

/Tarptautinio olimpinio komiteto logotipas/

## 2020 metų Tokijo olimpiinių žaidynių dalyvių komercinės veiklos galimybės

### Tikslai ir jų įgyvendinimas

Šis dokumentas nustato Dalyvių atvaizdų naudojimo Reklamoje (šių terminų apibrėžimai pateikiami dalyje „Principų galiojimas“) Pagrindinius principus, kurie yra taikomi 2020 metų Tokijo olimpinėms žaidynėms sutinkamai su Olimpines chartijos 40-tosios taisyklės oficialaus išaiškinimo 3 punktu. Dokumento tikslas yra išaiškinti, kas yra leidžiama Dalyviams Žaidynių laikotarpiu (apibrėžimas pateikiamas žemiau), bei sudaryti jiems geresnes sąlygas bendradarbiauti su savo rėmėjais siekiant užtikrinti Sportininkų teisių ir pareigų deklaracijoje bei Olimpines chartijoje įtvirtintų sportininkų teisių ir pareigų laikymąsi.

**Visiems Dalyviams yra leidžiama reklamuoti savo rėmėjus, o visiems rėmėjams yra leidžiama naudoti Dalyvių atvaizdus Žaidynių laikotarpiu vadovaujantis šiame dokumente išdėstytais Principais.**

Visi Dalyviai privalo laikytis šių Principų. Be to organizacijos, kurios pasitelkia sportininkus savo reklamai, ir sporto federacijos bei agentai, kurie konsultuoja sportininkus jų reklamos veiklos klausimais, norėtų būti tikri, kad tokios veiklos vykdymas ir konsultacijų teikimas atitinka šių Principų nuostatas. Čia išdėstyti Principai suteikia sportininkams bei jų rėmėjams galimybę tęsti gerai suplanuotas reklamos kampanijas, kurių tikslas nėra nepagrįstai patiems pasipelninti iš Olimpinių žaidynių.

#### Atsakomybė ir funkcijos

Kiekvienos šalies Nacionalinis olimpinis komitetas (toliau - **NOK**) atsako už šių Principų įgyvendinimą savo šalyje. Šalių teisinės sistemos gali skirtis priklausomai nuo toje šalyje galiojančių įstatymų bei kitų teisės aktų, nusistovėjusios praktikos bei konkrečių sutarčių tarp tos šalies NOK'o ir Dalyvių (ypač kiek tai susiję su finansine parama bei Dalyviams NOK'o teikiama parama natūra). Dėl to kiekvienoje šalyje šie Principai gali būti įgyvendinami skirtingai.

Kiekvienos šalies NOK kontroliuoja, ar reklamos veikla, kuri planuojama vykdyti jo šalyje, atitinka šiuos Principus. Todėl vadovaujantis Antruoju pagrindiniu principu atitinkamos šalies NOK privalo būti informuojamas apie reklamą, skirtą **tai šaliai**. Reklama yra laikoma **skirta** konkrečiai šaliai, jei (1) joje dalyvaujantis Dalyvis atstovauja tos šalies NOK'ui bei (2) atitinkamu atveju:

- reklama yra vykdoma tos šalies arba regiono kalba, ir (arba)
- reklamą mokamoje žiniasklaidoje skelbia toje šalyje arba regione veikiančios (jiems skirtos) žiniasklaidos priemonės.

Tarptautinis olimpinis komitetas (toliau - **TOK**), konsultuodamasis su atitinkamos šalies NOK'u, kontroliuoja, ar tarptautinės reklamos veikla atitinka šiuos Principus. Todėl TOK privalo būti informuojamas apie reklamą, kuri nėra skirta konkrečiai šaliai arba yra skirta daugiau nei vienai šaliai.

