

Izvršni odbor OKS-ZŠZ na podlagi dokumentov pod naslovom “*Rule 40 resources for Milano Cortina 2026*”, ki jih je 14. julija 2025 objavil Mednarodni olimpijski komitej, in še posebej “*Commercial opportunities for participants during the Olympic Winter Games Milano Cortina 2026*”, sprejema

Pravilnik o komercialnih priložnostih za udeležence zimskih olimpijskih iger Milano Cortina 2026

NAMEN IN IZVEDBA

Ta dokument opredeljuje ključna načela uporabe oglaševalskih podob udeležencev (vsak, kot je opredeljeno v nadaljevanju v poglavju »obseg«), ki veljajo za zimske olimpijske igre Milano Cortina 2026 (ZOI 2026) na podlagi pravila 40 Statuta 3 Olimpijske listine. Njegov namen je pojasniti, kaj je mogoče v olimpijskem obdobju (opredeljeno v nadaljevanju), in zagotoviti podlago, na kateri lahko udeleženci sodelujejo s sponzorji na način, ki je skladen z njihovimi pravicami in odgovornostmi na podlagi Izjave športnikov in Olimpijske listine.

Vsi udeleženci lahko promovirajo svoje sponzorje in vsi sponzorji lahko uporabljajo podobe udeležencev v olimpijskem obdobju, vendar izključno v skladu z načeli, določenimi v tem dokumentu in ob soglasju Izvršnega odbora OKS-ZŠZ ter nikoli na način, ki zmanjšuje pravice olimpijskih sponzorjev.

Vsi udeleženci so dolžni ravnati skladno s temi načeli. Prav tako morajo organizacije, ki za svoje oglaševanje uporabljajo športnike, športne zveze in agenti, ki športnikom svetujejo glede oglaševalskih dejavnosti, zagotoviti, da delujejo in športnikom svetujejo skladno s temi načeli. Načela omogočajo športnikom in njihovim sponzorjem, da nadaljujejo izvajanje dobro načrtovanih akcij in da se ne poskušajo sami neupravičeno okoristiti z olimpijskimi igrami.

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



Slovenia Olympic Team



@TeamSlovenia



sloveniaolympicteam



@TeamSlovenia



Team Slovenia



Olympic Committee of Slovenia

Vloge in odgovornosti

Olimpijski komite Slovenije je odgovoren za izvajanje načel pravila 40 Statuta 3 Olimpijske listine na ozemlju Republike Slovenije. V gostujoči državi zimskih olimpijskih iger Milano Cortina 2026 in v ostalih izvedbah olimpijskih iger, je odgovornost za implementacijo teh pravil razdeljena med Organizacijski komite olimpijskih iger Milano Cortina 2026 in Olimpijski komite Slovenije.

Pravni okvir se lahko v posameznih državah razlikuje glede na veljavne zakone, predpise, ustrezno sodno prakso in posebne dogovore med nacionalnim olimpijskim komitejem (NOK) in udeleženci olimpijskih iger (zlasti glede finančne in materialne podpore, ki jo nacionalni olimpijski komiteji zagotavljajo udeležencem). Zato lahko posamezni nacionalni olimpijski komiteji načela pravila 40 izvajajo na različne načine.

Vsak NOK nadzoruje spoštovanje teh načel v zvezi z oglaševanjem, usmerjenim na svoje ozemlje. Zato mora biti Olimpijski komite Slovenije obveščen o oglaševanju, ki je usmerjeno na ozemlje Republike Slovenije, v skladu s ključnim načelom 2. Šteje se, da je oglaševanje usmerjeno na določeno ozemlje, če:

- 1.) uporablja udeleženca, ki predstavlja NOK oziroma nacionalno olimpijsko reprezentanco tega ozemlja oziroma države,
- 2.) je v lokalnem jeziku tega ozemlja ali države
- 3.) gre za plačane objave v medjskih kanalih, ki so usmerjeni na to ozemlje ali državo.

Mednarodni olimpijski komite (MOK) bo nadziral skladnost s temi načeli v povezavi z mednarodno oglaševalsko dejavnostjo in po posvetovanju z Olimpijskim komitejem Slovenije in Organizacijskim odborom olimpijskih iger Milano Cortina 2026. Zato mora biti MOK obveščen o oglaševanju, ki ni ciljno za ozemlje Republike Slovenije ali je namenjeno za več kot eno državo.

