



rule 40

Commerciële mogelijkheden en regels Milaan 2026 voor topsporters, begeleiders en (potentiële) privésponsors en sponsors van sportbonden.



Dit document is de Nederlandse uitwerking van Rule 40 van het IOC, opgesteld door NOC*NSF, Atletencommissie, NL Sporter en een aantal zaakwaarnemers.

Indien internationale ontwikkelingen leiden tot verdere verruiming van Rule 40, treden partijen met elkaar in overleg met de intentie deze aanpassingen door te voeren.



#wewinnenveelmeetsport



inhoud

-  Algemene informatie 4.
-  (Privé)sponsors en campagnes online aanmelden 13.
-  Voorwaarden en commerciële mogelijkheden olympische sponsors 17.
-  Voorwaarden en commerciële mogelijkheden niet-olympische sponsors: privésponsors en sponsors van sportbonden 27.
-  Contactgegevens 48.





algemene informatie





begrippen

topsporter

dan verstaan we daar ook begeleider(s) onder

IOC

dan geldt hetzelfde voor 'IPC'

Olympische Spelen

dan geldt hetzelfde voor 'Paralympische Spelen'

olympische

dan geldt hetzelfde voor 'paralympische'

privésponsors

dan geldt hetzelfde voor 'sponsors van sportbonden'



wat is Rule 40 en waarom bestaat het?

In Nederland willen we zoveel mogelijk topsporters van TeamNL laten presteren op de Olympische Spelen. Daarom zorgen NOC*NSF, sportbonden en de overheid voor optimale topsportprogramma's en individuele voorzieningen voor topsporters. Denk bij dat laatste aan de stipendiumregeling, maandelijkse kostenvergoeding en auto's.

Sponsors van het IOC, IPC en TeamNL leveren een belangrijke bijdrage in de financiering hiervan. In ruil daarvoor krijgen deze sponsors tijdens en rondom de Olympische Spelen exclusieve rechten. Zo mogen zij gebruik maken van olympische woorden, symbolen en beelden.

Rule 40 beschermt de belangen van de olympische sponsors en beschrijft de mogelijkheden en voorwaarden waaronder topsporters hun privé-sponsors tijdens de olympische periode commerciële mogelijkheden kunnen bieden.



wat is Rule 40 en waarom bestaat het?

“Competitors, team officials and other team personnel who participate in the Olympic Games may allow their person, name, picture or sports performances to be used for advertising purposes during the Olympic Games in accordance with the principles determined by the IOC Executive Board”.

(IOC Olympic Charter Rule 40 bye-law 3)

Volgens Rule 40 is het alle deelnemers aan de Olympische Spelen toegestaan om eigen sponsors te promoten, zolang het gebruik aan de **gestelde voorwaarden** voldoet. Lees daarom dit document zorgvuldig door!



voor wie is Rule 40?

Voor alle topsporters en begeleiders (coaches, trainers) die zijn geaccrediteerd voor deelname aan de Olympische Spelen Milaan 2026, alsook voor sportbonden.

Voor olympische sponsors:

- Sponsors van het IOC: IOC Worldwide Olympic Partners en de Olympic Broadcasting right holders.
- Sponsors van het IPC: IPC Worldwide Paralympic Partners en International Partners.
- Sponsors van NOC*NSF/TeamNL: Partners van de Nederlandse Sport en Suppliers van TeamNL (suppliers hebben beperktere rechten).

Voor niet-olympische sponsors:

- Privésponsors van topsporters en begeleiders.
- Sponsors van sportbonden.

Voor nieuwe sponsors die zich voor langere tijd willen verbinden aan de sport.



in welke periode is Rule 40 van toepassing?

Rule 40 is van toepassing tijdens de zogeheten Olympische- en Paralympische spelen:



- De olympische periode voor Milaan loopt van 29 januari tot en met 25 februari 2026



- De paralympische periode voor Milaan loopt van 26 februari tot en met 18 maart 2026



uitgangspunten en voorwaarden Rule 40

Privésponsors van topsporters mogen gedurende de olympische periode campagnes voeren. Dit geeft de topsporter de mogelijkheid om bestaande relaties met privésponsors te erkennen en privésponsors tegemoet te komen. Ook biedt dit de topsporter kansen om nieuwe privésponsors aan zich te binden.

Voorwaarde voor het voeren van een campagne is dat de topsporter en de privésponsor(s) een bestaande verbintenis hebben óf aantoonbaar de intentie hebben om voor een langere periode een verbintenis aan te gaan.