### Bendra informacija

#### Visuotinio dalyvavimo Olimpines žaidynėse užtikrinimas

Olimpinės žaidynės yra ypatingas įvykis. Jos yra vienintelis tikrai visuotinis renginys, leidžiantis įvairių sporto šakų sportininkams pademonstruoti aukščiausius savo sportinius pasiekimus. Todėl yra labai svarbu, kad žaidynėse dalyvautų kuo daugiau šalių iš viso pasaulio.

Siekdamas užtikrinti, kad visos komandos gautų finansavimą ir galėtų pasirengti Olimpines žaidynėms bei jose dalyvauti, TOK, remdamasis solidarumo principu, vykdo tarptautinę rinkodaros programą. Programoje dalyvaujantys NOK'ai supranta, kad iš dalyvavimo visuotinėje programoje gautomis pajamomis bus padalinta su visais NOK'ais siekiant finansuoti jų veiklą, sporto plėtrą bei

dalyvavimą Olimpiniuose žaidiniuose, taip pat paremti jų siekį patiems rengti Olimpines žaidynes. Ši programa padeda užtikrinti finansavimą visoms nacionalinėms olimpinėms komandoms nepriklausomai nuo jų sportininkų įvaizdžio, komercinės ar sportinės sėkmės.

Be to NOK'ai vykdo savo šalyse nacionalines rinkodaros programas, siekdami finansuoti savo veiklą, sporto plėtrą, dalyvavimą Olimpiniuose žaidiniuose ir kitas programas. Olimpinių žaidynių organizaciniai komitetai taip pat vykdo nacionalines rinkodaros programas, siekdami pritraukti Žaidynėms privačias lėšas, kadangi pagal šias programas iš privataus sektoriaus gautos lėšos padeda sumažinti mokesčių mokėtojams tenkančią Žaidynių finansavimo dalį.

Kaip ir daugumos rėmimo programų, olimpinės rinkodaros programų pagrindas yra išimtinių teisių, susijusių su priklausymu olimpiniam judėjimui, įskaitant teisę naudoti olimpinius ženklus bei atvaizdus reklamos tikslais, suteikimas. Tačiau didelį Olimpinių žaidynių populiarumą neabejotinai lemia ir tai, kad skirtingai nuo daugumos kitų pagrindinių sporto infrastruktūros objektų panaudojimo atvejų, olimpinė aplinka yra labai mažai komercializuota siekiant užtikrinti, kad pagrindinis dėmesys būtų skiriamas sportininkų pasirodymams. Pavyzdžiui, yra ribojamas renginio vietos žymėjimas prekių ženklais, taip pat yra draudžiama įrengti reklamos stendus aplink sporto aikštę.

Šasajų su Olimpiniuose žaidiniuose pateikimas pasitelkiant šiam tikslui sportininkus ypač sustiprėja prieš pat Olimpines žaidynes ir jų metu. Todėl visiškai įprasta, kad Olimpiniuose chartijoje yra nustatyti tam tikri apribojimai sportininkams (ir kitiems Žaidynių dalyviams) dėl jų atvaizdo naudojimo reklamoje Olimpinių žaidynių metu. Šie nedideli apribojimai padeda užtikrinti oficialių olimpinių rinkodaros programų išskirtinumą bei visuotiniam sportininkų dalyvavimui ir Olimpinių žaidynių organizavimui reikalingą finansavimą.

### **Sportininkų teisės ir pareigos**

Siekdamas tinkamai suformuluoti 2020 metų Tokijo olimpinių žaidynių principus, TOK visų pirma atsižvelgia į sportininkų interesus. Todėl šie naujieji Principai yra išdėstyti Sportininkų teisių ir pareigų deklaracijoje - istorinę reikšmę turinčiame dokumente, kuris po visame pasaulyje vykusių konsultacijų buvo parengtas sportininkų iniciatyva bei jų naudai.