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



Slovenia Olympic Team



@TeamSlovenia



sloveniaolympicteam



@TeamSlovenia



Team Slovenia



Olympic Committee of Slovenia

KONTEKST

Zagotavljanje globalnega sodelovanja na olimpijskih igrah

Olimpijske igre so edinstvene. So edini pravi globalni večpanožni športni dogodek in predstavljajo največji športni dosežek v karieri vsakega športnika. Pomembno je, da je na njih zastopano čim večje število držav z vsega sveta.

Za zagotavljanje ustreznega financiranja, potrebnega za pripravo športnikov za tekmovanje na olimpijskih igrah, MOK izvaja mednarodni program trženja, ki temelji na načelu solidarnosti: NOK sodelujejo in prejemajo sredstva iz tega globalnega programa, pri čemer se zavedajo, da se prihodki delijo z vsemi drugimi NOK z namenom financiranja delovanja NOK, razvoja športa in udeležbe na olimpijskih igrah ter zagotavljanja podpore za gostovanje olimpijskih iger. Ta program pomaga zagotoviti financiranje za vse nacionalne olimpijske reprezentance, na glede na njihove individualne profile, komercialne ali športne uspehe njihovih športnikov.

Poleg tega NOK izvajajo nacionalne programe trženja na svojih ozemljih za financiranje svojih dejavnosti, razvoja športa, udeležbe na olimpijskih igrah in drugih programov. Organizacijski odbori olimpijskih iger prav tako izvajajo nacionalne programe trženja, s čimer pridobivajo zasebno financiranje za igre – financiranje v okviru teh programov iz naslova zasebnega sektorja pomaga zmanjšati odvisnost od davkoplačevalskega financiranja olimpijskih iger.

Kot večina programov sponzoriranja tudi olimpijski programi trženja temeljijo na podeljevanju ekskluzivnih pravic povezovanja z olimpijskim gibanjem, vključno z olimpijskimi oznakami in s podobami za oglaševalske namene. Ena izmed privlačnejših lastnosti olimpijskih iger pa je ta, da je komercializacija olimpijskega okolja zelo omejena, s čimer je zagotovljena osrednja pozornost na športne dosežke udeležencev.

Ideja povezovanja z olimpijskimi igrami prek športnikov je še zlasti močna med olimpijskimi igrami in tik pred njimi. Zato Olimpijska listina običajno določa omejitve glede možnosti športnikov (in drugih udeležencev iger), da svoje podobe uporabljajo

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



Slovenia Olympic Team



@TeamSlovenia



sloveniaolympicteam



@TeamSlovenia



Team Slovenia



Olympic Committee of Slovenia

za oglaševanje med olimpijskimi igrami. Te omejitve pomagajo ohranjati edinstvenost uradnega olimpijskega programa trženja ter tako ohranjajo financiranje udeležbe športnikov z vsega sveta in organiziranje olimpijskih iger.

Pravice in odgovornosti športnikov

Za določitev ustreznih načel olimpijskih iger Milano Cortina 2026 je MOK v ospredje postavil interese športnikov. Pri določitvi načel je bila upoštevana Deklaracija o pravicah in dolžnostih športnikov, zgodovinska pobuda športnikov, ki so jo v posvetovalnem procesu svetovnega merila razvili športniki za športnike. Deklaracija si prizadeva krepiti zmožnosti in priložnosti športnikov za ustvarjanje prihodkov, povezanih z njihovo športno kariero, imenom in podobo, ob hkratnem priznavanju pravic intelektualne lastnine, pravil tekmovanj, delovanja športnih organizacij ter določb Olimpijske listine. Obenem spodbuja športnike, da spoštujejo načelo solidarnosti olimpijskega gibanja, ki temelji na medsebojni pomoči in podpori med športniki ter drugimi člani olimpijske skupnosti.

Deklaracija želi zlasti »promovirati zmožnosti in priložnosti športnikov za [...] zagotavljanje priložnosti ustvarjanja prihodkov v povezavi s svojo športno kariero, z imenom in s podobo, pravili dogodka in športnih organizacij ter Olimpijske listine« in »spodbuditi športnike, da [...] spoštujejo načelo solidarnosti olimpijskega gibanja, ki omogoča pomoč in podporo med športniki in člani olimpijskega gibanja.«

Načela, pojasnjena v tem dokumentu, so bila razvita skladno s temi pravicami in dolžnostmi.