Wanneer de privésponsor een campagne wil voeren waarvan de topsporter deel uitmaakt, dan moet die campagne indien mogelijk, ruim langer duren dan de olympische periode. In uitzonderlijke gevallen kan hiervan via NOC*NSF worden afgeweken ten gunste van de topsporter en de privésponsor.



uitgangspunten en voorwaarden Rule 40

Na afloop van de Olympische Spelen wordt (de toepassing van) Rule 40 geëvalueerd.

Olympische verwijzingen (beschermde symbolen, beelden en begrippen) zijn alleen te gebruiken door de olympische sponsors van het IOC en NOC*NSF. Privésponsors mogen dit niet.

Campagnes en andere uitingen (reclame, advertenties, activaties etc.) dienen in de Nederlandse taal te zijn en in Nederland plaats te vinden / verspreid te worden. Als de uiting gericht is op Nederland(s publiek), mag de uiting ook in een andere taal dan de Nederlandse.

De privésponsors en de uitingen die zij verspreiden, mogen geen relatie hebben met zaken als tabak, alcohol, drugs, gokken, pornografie of andere immorele zaken.



uitgangspunten en voorwaarden Rule 40

Het leggen van een verband tussen de sportieve prestatie en de dienst of het product van de privéponsor is niet toegestaan.

Als een organisatie of merk gebruik maakt van het portret en/of naam van individuele topsporters moeten met hen afspraken zijn gemaakt over het gebruik hiervan.

Zowel het IOC als NOC*NSF kunnen financiële consequenties verbinden aan het overtreden van Rule 40.



(Privé) sponsors en campagnes online aanmelden





aanmelden sponsor en campagne

Om topsporters en de privésponsors te helpen om te voldoen aan Rule 40, wordt nadrukkelijk verzocht om deze sponsors en campagnes zo spoedig mogelijk, bij voorkeur eind november, maar uiterlijk 15 januari aan te melden bij NOC*NSF. Daarmee kunnen eventuele boetes van IOC of NOC*NSF worden voorkomen.

Voor campagnes die later dan 15 januari worden aangemeld kan niet worden gegarandeerd dat deze tijdig bekeken en – indien nodig – bijgesteld kunnen worden. Het risico op een boete is dan voor de topsporter of privésponsor.

Voor het aanmelden van de privésponsor en de campagne(s) waarin de topsporter voorkomt, wordt een handige online tool ingericht. NOC*NSF zal de gegevens van privésponsors niet gebruiken voor acquisitiedoeleinden.



aanmelden privé-sponsors en campagnes (online tool)

Zoals aangegeven, beschermt NOC*NSF topsporters tegen het maken van fouten met betrekking tot de regels en voorwaarden van Rule 40 en verzoekt NOC*NSF de topsporter nadrukkelijk zijn/haar privé-sponsor(s) aan te melden bij, en campagnes voor te leggen aan, NOC*NSF.

De topsporter kan campagnes aanmelden via de volgende [link](#). Daarmee is het altijd mogelijk om gegevens te wijzigen of sponsors toe te voegen. Ook na de Olympische Spelen van Milaan.

Bij het aanmeldproces voor de accreditatie voor Olympische Spelen wordt de topsporter automatisch door deze online tool geleid.



aanmelden privé-sponsors en campagnes (online tool)

Nadat de privé-sponsor(s) is/zijn aangemeld, wordt de privé-sponsor automatisch geïnformeerd over alle do's en don'ts met betrekking tot Rule 40. Experts van NOC*NSF helpen vervolgens om ingediende campagnes Rule 40 proof te maken. Zo kan de topsporter zich blijven focussen op zijn/haar sportieve prestatie en worden eventuele boetes van het IOC of NOC*NSF voorkomen.

Indien voor een, door NOC*NSF goedgekeurde, campagne of commercial een boete wordt opgelegd door het IOC, betaalt NOC*NSF deze boete.



olympische sponsors

Voorwaarden en commerciële
mogelijkheden olympische sponsors





wie zijn olympische sponsors?

Worldwide Partners



Premium Partners



Official partners (organisatiecomité Milaan 2026)



Official Supporters (organisatiecomité Milaan 2026)

Abeo - Air lquide - Airwave - Arena - DXC Technology - Egis - Enedis - ES Global - Fitness Park - Fnac Darty - RATP Group - Highfield - La Poste - Loxam - Lyreco - Mondo - Myrtha Pools - OnePlan - Optic - 2000 - Ottobock - Randstad - Re-uz - RGS Events - Saint Gobain - Salesforce - SCC - SLX - SNCF - Sodexo Live! - Technogym - Thermo Fisher Scientific - Tourtel Twist - VINCI - Viparis - Westfield





wie zijn olympische sponsors?