Konkrečiai tariant, šia Deklaracija yra „*siekiami skatinti sportininkų gebėjimus ir galimybes [...] gauti pajamų, susijusių su sportine karjera, vardu ir atvaizdu, tuo pat metu pripažįstant intelektualines nuosavybės ar kitas teises, renginių, sporto organizacijų ir Olimpinių chartijos taisykles. Šia Deklaracija sportininkai skatinami [...] gerbti olimpinio judėjimo solidarumo principą, skatinantį sportininkų ir olimpinio judėjimo narių savitarpio pagalbą ir paramą*“.

Šiame dokumente aptariami Principai yra suformuluoti atsižvelgiant į aukščiau nurodytas sportininkų teises bei pareigas.

Principai yra aiškūs - sportininkai gali gauti pajamas iš asmeninio rėmimo bei pasirodymo šių rėmėjų reklamoje ir turi teisę tą daryti toliau, dalyvaudami tiksliai suplanuotoje reklamoje Olimpinių žaidynių metu. Be to tikėtina, kad viso pasaulio žiniasklaidoje, įskaitant pagal susitarimus su TOK'ais vykdomų pasaulinių transliacijų metu, pateikiama informacija apie Olimpiniuose žaidiniuose dalyvaujančius sportininkus gali prisidėti prie būsimo jų įvaizdžio gerinimo.

Taip pat pažymėtina, kad sutikdami su kai kuriais nedideliais šios veiklos apribojimais Žaidynių metu, asmeninio rėmimo sutartis sudarę sportininkai padeda užtikrinti finansavimą visoms nacionalinėms olimpinėms komandoms nepriklausomai nuo jų sportininkų įvaizdžio ar sėkmės. Tokiu būdu laikydamiesi solidarumo principo, minėti sportininkai padeda užtikrinti viso pasaulio sportininkams ekonomiškai pagrįstą galimybę dalyvauti Olimpiniuose žaidiniuose.

Kalbant apie NOK'ų rinkodaros programas, sutikdami su kai kuriais nedideliais jų veiklos apribojimais Žaidynių metu, asmeninio rėmimo sutartis sudarę sportininkai padeda paremti visus jų nacionalinės olimpinės komandos dalyvius, kitas komandas bei kitas jų šalies NOK'o įgyvendinamas sporto plėtros programas. Šie nedideli apribojimai taip pat remia Olimpinių žaidynių, kuriose varžosi sportininkai, finansavimą, sudarydami galimybę organizaciniams komitetams užtikrinti Žaidynių rengimo finansavimą iš privačių šaltinių.

## **Principų galiojimas**

Šie Principai galioja Žaidynių laikotarpiu, kuris prasideda 2020 metų Tokijo olimpinių žaidynių olimpinio kaimelio atidarymo dieną ir baigiasi praėjus dviem dienoms po 2020 metų Tokijo olimpinių žaidynių uždarymo (t.y. nuo 2020 m. liepos 14 d. iki 2020 m. rugpjūčio 11 d. įskaitytinai).

Šie Principai galioja Žaidynėse besirungiantiems sportininkams, treneriams, instruktoriams bei delegacijų atstovams (toliau kartu - **Dalyviai**). Principai negalioja olimpiečiams, kurie rungsi ankstesnėse Žaidynėse, bet nedalyvauja nė vienoje iš minėtų pozicijų šiose Žaidynėse. Jie taip pat negalioja kitiems akredituotiems asmenims, įskaitant Žaidynių transliuotojus bei savanorius.

Šie Principai konkrečiai galioja Olimpinėms žaidynėms, nors panašios taisyklės galioja ir paraolimpinėms žaidynėms. Tačiau jos skiriasi, be to galioja skirtingu metu. Paraolimpinė žaidynių metu, pasibaigus Olimpinė žaidynių laikotarpiui, apribojimai olimpiečiams ir kitiems Olimpinė žaidynių dalyviams nėra taikomi.

