



Guia de Proteção às Marcas

Organizações Esportivas



Guia de Proteção às Marcas

Organizações Esportivas

Guia de Proteção às Marcas Rio 2016 para Organizações Esportivas

Esta publicação é um instrumento de trabalho dinâmico que fornece às organizações esportivas informações sobre proteção às marcas Olímpicas e Paralímpicas.

O conteúdo deste material poderá sofrer atualizações. Recomendamos consultar sempre a versão mais recente, que estará disponível no site: www.rio2016.com/copyright.

1	Apresentação	6
2	Por que precisamos proteger as marcas oficiais dos Jogos Rio 2016	7
3	Os parceiros oficiais dos Jogos Rio 2016	8
4	As marcas oficiais	10
	4.1 Os símbolos Olímpico e Paralímpico.....	11
	4.2 As marcas oficiais dos Jogos Rio 2016	13
	4.3 As marcas oficiais do Comitê Olímpico Brasileiro e do Comitê Paralímpico Brasileiro	14
	4.4 Marcas nominativas	15
	4.5 Produtos oficiais	16
	4.6 Publicações, imagens e vídeos	17
	4.7 Outros elementos gráficos	17
5	Uso das marcas dos Jogos Rio 2016 por organizações esportivas	19
	5.1 Como se envolver de forma correta com os Jogos Rio 2016	19
	5.2 Uso editorial	20
	5.3 Manifestação popular e cultural	22
	5.4 Propaganda e promoção	22
	5.5 Merchandising e produtos promocionais	24
	5.6 Nomes comerciais	24
	5.7 Nomes de domínio	25
	5.8 Sites, blogs e redes sociais	25
	5.9 Eventos, fóruns, workshops e conferências	28
	5.10 Ingressos.....	29
6	As confederações nacionais e os atletas	30
	6.1 Acordo da delegação	31
	6.2 Acordo de entendimento das confederações nacionais	31

7	Uso de imagens de atletas da delegação brasileira em propagandas	32
8	Patrocinadores das organizações esportivas	33
9	Uso das marcas nominativas por terceiros e em atividades comerciais	35
10	Uso das marcas do Comitê Olímpico Brasileiro e do Comitê Paralímpico Brasileiro	37
11	Marketing de emboscada	38
12	As leis que protegem as marcas Rio 2016	39
13	Considerações finais	41

1 | Apresentação

O povo brasileiro é apaixonado por esportes e terá orgulho de demonstrar isso durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. Para que o evento seja o sucesso que todos esperamos, é crucial o apoio das organizações esportivas.

O Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 é responsável pelo planejamento, organização, entrega e legado do maior evento esportivo do mundo. O Comitê Rio 2016 trabalha em parceria com os três níveis de governo – municipal, estadual e federal – e com patrocinadores e apoiadores, além da comunidade esportiva e da população em geral, para proporcionar uma experiência memorável a espectadores, voluntários e, especialmente, atletas.

O Comitê Rio 2016 espera que as organizações esportivas obtenham o máximo proveito dos Jogos e, por outro lado, também ajudem a realizá-los. Para isso, o Rio 2016 precisa garantir que as organizações esportivas, que geralmente possuem patrocinadores e apoiadores, não se associem aos Jogos de forma indevida, prejudicando os investimentos e os direitos exclusivos dos patrocinadores oficiais dos Jogos Rio 2016.

Muitos aspectos fundamentais da operação dos Jogos Rio 2016 ocorrem graças ao investimento dos parceiros oficiais. Para que estes parceiros continuem apoiando o Movimento Olímpico e Paralímpico, o Comitê Rio 2016 deve garantir que seus direitos exclusivos sejam preservados.

Este documento fornece às organizações esportivas orientações sobre o que é e não é permitido ao se utilizar as marcas oficiais Rio 2016. Contamos com a colaboração de todos envolvidos e nos colocamos à disposição para qualquer esclarecimento.

Obrigado.

Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016

2

Por que precisamos proteger as marcas oficiais dos Jogos Rio 2016

Parcela muito significativa dos recursos financeiros que sustentam o planejamento, a organização e a operação dos Jogos Rio 2016 é proveniente da venda de produtos licenciados, ingressos e, principalmente, do investimento dos patrocinadores oficiais. Estes patrocinadores recebem, em troca, os direitos de uma associação exclusiva com os Jogos Rio 2016, que se dá especialmente através da utilização das marcas oficiais Rio 2016.

Assim, para que o Comitê Rio 2016 possa garantir a própria realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos, ele precisa garantir também a preservação dos direitos exclusivos dos patrocinadores de explorar as marcas oficiais Rio 2016 com propósito comercial.

Para mais detalhes sobre o orçamento dos Jogos Rio 2016, acesse: www.rio2016.com.br/transparencia/orcamento

3

Os parceiros oficiais dos Jogos Rio 2016

Os Jogos Rio 2016 possuem diversos parceiros comerciais que ajudam a viabilizar o evento através do aporte financeiro e do emprego de suas tecnologias, expertises, gestão de negócios etc.