NOC*NSF Partners van de Nederlandse Sport (NOC*NSF/TeamNL)



Rabobank



Domeinpartners, suppliers en mediapartners van TeamNL (beperkte rechten)



GAZELLE

Mline

PRINCESS
TRAVELLER



Gillette

global
Making everyone's day brighter



CM.com

RSM

OCEAN

BSR AGENCY

RTL



IMPECO
SPORT & EVENT LOGISTICS | WWW.IMPECO.NL

Zilveren
Kruis

eurostar

FYEO

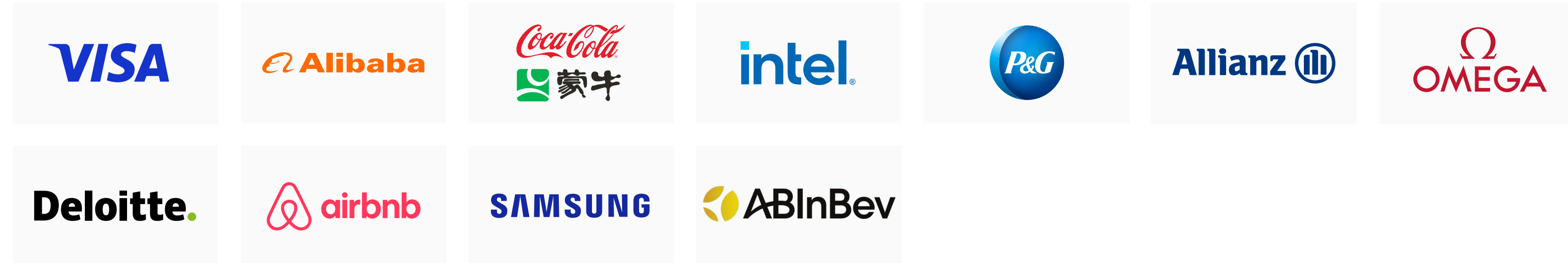
Shuttel

always



wie zijn paralympische sponsors?

Worldwide Partners



Premium Partners



Official Partners



Official Supporters

Abeo - Air lquide - Airwave - Arena - DXC Technology - Egis - Enedis - ES Global - Fitness Park - Fnac Darty - RATP Group - Highfield - La Poste - Loxam - Lyreco - Mondo - Myrtha Pools - OnePlan - Optic - 2000 - Ottobock - Randstad - Re-uz - RGS Events - Saint Gobain - Salesforce - SCC - SLX - SNCF - Sodexo Live! - Technogym - Thermo Fisher Scientific - Tourtel Twist - VINCI - Viparis - Westfield





mogelijkheden voor commerciële uitingen

Het is voor olympische sponsors toegestaan om olympische elementen (symbolen, begrippen en beelden) te gebruiken in campagnes en uitingen. Deze elementen zijn door hen onder vooraf bepaalde voorwaarden te gebruiken in:

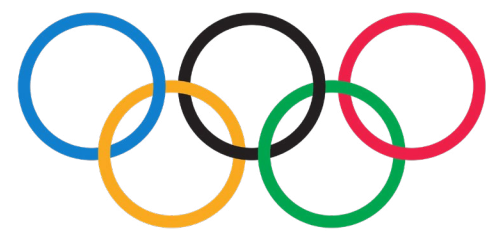
- Bestaande campagnes (waarmee door het toevoegen van olympische elementen wordt ingespeeld op de Olympische Spelen).
- Nieuwe campagnes (waarmee door gebruik van olympische elementen wordt ingespeeld op de Olympische Spelen).
- Advertenties.
- Succeswensen en felicitatieberichten.
- Re-posts van berichten van (andere) topsporters en berichten van het IOC, het Organisatiecomité Milaan 2026, NOC*NSF en TeamNL.



voorwaarden bij het indienen van een campagne

Campagne wereldwijd

- Verplicht voorleggen aan IOC (www.olympic.org).
- De campagne moet gericht zijn op twee of meerdere niet-Nederlandstalige landen, of – naast Nederland – op minimaal één niet-Nederlandstalig land.
- Indienen voor 30 november 2025.
- NOC*NSF is niet verantwoordelijk voor internationale campagnes, maar het is wel raadzaam hierover vooraf contact op te nemen met NOC*NSF.