**Dalyvio atvaizdo** naudojimas reiškia nuorodą į tą Dalyvį, kai jis pats asmeniškai tame dalyvauja arba yra naudojamas (ar bet kuria forma perteikiamas) jo atvaizdas, vardas, pavardė ar sportiniai pasirodymai (įskaitant Žaidynių metu vykstančius bei kiek anksčiau vykusius pasirodymus).

Šie Principai galioja **Reklamai**, kuri apima visų rūšių komercinę reklamą, įskaitant įrašus socialinėje žiniasklaidoje bei socialiniuose tinkluose, organizacijų bei su jomis komerciniais santykiais susijusių arba jos priklausančių Dalyvių vykdomą reklamą (mokamą arba nemokamą), tradicinę mokamą reklamą (įskaitant reklamą spaudoje, lauko reklamą, televizijos ir radijo reklamą bei reklamą internete), tiesioginę reklamą, viešųjų ryšių akcijas (įskaitant asmeninį dalyvavimą bei pranešimus spaudoje), gaminių skolinimą arba dovanojimą Dalyviams, reklamą ant gaminių bei parduotuvių patalpose.

### Principų laikymasis

TOK, Tokijo 2020 OŽOK arba atitinkamos šalies NOK gali panaikinti remiantis šiais Principais suteiktus leidimus arba pareikalauti atšaukti arba pakeisti Reklamą, jei nėra laikomasi šių Principų turinio arba esmės. Be to Dalyviams, kurie nesilaiko šio dokumento nuostatų, TOK, Tokijo 2020 OŽOK ir (arba) jų šalies NOK gali taikyti sankcijas.

## Pagrindiniai principai

Visiems Dalyviams leidžiama reklamuoti savo rėmėjus, o visiems rėmėjams (kiekvienam atveju įskaitant Olimpinius partnerius ir Ne olimpinius partnerius) leidžiama naudoti Dalyvio atvaizdus Žaidynių laikotarpio metu vadovaujantis šiame dokumente išdėstytais Principais.

### 1. Olimpinė partnerių vykdoma reklama

- a) **Olimpiniai partneriai** – tai tokie prekiniai ženklai ar įmonės, kurie yra sudarę rėmimo sutartį su TOK'u, Tokijo 2020 OŽOK'u ar NOK'ais bei oficialūs Olimpinė žaidynių transliuotojai, kuriems teisė transliuoti Olimpines žaidynes yra suteikę TOK.
- b) Olimpinėms partneriams leidžiama naudoti Dalyvių atvaizdus Reklamos tikslais tiktai:
  - vadovaujantis **atitinkamo Olimpinio partnerio sutarties**, sudarytos su TOK'u, Tokijo 2020 OŽOK'u ar NOK'u (priklausomai nuo atvejo), **nuostatomis**,
  - gavus būtinus Dalyvių, kurių atvaizdas yra naudojamas, **sutikimus**, ir
  - laikantis Olimpinėms partneriams taikomų **papildomų rekomendacijų**, kurios bus nustatytos TOK'o ir NOK'o dar prieš Olimpinė partnerių NOK'ui vykdamas Dalyvio atranką.
- c) **Olimpiniai partneriai gali vykdyti Sveikinamojo pobūdžio reklamą Žaidynių laikotarpio metu** (išsamesnę informaciją rasite Ketvirtajame pagrindiniame principo).
- d) Reklaminės veiklos pagal šį Pirmąjį pagrindinį principą vykdymui Olimpinėms partneriams nereikia gauti jokių papildomų sutikimų ir nėra taikoma jokia papildoma tvarka, išskyrus sutikimų gavimą įprasta tvarka, kuri gali būti taikoma pagal Olimpinė partnerių sutartį sudarytą su atitinkama olimpine organizacija.

