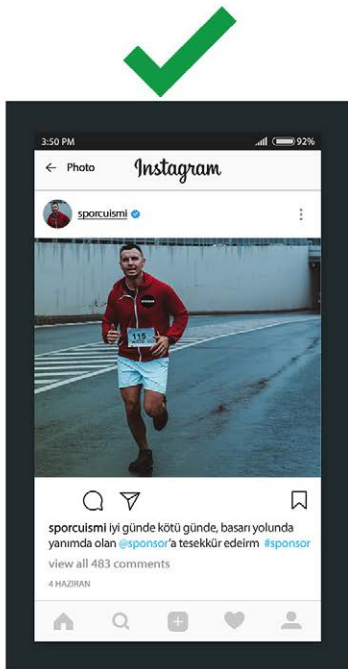
- ✗ Gönderi sponsor ile Türkiye Olimpiyat Takımı ve/veya Oyunlar arasında bir ilişki kuruyor,
- ✗ Gönderi, Oyunlar görüntülerini kullanıyor,

- ✓ Gönderinin organik olduğunu ve arkasında hiçbir ödeme yapılmadığını varsayıyoruz.,
- ✓ Post, genel görüntü ve mesaj içeriyor.
- ✓ Olimpiyat işaretleri veya Oyunlar görüntüleri kullanılmıyor,
- ✓ Sporçunun Oyunlardaki performansına ya da katılımına referans vermiyor.
- ✗ Olimpiyat işaretlerini içeriyor, (ör. #Tokyo2020, #TeamTürkiye, vb.)
- ✗ Gönderi, sponsor ve TMOK / IOC arasında ilişki kuruyor,
- ✗ Gönderi, bir ürün tanıtımı barındırıyor(##) ve bu ürünü Oyunlar ile ilişkilendiriyor.

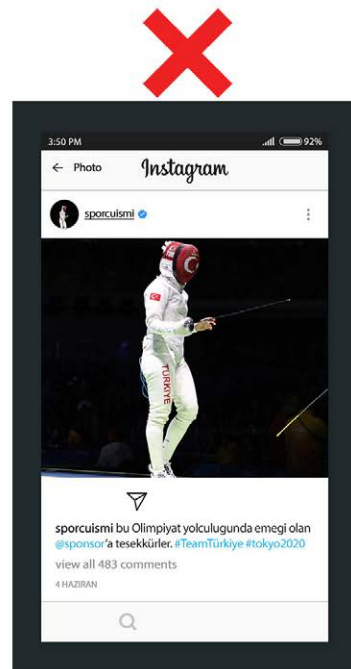
Teşekkür İçerikleri

Sporcular, Oyunlar Dönemi boyunca sponsorun desteklerini tanıtmak için sponsor başına bir (1) "teşekkür" mesajı gönderebilirler, ancak aşağıdakileri yapmamalıdır:

- ✗ Herhangi bir Olimpiyat tesisinden fotoğraf veya video paylaşmak,
- ✗ Türkiye Olimpiyat Takımı fotoğraflarını veya Olimpiyat madalyasına sahip fotoğraflarını / videolarını dahil etmek,
- ✗ Sponsorun ürün veya hizmetlerinden bahsetmek veya bunları tanıtmak,
- ✗ Türkiye Olimpiyat Takımı'ndan, Olimpiyat Oyunları'ndan bahsetmek, etiketlemek veya diğer Olimpiyat işaretlerini (hashtag'ler dahil, örneğin #TeamTürkiye, #Tokyo2020, #Tokyo2021 #Olympics vb.) kullanmak,
- ✗ TMOK, IOC, Tokyo 2020 veya diğer Olimpik sosyal medya içeriklerinin yeniden paylaşımlarını (retweet/repost) dahil etmek,
- ✗ Paylaşımı sponsorlu olarak (paid media) öne çıkarmak.



- ✓ Sporçunun Oyunlar Dönemi boyunca sponsor başına yalnızca bir teşekkür mesajı yayımladığını varsayıyoruz,



- ✗ Gönderi sponsor ile Türkiye Olimpiyat Takımı ve/veya Oyunlar arasında bir ilişki kuruyor,

- ✓ Gönderinin organik olduğunu ve arkasında hiçbir ödeme yapılmadığını varsayıyoruz,
- ✓ Paylaşım, genel görüntü ve mesaj kullanıyor,
- ✓ Olimpiyat işaretleri veya Oyunlar görüntüleri kullanılmıyor,
- ✓ Sporcunun Oyunlardaki performansına ya da katılımına referans vermiyor.
- ✗ Gönderi, Oyunlar görüntülerini kullanıyor,
- ✗ Olimpiyat işaretlerini içeriyor (ör. #Tokyo2020, #TeamTürkiye, vb.),
- ✗ Gönderide sporcu Türkiye Olimpiyat Takımı forması giyiyor.