Parceiros oficiais Rio 2016

PATROCINADORES OLÍMPICOS MUNDIAIS WORLDWIDE OLYMPIC PARTNERS



PATROCINADORES OFICIAIS OFFICIAL SPONSORS



APOIADORES OFICIAIS OFFICIAL SUPPORTERS



FORNECEDORES OFICIAIS OFFICIAL SUPPLIERS

EF Education First Eventim ISDS Nielsen Nike Manpower Group Symantec Technogym

FORNECEDOR SUPPLIER

EMC



PATROCINADOR PARALÍMPICO MUNDIAL
WORLDWIDE PARALYMPIC PARTNER

Atos

PATROCINADORES OFICIAIS
OFFICIAL SPONSORS



APOIADORES OFICIAIS
OFFICIAL SUPPORTERS



FORNECEDOR OFICIAL
OFFICIAL SUPPLIER

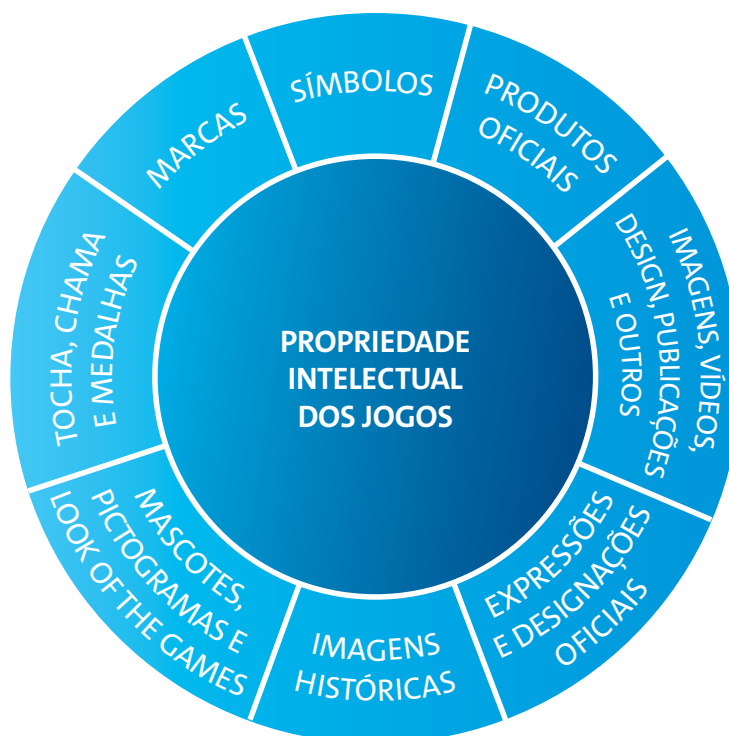
EF Education First Ottobock

Para a relação atualizada dos patrocinadores oficiais dos Jogos Rio 2016, acesse: www.rio2016.org/mais/patrocinadores

4

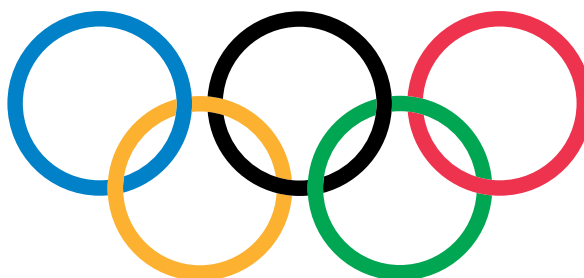
As marcas oficiais

O conjunto de propriedades intelectuais dos Jogos é composto por marcas, símbolos, imagens, vídeos, expressões oficiais, hino, canções, entre outros. Todos estes elementos representam a identidade dos Jogos Rio 2016 e transmitem os valores Olímpicos e Paralímpicos.



4.1 OS SÍMBOLOS OLÍMPICO E PARALÍMPICO

Aros Olímpicos



Símbolo oficial dos Jogos Olímpicos e marca do Comitê Olímpico Internacional (COI). Os cinco aros interligados representam a união dos cinco continentes.

Detalhes em: www.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_1303.pdf

Agitos Paralímpicos



Símbolo oficial do Comitê Paralímpico Internacional (IPC), representado pela figura de três 'agitos', expressão em latim que significa 'Eu movo'. Os três agitos simbolizam a paixão, a inspiração e o entusiasmo da prática do esporte adaptado.

O lema e o credo Olímpico

O lema: 'Altius, Citius, Fortius', palavras em latim que significam: 'Mais alto, mais rápido, mais forte'.

O credo: 'O mais importante não é o triunfo, mas a luta; o essencial não é vencer, mas lutar'.

O lema e o credo Paralímpico

O lema: 'Spirit in motion'; em português: 'Espírito em movimento'.

O credo: 'Permitir que os atletas Paralímpicos conquistem a excelência no esporte inspirando e excitando o mundo'.

As chamas e as tochas Olímpica e Paralímpica

A tradição teve início na Antiguidade, quando os gregos acendiam a chama a partir dos raios solares em Olímpia, berço dos primeiros Jogos Olímpicos. Para cada edição dos Jogos, a chama é carregada na tocha Olímpica desde Atenas até o Estádio Olímpico da cidade-sede, onde permanece acesa numa pira até o encerramento do evento.

Nos Jogos Paralímpicos, a cidade-sede pode escolher onde a chama Paralímpica ficará acesa. Em Beijing 2008, por exemplo, a chama foi acesa no Templo do Céu, onde os chineses ancestrais faziam oferendas aos seus Deuses. Assim como a chama Olímpica, a Paralímpica é transportada através da tocha Paralímpica.