### 2. Ne olimpinė partnerių vykdoma reklama

- a) **Ne olimpiniai partneriai** - tai tokie prekiniai ženklai ar įmonės, kurie nėra Olimpiniai partneriai.
- b) Ne olimpiniais partneriams leidžiama naudoti Dalyvių atvaizdus Reklamos tikslais Žaidynių laikotarpio metu:
- tik gavus būtinus Dalyvių, kurių atvaizdas yra naudojamas, **sutikimus**,
  - vadovaujantis TOK'o ir atitinkamų šalių NOK'ų nustatytų taisyklių nuostatomis, susijusiomis su veikla, kuri yra nesuderinama su olimpinio judėjimo ar konkretaus NOK'o vertybėmis, pavyzdžiui, kai yra draudžiama remti tabako gaminius, draudžiamus vaistinius preparatus ir kitų kategorijų gaminius (pvz. alkoholį, lošimų ir pornografinio ar amoralaus pobūdžio veiklą),
  - jei tokioje reklamoje **nėra naudojama Olimpinių nuosavybė** (kaip apibrėžta (g) punkte), ir
  - jei tokia reklama yra **Bendro pobūdžio reklama** (kaip apibrėžta Trečiajame pagrindiniame principo) ir atitinka Tokijo 2020 OŽOK'o ir (ar) NOK'o nustatytas Bendro pobūdžio reklamos taisykles.
- c) Norėdami pasinaudoti pagal šį principą suteikiamu leidimu, **Ne olimpiniai partneriai privalo per nurodytą interneto platformą informuoti TOK'ą, Tokijo 2020 OŽOK'ą ir su tuo susijusias ar atitinkamas šalies NOK'ą apie savo Bendro pobūdžio reklamos planus ne vėliau kaip iki 2020 m. gegužės 15 d.** Išsamią informaciją apie pranešimų platformą bei apie tai, kada tokia platforma pradės veikti ir galės priimti pranešimus TOK pateiks NOK'ams.
- d) Reikalavimas pateikti informaciją suteikia galimybę TOK'ui, Tokijo 2020 OŽOK'ui ir atitinkamos šalies NOK'ui sužinoti, kokia reklaminė veikla yra planuojama šalies rinkoje bei patikrinti ar ji atitinka šiame dokumente išdėstytus principus ir (b) punkte nustatytas taisykles. Komentarai dėl Reklamos planų bus pateikti per 10 (dešimt) dienų nuo to momento, kai TOK ar NOK (priklausomai nuo atvejo) gauna informaciją.
- e) Reklamos socialiniuose tinkluose tikslais, **nėra būtina pateikti išankstinį pranešimą apie kiekvieną atskirą įrašą (postą)**, tačiau ne vėliau kaip iki 2020 m. gegužės 15 d. būtina pateikti pranešimą, kuriame būtų išdėstytas Reklamos socialiniuose tinkluose planas, įskaitant įrašų (postų) pobūdį ir planuojamą jų turinį.
- f) Siekiant suteikti galimybes sportininkams, kuriems teisė dalyvauti Žaidynėse gali būti suteikta po 2020 m. gegužės 15 d., TOK išnagrinės po šio termino pateiktus Reklamos planus tuo atveju, jei likus ne mažiau kaip 15 (penkiolikai) dienų iki Reklamos paskelbimo bus pateiktas išankstinis pranešimas per pranešimų platformą.
- g) Šių principų tikslais, **Olimpinę nuosavybę** sudaro:
- olimpinis simbolis,
  - Žaidynių emblema, ženklai, piktogramos ir Žaidynių grafika,
  - bet kurios šalies NOK emblema ar nacionalinės olimpinės komandos emblema,
  - žodžiai „olimpinis“, „olimpiniai“, „olimpinės žaidynės“, „olimpiada“, „olimpiados“,
  - miesto, kuriame vyksta Žaidynės, pavadinimas ir metai, kuriais vyksta Žaidynės (t.y. „Tokijo 2020“),
  - bet kokie su žodžiu „olimpinis“ susiję žodžiai ir simboliai, įregistruoti kaip prekių ženklai ir (ar) saugomi atitinkamų įstatymų tos NOK šalies, kurią atstovauja Dalyvis, ar šalies, kurioje vykdoma Reklama,
  - olimpinių komandų pavadinimai, tokie kaip „DB komanda“ ar „Didžiosios Britanijos komanda“,
  - olimpinis devizas „Citius. Altius. Fortius“,