Osebna sponzorstva med olimpijskimi igrami Milano Cortina 2026

Načela so jasna – športniki lahko ustvarjajo prihodke z osebnim sponzorstvom in s svojim pojavljanjem v oglasih in tržno komunikacijskih aktivnostih teh sponzorjev ter lahko to nadaljujejo v okviru dobro načrtovanih oglaševalskih akcij med olimpijskimi igrami Milano Cortina 2026, vendar izključno v primeru soglasja Izvršnega odbora OKS-ZŠZ in nikoli na način, ki zmanjšuje pravice olimpijskih sponzorjev. Cilj tega je tudi, da bo medijska izpostavljenost v svetovnem merilu, ki je zagotovljena športnikom,

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



Slovenia Olympic Team



@TeamSlovenia



sloveniaolympicteam



@TeamSlovenia



Team Slovenia



Olympic Committee of Slovenia

ki se udeležijo olimpijskih iger Milano Cortina 2026, vključno z globalnim oglaševalskim programom MOK, pomagala pri razvoju njihovega profila v naslednjih letih.

S tem, ko športniki sprejmejo določene omejitve v povezavi s temi dejavnostmi med olimpijskimi igrami Milano Cortina 2026, pa tisti, ki imajo osebna sponzorstva, hkrati pomagajo zagotavljati podporo vsem nacionalnim olimpijskim reprezentancam, ne glede na njihov profil ali uspeh njihovih športnikov. Tako ti športniki pomagajo zagotoviti športnikom z vsega sveta sodelovanje na olimpijskih igrah Milano Cortina 2026 in prihodnjih olimpijskih igrah na ekonomsko upravičeni podlagi s podpiranjem načela solidarnosti.

Pri programih trženja NOK s sprejetjem določenih omejitev dejavnosti v času zimskih olimpijskih iger Milano Cortina 2026 športniki z osebnimi sponzorji pomagajo podpirati vse udeležence v Olimpijski reprezentanci Slovenije, drugih reprezentancah in druge programe za razvoj športa svojih NOK. Te omejitve prav tako podpirajo financiranje zimskih olimpijskih iger Milano Cortina 2026 in prihodnjih olimpijskih iger, na katerih tekmujejo športniki, tako da omogočajo organizacijskim odborom zagotavljati zasebno financiranje za organizacijo iger. Za zagotovitev kontinuitete dolgotrajne podpore športnikom, olimpijskim igram in NOK sta se MOK in Svetovna zveza industrije za športno opremo (WFSGI) strinjala, da bodo športniki pod določenimi pogoji lahko promovirali določene blagovne znamke športne opreme, in sicer pred in med zimskimi olimpijskimi igrami Milano Cortina 2026 (Projekt WFSGI).

OBSEG

Ta načela veljajo v **olimpijskem obdobju**, torej v obdobju od datuma odprtja olimpijske vasi zimskih olimpijskih iger Milano Cortina 2026 do vključno datuma, ki je dva dni po končni slovesnosti zimskih olimpijskih iger Milano Cortina 2026 (tj. od **30. januarja 2026** do vključno **24. februarja 2026**).

Ta načela veljajo za tekmovalce, člane reprezentance, vodje, trenerje in za uradnike, ki sodelujejo na zimskih olimpijskih igrah Milano Cortina 2026, ki se v tem dokumentu skupaj imenujejo **udeleženci**. Ta načela ne veljajo za olimpijce, ki so tekmovali na prejšnjih olimpijskih igrah in ki na zimskih olimpijskih igrah Milano Cortina 2026 ne

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



sodelujejo v nobeni vlogi. Prav tako ne veljajo za akreditirano osebje, vključno z radijskimi in s televizijskimi organizacijami, ter prostovoljce.

Ta načela so specifična za zimske olimpijske igre Milano Cortina 2026. Glede pravil, ki veljajo za zimske paralimpijske igre Milano Cortina 2026, se je potrebno posvetovati posebej.

Uporaba **podob udeležencev** vključuje vsako sklicevanje na udeleženca, tj. njegovo osebno pojavo, uporabo njegove podobe (ali upodobitve te podobe), imena ali športnih dosežkov (vključno z dosežki na zimskih olimpijskih igrah Milano Cortina 2026 in v bližnji preteklosti).

Ta načela veljajo za **oglaševanje**, kar pomeni vse oblike komercialne promocije, vključno s socialnimi mediji in objavami na socialnih omrežjih ter s promocijami organizacij ali udeležencev kot del ali v povezavi s komercialnim odnosom z organizacijo (za plačilo ali ne), s tradicionalnim oglaševanjem prek plačanega oglaševalskega prostora (vključno z objavami v medijih, na panojih, v televizijskih in radijskih oglasih ter s spletnim oglaševanjem), z neposrednim oglaševanjem, s stiki z javnostmi (vključno z osebnim pojavljanjem in sporočili za javnost), posojanjem ali podarjanjem izdelkov udeležencem ter s promocijami na izdelkih in v trgovinah.