* **Sporcular teşekkür gönderilerini yayımlamadan önce TMOK ile paylaşmak zorunda değildir;** ancak gönderiler IOC'nin Olimpik sözleşme (Kural 40) yönergelerine uymalı ve Temel İlkeler ile çelişmemelidir. Sporcular herhangi bir soruları varsa TMOK ile iletişime geçmelidir.

➤ Pazarlama / Reklam / İletişim Çalışmaları Bildirim Süreçleri

Sporcular ve sponsorlar, reklam planlarını en geç 15 **Haziran** 2021 tarihine kadar rule40@olimpiyat.org.tr adresine e-posta göndererek TMOK'a bildirmelidir. Böylelikle TMOK Türkiye pazarı için planlanan faaliyetlerden haberdar olacak ve reklamların IOC kurallarına uygunluğunu kontrol ve teyit edebilecektir.

Gönderilecekler: Reklam planları bildirim, planlanan her paylaşım stratejisinin temsili bir örneğini ve kampanyanın Oyunlar Döneminden en az 90 gün önceden beri yayında olacağını/olduğunu ve sürekli olarak yürütüleceğini gösteren bir medya programını içermelidir. Genel strateji onay aldığı sürece, Oyunlar Dönemi boyunca yayımlanacak her paylaşımı onaya sunmak gerekli değildir; ancak Oyunlar Döneminde tebrik içeriği paylaşmak isteyen sponsorlardan, sunumlarının bir parçası olarak tebrik mesajlarını içeren gönderileri paylaşmaları istenecektir.

Uygunluk: Tokyo 2020 Katılım Koşulları Formunu imzalayarak, Türkiye Olimpiyat Takımı ile birlikte Tokyo 2020 Yaz Olimpiyat Oyunları'na katılacak sporcu, antrenör, çalıştırıcı ya da diğer takım görevlileri "Kural 40" da dahil olmak üzere Olimpik Antlaşma'nın hükümlerine tabidir. Olimpik Antlaşma ve Temel İlkelere uymak her sporcunun sorumluluğunda iken; Oyunlar Dönemi boyunca reklam amacıyla Türkiye Olimpiyat Takımı sporcusu kullanan herhangi bir sponsorun, sporcunun Kural 40'ı ihlal etmediğinden emin olması gerekmektedir. Kural 40'a ve bu yönergelere uymayan sporcular IOC ve/veya Tokyo 2020 Organizasyon Komitesi tarafından ağır cezalar ile cezalandırılabilir.

Uluslararası Kampanyalar / Sporcular: Bu yönergeler yalnızca Türkiye Olimpiyat Takımı sporcuları ve Türkiye'yi hedefleyen sponsor kampanyaları için geçerlidir. Türkiye Olimpiyat Takımı sporcuları ve sponsorları, Oyunlar Dönemi boyunca sporcuların görüntülerinin Türkiye dışındaki reklamlarda kullanılmasını planlıyorsa IOC'den onay almaları gerekmektedir. Benzer şekilde, Tokyo 2020'ye katılacak ancak Oyunlarda başka bir ülkenin Olimpiyat Takımı için yarışacak bir sporcunun görselinin Oyunlar Dönemi boyunca Türkiye'deki reklamlarda kullanılması, sporcunun Ulusal Olimpiyat Komitesinin onayını gerektirir. TMOK, bu onayların alınmasına yardımcı olabilir ve ayrıca bir Türkiye Olimpiyat Takımı sporcusu imajının Türkiye dışında reklam amacıyla kullanılması için onay sağlanmasına destek sağlayabilir.

Paralimpik Oyunları: Paralimpik Oyunlar için benzer kurallar mevcut olsa da bu kılavuzda bahsedilen yönergeler Olimpiyat Oyunları'na özeldir. Dolayısıyla, Olimpiyat Oyunları Dönemi sona erdikten sonra, Paralimpik Oyunları sırasında bu yönergeler Olimpik sporcuları kapsamaz. Paralimpik Oyunlar süresince uygulanacak kurallar için Uluslararası Paralimpik Komitesi (IPC) ve Türkiye Milli Paralimpik Komitesi yönergeleri takip edilmelidir. (www.tmpk.org.tr)