Para detalhes sobre os símbolos Olímpicos e Paralímpicos, acesse:

www.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_1303.pdf

www.paralympic.org/the-ipc-brand

www.cob.org.br

www.cpb.org.br/

4.2 AS MARCAS OFICIAIS DOS JOGOS RIO 2016

Paixão e transformação estão na essência das marcas dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. Paixão que une todos os brasileiros na realização dos Jogos Rio 2016. Transformação no orgulho de construir uma nova realidade de progresso.



Para detalhes sobre as marcas oficiais dos Jogos Rio 2016, acesse:

www.rio2016.com/os-jogos/olimpicos/marca

www.rio2016.com/os-jogos/paralimpicos/marca

4.3 AS MARCAS OFICIAIS DO COMITÊ OLÍMPICO BRASILEIRO E DO COMITÊ PARALÍMPICO BRASILEIRO



O símbolo do Comitê Olímpico Brasileiro (COB) une os aros Olímpicos a uma representação da bandeira do Brasil. O COB representa o país perante o COI e é responsável pelo envio das delegações brasileiras aos Jogos Sul-americanos, Pan-americanos e Olímpicos, assim como pela difusão dos ideais Olímpicos no Brasil.



É a marca da delegação brasileira em Jogos Olímpicos, da Juventude, Pan-americanos, Sul-americanos e da Lusofonia. A marca é composta por dois elementos, logotipo e símbolo, unidos dentro de um escudo. O logotipo é a representação tipográfica do Time Brasil, cuja fonte exclusiva foi desenvolvida pela Nike, enquanto o símbolo traz a bandeira nacional e os aros Olímpicos.



O símbolo do Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB) une os 'Agitos' a uma representação da bandeira do Brasil. O CPB representa e lidera o movimento Paralímpico brasileiro, buscando a promoção e o desenvolvimento do esporte de alto rendimento para pessoas com deficiência. Cabe à entidade organizar a participação do Brasil no Jogos Paralímpicos, competições continentais e mundiais.

4.4 MARCAS NOMINATIVAS

Além dos símbolos e marcas, há uma série de designações que criam associação direta com os Jogos Rio 2016 e, por isso, também têm seu uso restringido aos detentores de direito. Estas expressões são denominadas 'marcas nominativas' e estão registradas mundialmente em nome do COI, IPC e do Comitê Rio 2016.

São exemplos das marcas nominativas (estendidos às suas abreviações, traduções e variações):

Jogos Rio 2016

Jogos Olímpicos e Paralímpicos

Jogos Olímpicos

Jogos Paralímpicos

Jogos Olímpicos Rio 2016

XXXI Jogos Olímpicos

Rio Olimpíadas

Rio Olimpíadas 2016

Rio Parolimpiádas 2016

Rio Parolimpiádas

Rio 2016

4.5 PRODUTOS OFICIAIS

O Programa de Licenciamento dos Jogos Rio 2016 difunde as marcas dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 por todo o país, tornando palpável a todos os brasileiros a experiência do maior evento esportivo do planeta.



4.6 PUBLICAÇÕES, IMAGENS E VÍDEOS

Possuem os seus direitos autorais protegidos: filmes, apresentações, imagens, trabalhos musicais, artísticos e de design criados pelo Comitê Rio 2016 ou outras autoridades Olímpicas e Paralímpicas oficiais que tenham relação com os Jogos.

Brasil garra
Esporte Rio2016™
força gol



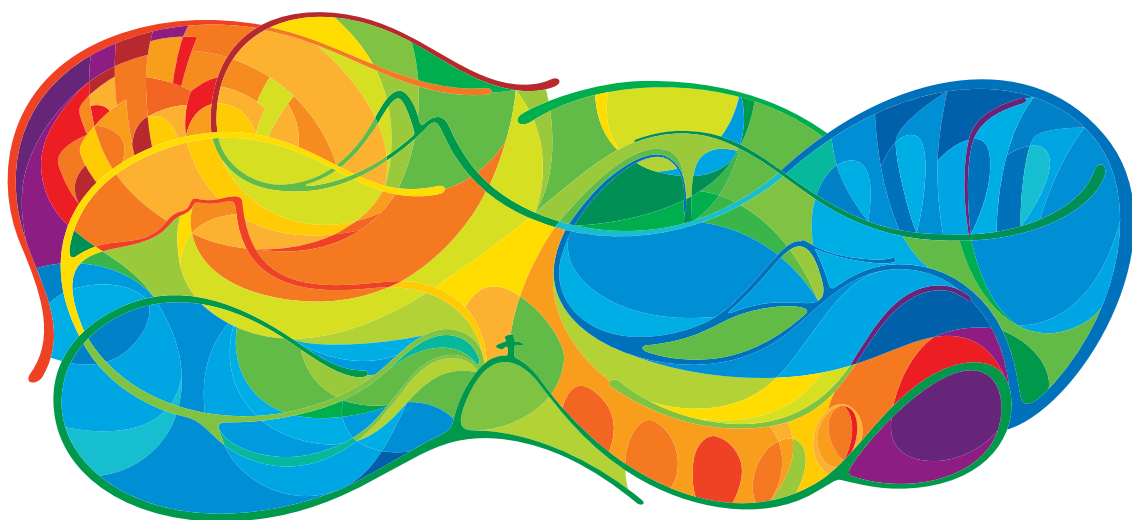
Fonte Rio 2016 e vídeo 'O salto de uma cidade'

4.7 OUTROS ELEMENTOS GRÁFICOS

A cada edição dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos, são criados elementos gráficos de comunicação, como os pictogramas, símbolo das disciplinas esportivas, e o look dos Jogos, arte sobre a qual está baseada toda a identificação visual do evento.