Zagotavljanje skladnosti

MOK, Organizacijski odbor olimpijskih iger Milano Cortina 2026 ali Olimpijski komite Slovenije lahko prekliče dovoljenja, ki jih zagotavljajo ta načela, ali zahteva umik ali spremembo oglaševanja, če se ne upošteva načel. MOK, Organizacijski odbor olimpijskih iger Milano Cortina 2026 in/ ali Olimpijski komite Slovenije lahko sankcionirajo udeležence, ki ne ravnavajo skladno s pogoji tega pravilnika.

KLJUČNA NAČELA

Vsi udeleženci lahko promovirajo svoje sponzorje in vsi sponzorji lahko uporabljajo podobe sodelujočih (v vsakem primeru, vključno z olimpijskimi sponzorji in neolimpijskimi sponzorji) v olimpijskem obdobju skladno z naslednjimi načeli, vendar izključno v primeru soglasja izvršnega odbora OKS-ZŠZ ter nikoli na način, ki zmanjšuje pravice olimpijskih sponzorjev.

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



1. OGLAŠEVANJE S STRANI OLIMPIJSKIH SPONZORJEV

- a. Olimpijski sponzorji so tiste blagovne znamke ali gospodarske družbe oziroma organizacije, ki so podpisale sponzorske pogodbe ali uradne merchandising licenčne pogodbe z MOK, Organizacijskim odborom zimskih olimpijskih iger Milano Cortina 2026 in/ ali Olimpijskim komitejem Slovenije, ter uradne olimpijske televizijske in radijske organizacije, ki jim je MOK podelil pravice za predvajanje zimskih olimpijskih iger Milano Cortina 2026.
- b. Olimpijski sponzorji **lahko uporabljajo podobe udeležencev** za namen oglaševanja:
- če za to pridobijo potrebna **soglasja** udeležencev, ki so prikazani na oglasih,
 - ob upoštevanju **določil pogodb olimpijskih sponzorjev** z MOK, Olimpijskim odborom olimpijskih iger Milano Cortina 2026 ali Olimpijskim komitejem Slovenije,
 - ob upoštevanju **dopolnilnih smernic** za olimpijske sponzorje, ki jih izda MOK ali Olimpijski komite Slovenije.
- c. Olimpijski sponzorji **lahko v olimpijskem obdobju izvajajo oglaševanje z namenom čestitke** (za več podrobnosti glejte načelo 4).
- d. Za oglaševalske dejavnosti olimpijskih sponzorjev skladno s ključnim načelom 1 niso zahtevana nobena dodatna soglasja ali postopki razen dogovori, ki jih določajo pogodbe z relevantno olimpijsko organizacijo (MOK, Organizacijski odbor zimskih olimpijskih iger Milano Cortina 2026 ali Olimpijski komite Slovenije).

2. OGLAŠEVANJE S STRANI NEOLIMPIJSKIH SPONZORJEV

- a. Neolimpijski sponzorji so tiste blagovne znamke ali gospodarske družbe oziroma organizacije, ki niso olimpijski sponzorji.

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



- b. Neolimpijski sponzorji lahko uporabljajo podobe udeležencev za namen oglaševanja v olimpijskem obdobju:
- če za to pridobijo potrebna **soglasja** ustreznih udeležencev,
 - ob **spoštovanju politik MOK in Olimpijskega komiteja Slovenije** v zvezi z dejavnostmi, ki so nezdružljive z vrednotami olimpijskega gibanja in Olimpijskega komiteja Slovenije, kot na primer: prepoved sponzorstev v povezavi s tobačnimi izdelki, prepovedanimi drogami in z drugimi kategorijami (npr. igralništvo, pornografske in druge nemoralne dejavnosti),
 - če oglaševanje in tržno komuniciranje **ne uporablja olimpijske lastnine** (predstavljena v spodnjem odstavku (f)),
 - če oglaševanje predstavlja **generično oglaševanje** (kot je opisano v ključnem načelu 3),
 - če za to pridobijo **soglasje izvršnega odbora OKS-ZŠZ**,
 - če dejavnost **ne zmanjšuje pravic** olimpijskih sponzorjev.
- c. Če želijo izkoristiti ugodnosti dovoljenj, izdanih po tem načelu, morajo neolimpijski sponzorji obvestiti MOK ali zadevni NOK ali Olimpijski komitej Slovenije o svojih načrtih generičnega oglaševanja najpozneje do 19. decembra 2025 prek:
- e-naslova marketing@olympic.si, kadar gre za oglaševanje na teritoriji Republike Slovenije,
 - vzpostavljene spletne platforme, ki je dosegljiva na naslovu <https://olympics.com/athlete365/rule-40/>, kadar gre za oglaševanje, ki zahteva soglasje MOK in drugih NOK.
- d. Ta zahteva za obveščanje omogoča MOK, Organizacijskemu odboru olimpijskih iger Milano Cortina 2026 in Olimpijskemu komiteju Slovenije, da spremlja dejavnosti, ki so načrtovane za njegov trg ter preveri skladnost s temi načeli in politikami, navedenimi v zgornjem odstavku (b).