- TOK'ο, Tokijo 2020 OŽOK'ο ar bet kurios šalies NOK'ο sukurti filmai, muzikos kūriniai, meno kūriniai ir dizainas,
- bet kurie kiti simboliai, dizainas, kūriniai, žodžiai ar formuluotės, kurie yra aukščiau minėtos olimpinės nuosavybės vertiniai ar kurie gali būti painiojami su olimpine nuosavybe.

### 3. Bendro pobūdžio reklama

- a) **Bendro pobūdžio reklama** reiškia įmonės ar prekinio ženklo Reklamą:
- kai vienintelis ryšys tarp, iš vienos pusės, Žaidynių, TOK'ο, Tokijo 2020 OŽOK'ο ir (ar) NOK'ο ir (ar) NOK'ο nacionalinės olimpinės komandos ir, iš kitos pusės, atitinkamos rinkodaros veiklos, yra tai, kad reklamose yra naudojamas Dalyvio atvaizdas,
  - kuri buvo vykdoma ne trumpiau kaip 90 (devyniasdešimt) dienų iki Žaidynių laikotarpio pradžios, ir
  - kuri vykdoma nuosekliai ir iš esmės neeskaluojama Žaidynių laikotarpio metu.
- b) Siekiant suteikti lankstumo sportininkams, dalyvaujantiems ir kitose sporto varžybose prieš pat Žaidynių laikotarpį ar netrukus po jo, TOK kiekvienu konkrečiu atveju svarstys galimybę taikyti išimtis Bendro pobūdžio reklamos reikalavimams, išdėstytiems a) punkto (ii) ir (iii) papunkčiuose, jei yra laikomasi (i) papunktyje nurodyto reikalavimo.
- c) TOK taip pat kiekvienu konkrečiu atveju svarstys galimybę taikyti išimtis (ii) ir (iii) papunkčiuose nurodytai Reklamai, kuri yra susijusi su prekių ženklų įprasta verslo reklama, kurioje dalyvauja sportininkas, pavyzdžiui „atgal į mokyklą“ reklamos kampanijoms, kurios paprastai prasideda liepos ar rugpjūčio mėnesį. TOK paprašys pateikti įprastą verslo reklamą patvirtinančią informaciją, tačiau bet kokių atveju turi būti laikomasi (i) papunktyje nurodyto Bendro pobūdžio reklamai keliamo reikalavimo.
- d) Reklamos, kuri yra laikoma Bendro pobūdžio reklama bei Reklamos, kuri nėra laikoma Bendro pobūdžio reklama, pavyzdžiai yra rengiami ir artimiausiu metu bus pateikti NOK'ams.

### 4. Sveikinamojo pobūdžio reklama

- a) Šiais tikslais, **sveikinamojo pobūdžio reklama** apima šiuos abu atvejus:
- **palaikymo žinutes**, skatinančias, užjaučiančias ar kitokiu būdu palaikančias Olimpinėse žaidynėse dalyvaujantį sportininką ar nacionalinę olimpinę komandą, ir
  - **sveikinimo žinutes**, giriančias sportininką ar nacionalinę olimpinę komandą už pasiekimus Olimpinėse žaidynėse.
- b) **Sveikinamojo pobūdžio reklama nėra laikoma Bendro pobūdžio reklama**, kadangi savo esme yra glaudžiai susijusi su Olimpinėmis žaidynėmis. Todėl, Žaidynių laikotarpio metu **Sveikinamojo pobūdžio reklamą gali vykdyti tik Olimpiniai partneriai**.
- c) Ne olimpiniai partneriai gali vykdyti Sveikinamojo pobūdžio reklamą **prieš prasidedant Žaidynių laikotarpiui ir jam pasibaigus** sportininkų su kuriais yra sudarę sutartis rėmimo tikslais, tačiau tokioje Reklamoje negali naudoti jokios Olimpinės nuosavybės.