Pictogramas Rio 2016



Look dos Jogos Rio 2016

5

Uso das marcas dos Jogos Rio 2016 por organizações esportivas

Somente o Comitê Rio 2016, os patrocinadores e licenciados oficiais e as emissoras de TV detentoras de direito podem utilizar as marcas Rio 2016 com propósito comercial.

Por outro lado, o Comitê Rio 2016 espera que toda a comunidade esportiva brasileira também apoie os Jogos Rio 2016, demonstrando seu entusiasmo através do envolvimento correto com o evento.

O uso sem propósito comercial das marcas Rio 2016 pelas organizações esportivas é autorizado conforme as orientações deste guia.

5.1 COMO SE ENVOLVER DE FORMA CORRETA COM OS JOGOS RIO 2016

O Comitê Rio 2016 recebe diariamente manifestações de apoio aos Jogos Rio 2016 por parte de diversos setores da sociedade. O Rio 2016 agradece e necessita deste engajamento.

Porém, frequentemente estas demonstrações ocorrem através do uso não autorizado das marcas protegidas, especialmente com propósito comercial, o que põe em risco a própria realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos.

Para se envolver de forma correta com os Jogos Rio 2016, as empresas que não são parceiras oficiais do evento devem seguir as recomendações gerais listadas a seguir:

- Consultar a área de Proteção às Marcas sobre o uso das marcas Olímpicas e Paralímpicas pelo e-mail protecaoasmarcas@rio2016.com, através do qual também é possível denunciar qualquer tipo de uso não autorizado.

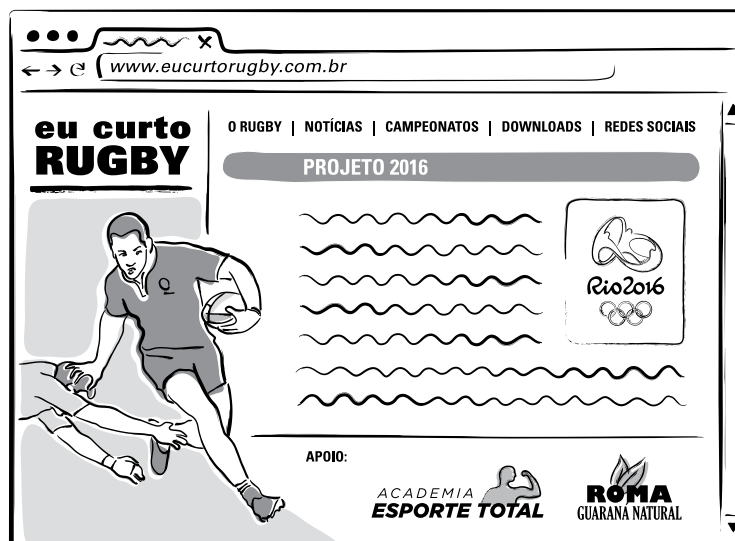


- Usufruir das oportunidades de fornecimento de bens e serviços para o Comitê Rio 2016, disponíveis para consulta no site <http://portaldesuprimentos.rio2016.com/>
- Usufruir das oportunidades de licenciamento de produtos oficiais para os Jogos Rio 2016, disponíveis para consulta no site <http://www.rio2016.org/mais/licenciamento>, ou encaminhar proposta de parceria juntamente com o portfólio de sua empresa para o e-mail licenciamento@rio2016.com.
- Usufruir das oportunidades de emprego do Comitê Rio 2016, disponíveis para consulta no site <http://www.rio2016.com/participe/vagas>.
- Acessar o site Rio 2016 www.rio2016.com para se manter atualizado sobre os diversos programas de parceria disponíveis.

5.2 USO EDITORIAL

É correto o uso das marcas Rio 2016 com propósito editorial ou jornalístico desde que não haja associação ou propósito comercial. Por exemplo: um artigo relacionado aos Jogos Rio 2016 em uma revista ou seção de notícias em uma revista ou site.

As marcas só podem ser aplicadas dentro do artigo cujo tema esteja relacionado aos Jogos Rio 2016 para contextualizar o assunto.



Artigo sobre os Jogos Rio 2016 com oferecimento de publicidade

Os artigos e seções com aplicação das marcas Rio 2016 não podem conter publicidade e/ou marcas comerciais, de modo a evitar uma associação indevida de tais empresas com os Jogos Rio 2016.