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



- e. Kakršne koli povratne informacije o načrtih oglaševanja se zagotovijo v tridesetih (30) dneh od prejetja MOK ali Olimpijskega komiteja Slovenije.
- f. Za namene teh načel olimpijska lastnina vključuje:
- o olimpijski simbol;
 - o Milano Cortina 2026 logotip, maskote, piktograme in Milano Cortina 2026 podobo olimpijskih iger;
 - o logotip Olimpijskega komiteja Slovenije / olimpijske reprezentance Slovenije;
 - o besede »olimpijski«, »olimpijec«, »olimpijske igre«, »olimpijada«, »olimpijade«;
 - o ime gostiteljskega mesta iger in leto iger (tj. »Milano Cortina 2026«);
 - o katere koli besede in simbole povezane z olimpijskimi igrami, ki so registrirani kot blagovne znamke in/ali zaščiteni skladno z ustrezno zakonodajo v Republiki Sloveniji ali v državi, v kateri je načrtovano oglaševanje ali tržno komuniciranje;
 - o imena olimpijskih reprezentanc, kot je »reprezentanca Slovenije« ali »olimpijska reprezentanca Slovenije«;
 - o olimpijsko geslo »Citius, Altius, Fortius – Together« / »hitreje, višje, močnejše - skupaj«;
 - o vse filme, glasbena dela, umetniška dela in grafike, oblikovane s strani MOK, Organizacijskega odbora olimpijskih iger Milano Cortina 2026 ali Olimpijskega komiteja Slovenije;
 - o katere koli druge simbole, grafike, dela, besede ali izraze, ki so prevodi ali ki bi jih bilo mogoče zamenjati z zgoraj navedenimi.

3. GENERIČNO OGLAŠEVANJE

- a. Generično oglaševanje pomeni kakršno koli oglaševanje družbe ali blagovne znamke:
- i. kjer je edina povezava med zimskimi olimpijskimi igrami Milano Cortina 2026, MOK, Organizacijskim odborom olimpijskih iger Milano Cortina 2026 in/ali Olimpijskim komitejem Slovenije ter zadevno dejavnostjo trženja oz. oglaševanja uporaba podobe ali imena udeleženca;

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



- ii. ki je na trgu že vsaj 90 dni pred začetkom olimpijskega obdobja;
 - iii. ki se izvaja enakomerno in se v olimpijskem obdobju ne okrepi bistveno.
- b. Za zagotovitev prilagodljivosti za športnike, ki sodelujejo tudi v drugih športnih tekmovanjih tik pred olimpijskim obdobjem, bo MOK razmislil o uvedbi izjem iz elementov zahtev (ii) in (iii) generičnega oglaševanja, kot so opisane v (a), na podlagi posameznih primerov in pod pogojem upoštevanja elementa (i).
- c. Prav tako bo MOK v posameznih primerih razmislil o elementih (ii) in (iii) za oglaševalske dejavnosti, ki se nanašajo na običajno oglaševanje znamk, s katerimi se povezujejo športniki. MOK bo zahteval informacije o utemeljitvi običajnega oglaševanja, v vsakem primeru pa mora biti upoštevan element (i).
- d. Primeri generičnega oglaševanja so objavljeni v vodiču, ki je dostopen preko Athlete365 portala.