### 5. Dalyvių žinutės internete

- a) **Dalyviai gali talpinti įprastas padėkos žinutes**, skirtas Olimpiniais partneriams ir (ar) savo asmeniniams Ne olimpiniais partneriams, savo asmeninėse svetainėse ir (ar) socialinių tinklų paskyrose, **įskaitant ir Žaidynių laikotarpio metu**, tačiau įrašuose (postuose):

- neturi būti jokio teiginio ar užuominos, kad produktas ar paslauga **pagerino Dalyvio pasirodymą**,
  - neturi būti jokio asmeninio patvirtinimo (išreikšto per padėką rėmėjui už suteiktą paramą) apie atitinkamo produkto ar paslaugos naudojimą ir teikiamą naudą, ir
  - turi būti laikomasi TOK'ο ir atitinkamos šalies NOK'ο nustatytų taisyklių, susijusių su veikla, kuri yra nesuderinama su olimpinio judėjimo ar konkretaus NOK'ο vertybėmis, pavyzdžiui, kai yra draudžiama remti tabako gaminius, draudžiamus vaistinius preparatus ir kitų kategorijų gaminius (pvz. alkoholį, lošimų ir pornografinio ar amoralaus pobūdžio veiklą) ar taisyklių, nustatančių apribojimus naudoti sportininko atvaizdą ar vaizdo medžiagą jo ar jos nacionalinės olimpinės komandos ekipuotėje ar bet kurio olimpinio medalio naudojimo apribojimus.
- b) **Padėkos žinutės Ne olimpiniam partneriams apsiriboja viena padėkos žinute vienam asmeniui Ne olimpiniam partneriui, kurią Dalyvis patalpina savo socialinių tinklų paskyroje.** To paties turinio bendra žinutė patalpinta tuo pačiu metu keliose socialinių tinklų platformose šiais tikslais bus laikoma viena žinute. Tokie įrašai (postai) (įskaitant prie jų pridėdamą atvaizdą ar vaizdo medžiagą) **neturi sukelti jokios prielaidos jog egzistuoja komercinis ryšys** tarp TOK'ο, Olimpinų žaidynių, NOK'ο ar nacionalinės olimpinės komandos ir Ne olimpinio partnerio.
- c) Dalyviai gali **perkelti į savo paskyras ar dalintis TOK'ο, Tokijo 2020 OŽOK'ο, savo šalies olimpinės komandos ar savo NOK'ο socialinių tinklų paskyroje esančių įrašų (postų) turiniu**, tačiau neturi teisės perkelti ar dalintis padėkos ar kitokiomis žinutėmis, kuriose daroma nuoroda į Ne olimpinius partnerius.
- d) Dalyviams nėra būtina informuoti TOK'ą ar savo šalies NOK'ą prieš talpinant žinutes internete, tačiau, iškilus abejonėms, ar žinutė atitinka šiame dokumente nustatytus Principus, Dalyviai turėtų pasikonsultuoti su savo šalies NOK'u.
- e) Sportininkai savo įrašuose (postuose) populiarindami prekinį ženklą taip pat turėtų žinoti apie daromą įtaką sirgalių sprendimams pirkti vieną ar kitą prekę. Sportininkai (kaip ir kiti nuomonės formuotojai) turėtų būti **sąžiningi, skaidrūs ir neklaidinti savo sekėjų** nurodydami, ar jiems už įrašė populiarinamą prekinį ženklą buvo sumokėta, jie buvo paskatinti ar kitaip už tai atsilyginta. Visais atvejais tai turėtų būti aiškiai įvardyta įrašė darant nuorodą į prekinį ženklą.