Aplicação correta da marca Rio 2016: dentro de um artigo editorial sobre os Jogos Rio 2016 sem associação ou propósito comercial

Caso a organização esportiva possua um projeto editorial no qual pretenda utilizar as marcas Rio 2016 com propósito diferente dos aqui apresentados – por exemplo, um livro sobre os Jogos Olímpicos para venda e/ou distribuição –, é necessário pedir autorização ao Comitê Rio 2016 através do e-mail protecaoasmarcas@rio2016.com.

C O M U N I C A D O




Dia 15 de junho às 15 h

O Clube Rantati convida todos os seus alunos para a palestra do nadador **Jóberson de Souza**, medalhista dos Jogos Paralímpicos de Londres.

Jóberson irá contar a sua história de superação e motivar os jovens atletas para os Jogos Rio 2016.

Oferecimento:






Comunicado com propriedades do Rio 2016 associadas a publicidade

5.3 MANIFESTAÇÃO POPULAR E CULTURAL

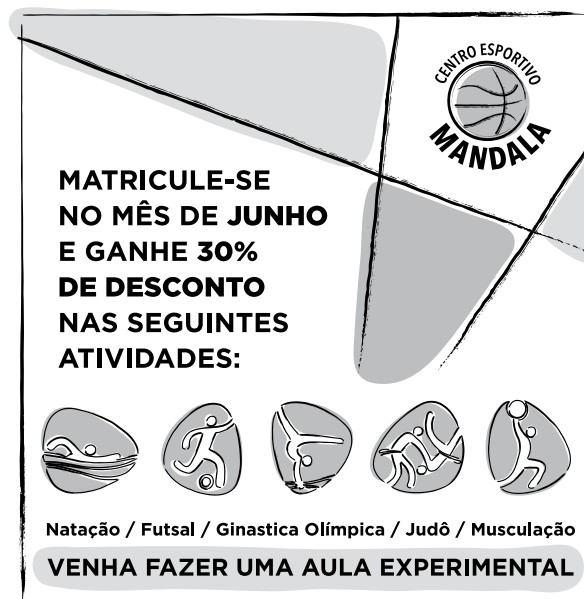
É permitido utilizar as marcas Rio 2016 para expressar opinião e ilustrar manifestação popular e cultural, desde que sem propósito ou associação comercial.



Estudantes de projeto esportivo educacional manifestando apoio aos Jogos Rio 2016

5.4 PROPAGANDA E PROMOÇÃO

Não é permitida a utilização das marcas Rio 2016 associadas a qualquer tipo de propaganda, seja de cunho partidário, religioso ou político, e principalmente para promover produtos e serviços.



Material promocional com as marcas Rio 2016 em propósito comercial

Da mesma forma, não é permitido fazer qualquer tipo de promoção, concurso e/ou loteria com as marcas Rio 2016 que crie associação direta com os Jogos Rio 2016 sem a prévia autorização do Comitê Rio 2016.

Também não é permitido fazer qualquer promoção relacionada aos ingressos dos Jogos, incluindo promoções eletrônicas.



Não é permitido criar dispositivos, aplicativos ou relógios de contagem regressiva (countdown) para os Jogos Rio 2016 sem a prévia autorização do Rio 2016.



5.5 MERCHANDISING E PRODUTOS PROMOCIONAIS

Não é permitido produzir qualquer tipo de peça ou material (camisetas, canecas, pins etc.) para fins promocionais, institucionais e principalmente comerciais com as marcas Rio 2016.



Camisa promocional que utiliza de forma indevida a marca dos Jogos Rio 2016



Caneca com a marca dos Jogos Paralímpicos Rio 2016

5.6 NOMES COMERCIAIS

Não é permitido utilizar as marcas Rio 2016 para dar título a um empreendimento ou estabelecimento comercial.



ACADEMIA
Olímpica



Uso das marcas protegidas para dar nome a um estabelecimento comercial

5.7 NOMES DE DOMÍNIO

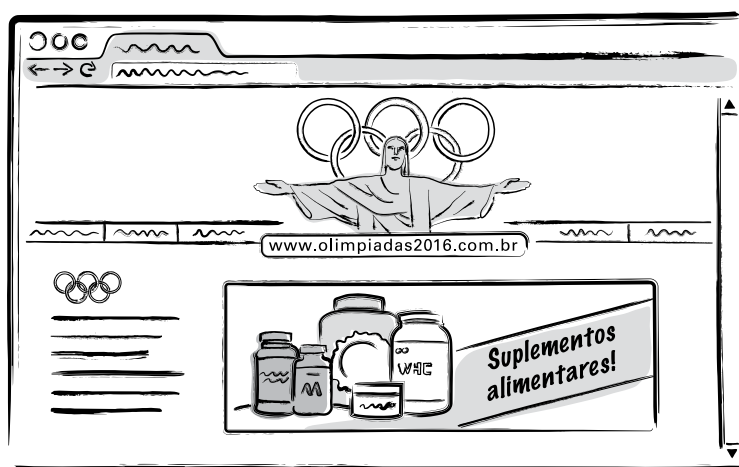
Não é permitido utilizar as marcas oficiais para criar sites e nomes de domínio, especialmente com finalidade comercial.

www.lojaolimpica.com.br

www.ingressosolimpicos.com.br

www.olimpiadario2016.com.br

www.olympicstore.com.br



Nomes de domínio e site

5.8 SITES, BLOGS E REDES SOCIAIS

O site oficial dos Jogos Rio 2016 é www.rio2016.com.