4. OGLAŠEVANJE Z NAMENOM ČESTITKE

- a. Za te namene **oglaševanje z namenom čestitke** pomeni:
- o **podporna sporočila** kot izraz spodbude, sočustvovanja ali drugačne podpore športniku ali olimpijski reprezentanci Slovenije v povezavi z njegovim oz. njihovim sodelovanjem na zimskih olimpijskih igrah Milano Cortina 2026 in
 - o **zahvalna sporočila** športniku ali olimpijski reprezentanci Slovenije za njegove oz. njihove dosežke na zimskih olimpijskih igrah Milano Cortina 2026.
- b. Oglaševanje z namenom čestitke ne šteje kot generično oglaševanje zaradi tesne povezanosti z zimskimi olimpijskimi igrami Milano Cortina 2026.
- c. Oglaševanje z namenom čestitke, ki se nanaša na olimpijski nastop udeleženca, lahko izvajajo izključno olimpijski sponzorji in le v olimpijskem obdobju.

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



Slovenia Olympic Team



@TeamSlovenia



sloveniaolympicteam



@TeamSlovenia



Team Slovenia



Olympic Committee of Slovenia

- d. Neolimpijski sponzor lahko izvaja oglaševanje z namenom čestitke pred ali po olimpijskem obdobju, vendar nikoli v navezavi z olimpijskim nastopom udeleženca, nikoli v oblačilih in drugih dodatkih z olimpijskimi obeležji (vključno z logotipom Olimpijskega komiteja Slovenije) in nikoli z uporabo oziroma vključevanjem olimpijske lastnine, kamor sodi tudi olimpijska medalja.

5. SPLETNA SPOROČILA UDELEŽENCEV

Udeleženci v olimpijskem obdobju na svojem osebnem spletnem mestu ali osebnih profilih na socialnih omrežjih lahko zagotovijo preprosta zahvalna sporočila izključno olimpijskim sponzorjem, pri čemer mora veljati da:

- ne vključujejo nobene izjave ali nakazujejo, da je izdelek ali storitev **izboljšala uspešnost udeleženca**,
 - ne vključujejo **osebnega sponzorstva** relevantnega izdelka ali storitve (za razliko od zahvale olimpijskemu sponzorju za podporo),
 - spoštujejo politiko MOK in Olimpijskega komiteja Slovenije vezano na dejavnosti, ki so v nasprotju z vrednotami olimpijskega gibanja ali Olimpijskega komiteja Slovenije, na primer: prepovedi sponzorstva v zvezi s tobačnimi izdelki, prepovedanimi drogami in drugimi kategorijami (igre na srečo, pornografija, nemoralne dejavnosti) ali upoštevanje omejitev uporabe slik ali videoposnetkov športnika v olimpijski kolekciji (oblačila in drugi artikli z olimpijskimi obeležji) ali katerekoli olimpijske medalje.
- b. V olimpijskem obdobju lahko udeleženci objavijo ali delijo izključno vsebino družabnih medijev profilov MOK, organizacijskega odbora olimpijskih iger Milano Cortina 2026, Olimpijskega komiteja Slovenije oziroma olimpijske reprezentance Slovenije ali olimpijskega sponzorja. Vendar taka ponovna objava ali delitev ne sme vključevati zahvalnih sporočil ali se kako drugače sklicevati na neolimpijske sponzorje.

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI SPONZOR



- c. Ni nujno, da udeleženci obvestijo MOK ali Olimpijski komite Slovenije preden objavijo zahvalna sporočila na spletu. Vendar pa se morajo posvetovati z Olimpijskim komitejem Slovenije, če dvomijo, če je sporočilo skladno z danimi načeli. Za WFSGI projekt veljajo posebne smernice, športniki bodo prejeli ustrezna navodila v zvezi s tem s strani MOK.
- d. Športniki se morajo zavedati tudi vpliva, ki ga imajo na odločitve za nakup svojih oboževalcev, če v svojih objavah promovirajo blagovno znamko. Športniki (tako kot drugi vplivneži) bi morali biti pošteni, transparentni in ne zavajati svojih sledilcev ne glede na to, ali so bili plačani, spodbujeni ali nagrajeni za promocijo znamke v svojih objavah. To bi moralo biti jasno navedeno, kadar je blagovna znamka v objavi kakorkoli navedena.

Ljubljana, 25. 8. 2025

SPONZORJI OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

GLAVNA SPONZORJA



VELIKI SPONZORJI



SPONZORJI



GLAVNI MEDIJSKI
SPONZOR



Slovenia Olympic Team



@TeamSlovenia



sloveniaolympicteam



@TeamSlovenia



Team Slovenia



Olympic Committee of Slovenia