Os Jogos Rio 2016 também possuem perfis e páginas oficiais nas seguintes redes sociais:

www.fb.com/rio2016

www.twitter.com/rio2016

www.youtube.com/rio2016

www.plus.google.com/+Rio2016

www.instagram.com/rio2016



Para blogs e páginas em redes sociais com propósito editorial, jornalístico e de manifestação cultural e popular, é possível utilizar as marcas Rio 2016 de forma ilustrativa e contextualizada, desde que tais páginas não tenham propósito comercial.

Caso tal site possua espaço para anunciantes e estes não forem os patrocinadores oficiais, isto pode sugerir que estas empresas mantêm relação oficial com os Jogos Rio 2016. Para evitar esta associação indevida, a recomendação é não disponibilizar espaços publicitários em sites com o tema dos Jogos Rio 2016. Caso isto não seja possível, é preciso deixar explícito que estas empresas anunciantes não mantêm relação com os Jogos Rio 2016 ou com o Movimento Olímpico e Paralímpico.

Para reforçar esta não associação, é indicado o posicionamento do crédito aos patrocinadores de forma apropriada, distante das marcas Rio 2016, e inserir nota de aviso, conforme o exemplo:

Nota: Estes anunciantes não possuem relação com os Jogos Rio 2016 e são patrocinadores exclusivos deste blog/site.





5.9 EVENTOS, FÓRUNS, WORKSHOPS E CONFERÊNCIAS

Antes dos Jogos Rio 2016, uma série de eventos, conferências e workshops serão organizados envolvendo os temas ‘Rio 2016’, ‘Olímpico’, entre outros.

O Comitê Rio 2016 incentiva debates em torno dos Jogos Rio 2016. Porém, como fonte oficial de informações sobre o evento, é dever do Comitê Rio 2016 garantir que tais conferências, seminários e workshops sejam conduzidos da forma correta, sem infringir qualquer direito dos parceiros oficiais.

A seguir, estão listadas algumas diretrizes para a realização de eventos e seminários com a temática dos Jogos Rio 2016.

- O Comitê Rio 2016 é a fonte oficial de informações sobre a organização dos Jogos Rio 2016. Portanto, para conhecer a agenda dos eventos oficiais, acesse o site www.rio2016.com.
- Não utilize as expressões oficiais protegidas – como “Olímpico” ‘Olimpíadas’, ‘Jogos Olímpicos’, ‘Rio 2016’ etc. – para dar título ao seu evento, de modo a evitar uma associação indevida com os Jogos Rio 2016. Por exemplo: ‘Seminário Olímpico’ ou ‘I Fórum de Discussão sobre Empregos para o Rio 2016’.
- Não é permitido utilizar marcas, símbolos ou qualquer propriedade protegida no material do evento sem a prévia autorização do Comitê Rio 2016.



Não utilize o tema dos Jogos Rio 2016 para promover seus produtos ou serviços através de eventos e seminários

- Todo o material produzido para e sobre o evento com o tema dos Jogos Rio 2016 deve conter um aviso explicitando o não envolvimento ou a não responsabilidade do Comitê Rio 2016. Por exemplo: *'Este não é um evento oficial dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 e está sendo organizado de forma independente por...'*

5.10 INGRESSOS

Os ingressos dos Jogos Rio 2016 também são propriedades protegidas do Comitê Rio 2016, portanto não é permitida qualquer forma de promoção, concurso ou venda por terceiros não autorizados.

Somente o Comitê Rio 2016 e seus terceiros autorizados podem vender os ingressos dos Jogos Rio 2016 no Brasil. Uma lista dos revendedores autorizados será divulgada no site Rio 2016 no momento oportuno.

6

As confederações nacionais e os atletas

Algumas organizações e instituições podem tentar tirar proveito do relacionamento comercial (parceria e patrocínio) que possuem com as confederações esportivas nacionais e os atletas. Porém, tal ação pode prejudicar os investimentos dos patrocinadores oficiais destinados tanto aos Jogos Rio 2016 como aos comitês Olímpicos e Paralímpicos nacionais.

Uma série de obrigações e restrições são impostas pelo COI e IPC aos participantes dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos, especialmente no que se refere a atividades comerciais.

Por exemplo: a Carta Olímpica (Olympic Charter) e o Manual do IPC (IPC Handbook) – documentos que carregam os princípios fundamentais a serem adotados, respectivamente, no Movimento Olímpico e Paralímpico – desautorizam os participantes dos Jogos a terem suas imagens exploradas por terceiros no período do evento.

As confederações Olímpicas e Paralímpicas nacionais associadas aos comitês Olímpico e Paralímpico nacionais possuem, consequentemente, as mesmas limitações e obrigações em relação à proteção às marcas.

A Carta Olímpica e o Manual do IPC estão disponíveis em:

www.olympic.org/Documents/olympic_charter_en.pdf

www.paralympic.org/TheIPC/HWA/Handbook

6.1 ACORDO DA DELEGAÇÃO

Todos os atletas, técnicos e membros oficiais da delegação brasileira que participam de qualquer edição dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos precisam assinar um acordo com o COB e o CPB. Este acordo renova as obrigações que os integrantes da delegação brasileira têm com a Carta Olímpica, Manual do IPC, entre outros.

6.2 ACORDO DE ENTENDIMENTO DAS CONFEDERAÇÕES NACIONAIS

Por ocasião da candidatura do Rio de Janeiro à sede dos Jogos de 2016, todas as confederações Olímpicas e Paralímpicas nacionais assinaram ‘acordos de entendimento’, dando garantias de cooperação e suporte ao evento. Uma das cláusulas diz respeito ao engajamento e conscientização de seus colaboradores e patrocinadores quanto a questões de proteção às marcas e combate ao marketing de emboscada.

7

Uso de imagens de atletas da delegação brasileira em propagandas

A Regra 40 da Carta Olímpica limita a participação dos atletas que competem nos Jogos Olímpicos em campanhas publicitárias durante o evento. A regra determina que:

“Exceto com a permissão do Comitê Olímpico Internacional, nenhum competidor, treinador, árbitro ou qualquer pessoa que integre oficialmente a delegação do país pode permitir que sua imagem, seu nome ou desempenho seja utilizado para fins de propaganda durante os Jogos Olímpicos”.

Fonte: www.olympic.org/Documents/olympic_charter_en.pdf

8

Patrocinadores das organizações esportivas

Os patrocinadores das organizações esportivas possuem direitos de se associar a tais instituições, seus times e eventos. Porém, para se associar aos Jogos Rio 2016, ao COB, CPB e Time Brasil, estas empresas têm que ser, também, patrocinadoras oficiais dos Jogos Rio 2016. Se não o forem, devem respeitar as seguintes orientações:

- A delegação brasileira nos Jogos Rio 2016 é composta, somente, pelo Time Brasil. Todos os esportes e disciplinas estão unidos sob esta denominação. Não há, por exemplo, 'Time Olímpico de Ciclismo' ou 'Time Paralímpico de Bocha'; todos são 'Time Brasil'.
- Organizações esportivas que possuem programas ou projetos de apoio a algum atleta ou esporte específico não podem criar uma associação com os Jogos Rio 2016, devendo explorar apenas a relação com o atleta ou esporte e sem utilizar expressões como 'atleta Olímpico' ou 'atleta Paralímpico'.
- Patrocinadores das organizações esportivas não devem se referir aos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 em qualquer material promocional ou propaganda.
- Os patrocinadores devem deixar claro em suas campanhas e material promocional que são patrocinadores da organização esportiva.
- Os patrocinadores das organizações esportivas podem escrever artigos, declarações à imprensa e similares de forma factual ou em uma declaração de fatos sobre os Jogos Rio 2016. Porém, a declaração de fatos não pode criar associação destas empresas com os Jogos Rio 2016. Por exemplo: um anúncio informando que dez atletas atingiram o índice de qualificação Olímpica no mundial de levantamento de peso.

Altoporte Seguros S.A.



**Ajudando o
Rugby Brasileiro
a correr forte em 2016!**



Propaganda de patrocinador da equipe de rugby sugerindo associação com os Jogos Rio 2016

Altoporte Seguros S.A.



**Ajudando
o Rugby Brasileiro
a avançar mais rápido!**



Propaganda de patrocinador da equipe de rugby sem referência aos Jogos Rio 2016

9

Uso das marcas nominativas por terceiros e em atividades comerciais

Mesmo que na forma de declaração de fatos ou editorial, as marcas nominativas não podem ser utilizadas com propósito comercial. O patrocinador de um atleta pode fazer uma simples declaração de fatos informando que o mesmo é Olímpico ou Paralímpico e/ou irá competir nos Jogos Rio 2016, em material promocional onde o foco seja o atleta e não a participação dele nos Jogos Rio 2016 e sem destaque para as marcas protegidas.



Janaina Almeida
PALESTRA MOTIVACIONAL
Como superar obstáculos e vencer na vida!

Uma oportunidade para estimular seus funcionários através das histórias de uma bicampeã Paralímpica.

Produção: Barbosa Alves | Contato: (00) 1234567890



Material promocional com foco na atleta e não no fato de ela ser bicampeã Paralímpica



Propaganda com foco no status de 'Olímpico' e não no atleta em si

10

Uso das marcas do Comitê Olímpico Brasileiro e do Comitê Paralímpico Brasileiro

Confederações Olímpicas e Paralímpicas nacionais filiadas ou associadas ao COB ou ao CPB podem utilizar, respectivamente, as marcas do COB e do CPB em templates e sites para identificar este vínculo, desde que respeitando as regras estabelecidas por cada entidade.

Já as marcas do Time Brasil e dos Jogos Rio 2016 não podem ser aplicadas sem a autorização prévia do Comitê Rio 2016.

11

Marketing de emboscada

O COI define marketing de emboscada como qualquer tentativa, intencional ou não, de criar uma falsa e não autorizada associação comercial com os Jogos Olímpicos e Paralímpicos ou com o Movimento Olímpico e Paralímpico. Associar aos Jogos marcas sem qualquer relação com o evento prejudica diretamente os investimentos dos parceiros oficiais.

Campanhas de marketing de emboscada nem sempre utilizam as propriedades protegidas. Pelo contrário: conforme o mercado avança na compreensão sobre as restrições de uso das marcas protegidas, cresce também a busca por elementos alternativos que criem uma associação direta ou indireta – mas ainda assim indevida – com os Jogos Olímpicos e Paralímpicos.

12

As leis que protegem as marcas Rio 2016

Quando uma cidade é oficialmente indicada a sede de uma edição dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos, ela firma, automaticamente, o compromisso de proteger símbolos, valores, a integridade e a imagem do evento. Por isso, há uma série de leis que protegem a propriedade intelectual Olímpica e Paralímpica contra o uso não autorizado, como:

Lei nº 9.279/96 — Lei da Propriedade Industrial, que protege os sinais distintivos visualmente perceptíveis através do registro dos mesmos. Entre os sinais não registráveis como marca estão o “nome, prêmio ou símbolo de evento esportivo (...) oficial ou oficialmente reconhecido, bem como a imitação suscetível de criar confusão, salvo quando autorizados pela autoridade competente ou entidade promotora do evento”. Tal legislação também enumera os crimes contra as marcas, bem como de concorrência desleal.

Lei nº 9.615/98 — Lei do Desporto, também conhecida como Lei Pelé, que, em seus artigos 15 e 87, trata da proteção dos signos Olímpicos e determina que a sua propriedade é exclusiva do Comitê Olímpico Brasileiro (COB).

Tratado de Nairóbi — Refere-se exclusivamente à proteção do símbolo Olímpico, do qual o Brasil é signatário, tendo, inclusive, sido ratificado pela promulgação do Decreto-Lei nº 90.129/84 em nosso país.

Lei nº 9.610/98 — Lei de Direitos Autorais, que regula a proteção das obras intelectuais, que consistem em criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro,

tais como textos de obras literárias, artísticas ou científicas; obras dramáticas; obras coreográficas e pantomímicas; composições musicais; obras audiovisuais, fotográficas, entre outras.

Lei nº 8.078/90 — Código de Defesa do Consumidor, que estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, entre elas, medidas para evitar a veiculação de propagandas que possam induzir o consumidor a erro e/ou confusão.

Normativos específicos editados para os Jogos Rio 2016:

Rio de Janeiro

Ato Olímpico Federal — Lei nº 12.035 /2009

Ato Olímpico Estadual — Decreto Estadual nº 41.839/2009

Ato Olímpico Municipal — Decreto Municipal nº 30.379/2009

Minas Gerais – Belo Horizonte

Ato Olímpico de Minas Gerais — Lei nº 18.184/2009

Ato Olímpico de Belo Horizonte — Lei nº 9.763/2009

Bahia - Salvador

Ato Olímpico da Bahia — Lei nº 11.472/2009

Ato Olímpico de Salvador — Lei nº 7.720/2009

São Paulo

Ato Olímpico do Estado de São Paulo — Lei nº 13.987
(26/03/2010)

Ato Olímpico do Município de São Paulo — Lei nº 14.870/2008

Além disso, todo o conjunto de propriedade industrial é registrado mundialmente. No Brasil, os registros são feitos junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

13

Considerações finais

O Comitê Rio 2016 agradece antecipadamente a colaboração de toda a sociedade no sentido de zelar pela aplicação correta das marcas Rio 2016.

Este é um material de orientação, sem caráter de licença ou de documento legal. Os exemplos aqui contidos têm propósito meramente ilustrativo. Cada caso onde for identificado risco de utilização indevida e não autorizada das marcas Rio 2016 será analisado individualmente, considerando todas as suas circunstâncias.

Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016

Publicado pelo Departamento de Comunicação em outubro de 2014. | Para mais informações, favor entrar em contato: comunicacao@rio2016.com



PATROCINADORES OLÍMPICOS MUNDIAIS
WORLDWIDE OLYMPIC PARTNERS



PATROCINADORES OFICIAIS
OFFICIAL SPONSORS



APOIADORES OFICIAIS
OFFICIAL SUPPORTERS



FORNECEDORES OFICIAIS
OFFICIAL SUPPLIERS

EF Education First Eventim ISDS Nielsen Nike Manpower Group Symantec Technogym

FORNECEDOR
SUPPLIER

EMC

PARCEIROS GOVERNAMENTAIS
GOVERNMENTAL PARTNERS





PATROCINADOR PARALÍMPICO MUNDIAL
WORLDWIDE PARALYMPIC PARTNER



PATROCINADORES OFICIAIS
OFFICIAL SPONSORS



Bradesco



Bradesco
Seguros



APOIADORES OFICIAIS
OFFICIAL SUPPORTERS



FORNECEDOR OFICIAL
OFFICIAL SUPPLIER

EF Education First Ottobock

PARCEIROS GOVERNAMENTAIS
GOVERNMENTAL PARTNERS



10.2014

A reprodução, sob qualquer forma, deste documento é terminantemente proibida, salvo mediante a prévia e expressa (por escrito) autorização do Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. Eventuais autorizações para reprodução deverão ser solicitadas, por via eletrônica, para o endereço **protecaoasmarcas@rio2016.com**



fb.com/rio2016



twitter.com/rio2016



youtube.com/rio2016



plus.google.com/+Rio2016



instagram.com/rio2016

Comitê Organizador dos
Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016
rio2016.com