INTERNATIONAL
OLYMPIC
COMMITTEE



voorwaarden bij het indienen van een campagne

Campagne Nederland

- Met de sponsors van TeamNL/NOC*NSF is afgesproken dat ze hun voorgenomen campagnes van tevoren afstemmen met NOC*NSF.
- Gericht op het Nederlandse publiek.





campagnes door olympische sponsors



- Olympische verwijzingen.
- Gericht op een individuele topsporter.



- Suppliers van TeamNL mogen campagnes voeren, waarbij de olympische verwijzingen product gerelateerd zijn.
- Beschreven in de contracten.



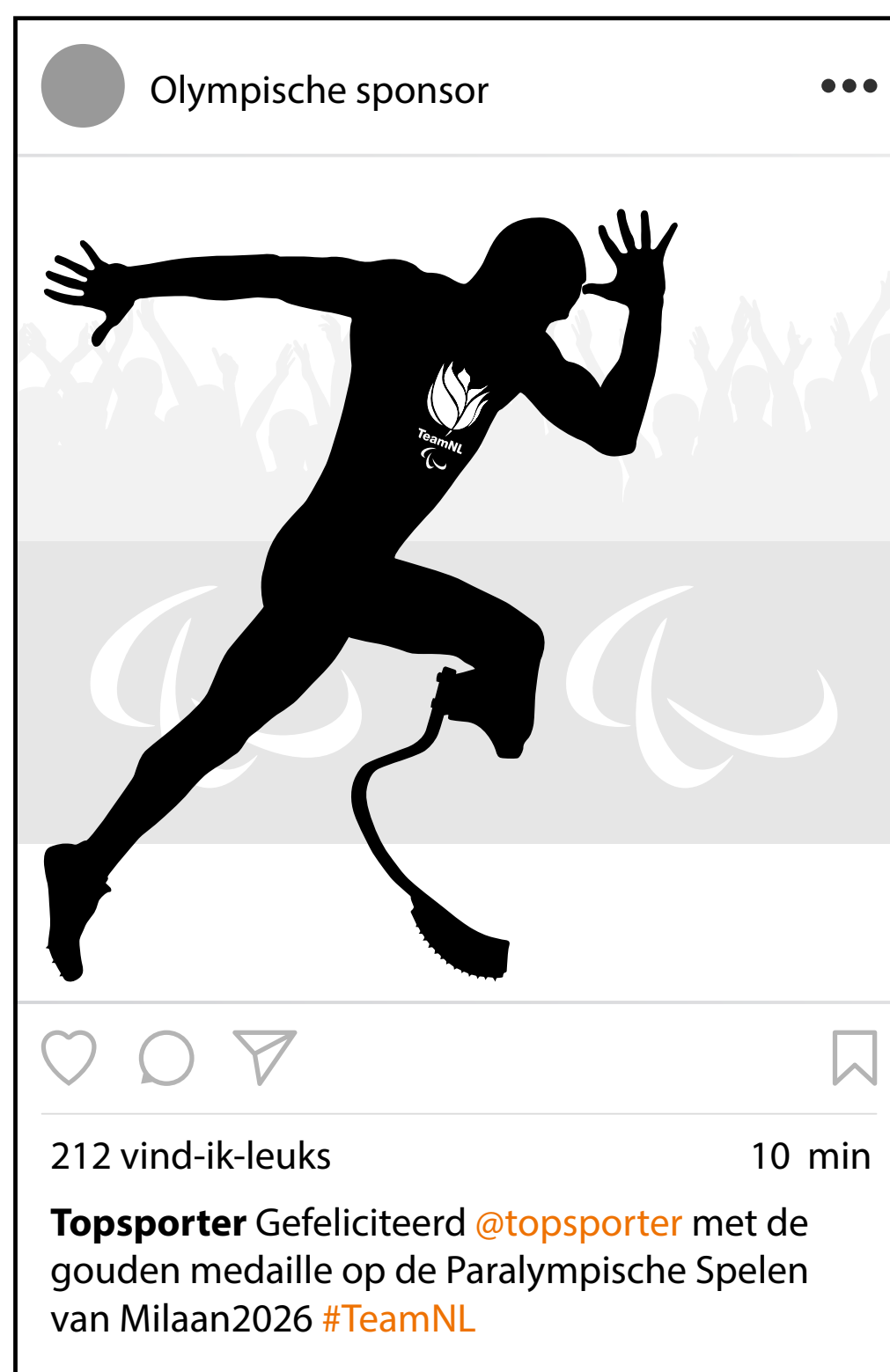
campagnes door olympische sponsors



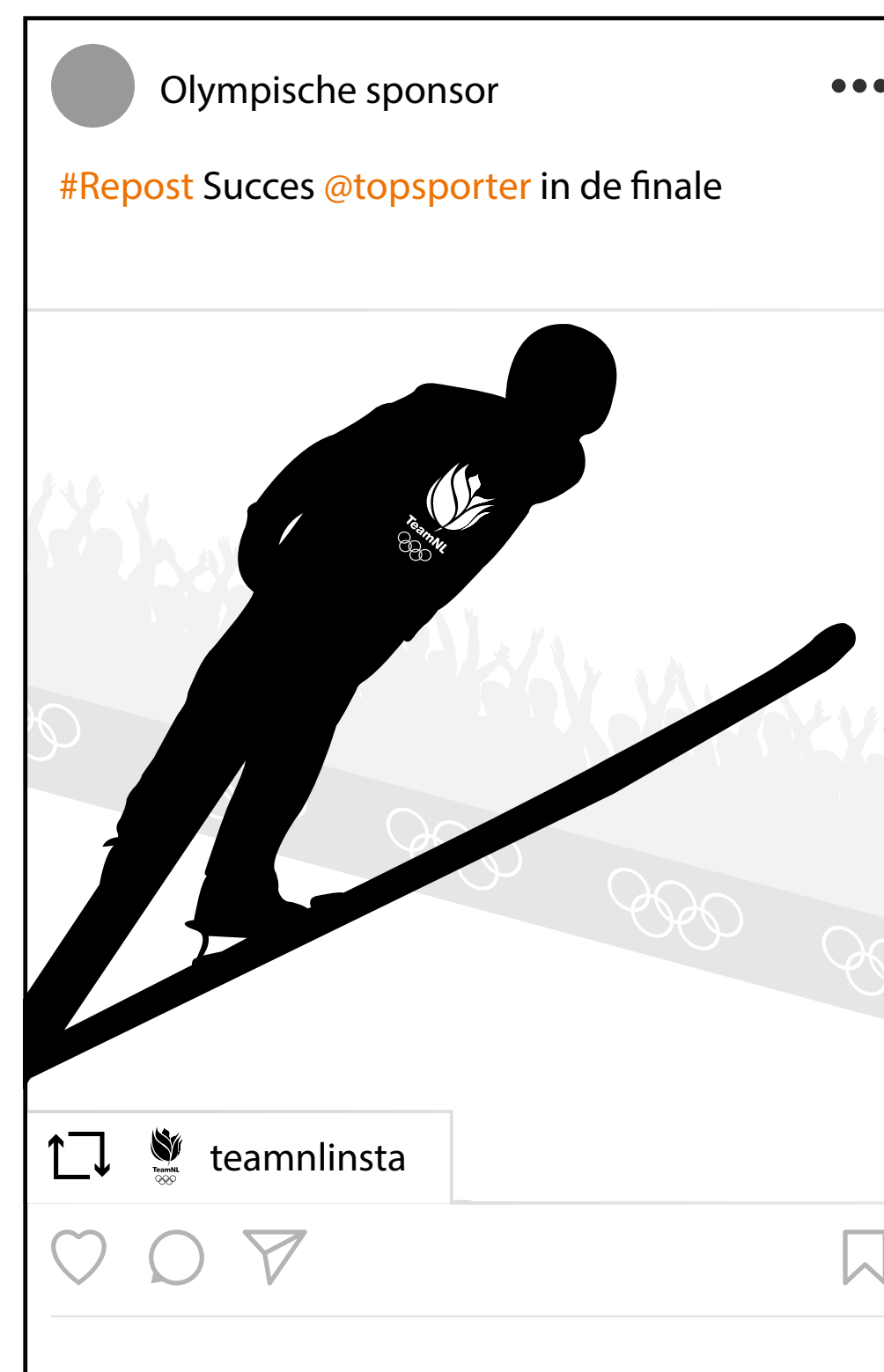
- Een verband tussen het product en/of dienst van de sponsor en de sportieve prestatie van de topsporter.



social media berichten door olympische sponsors



- Succeswensen en felicitatieberichten.
- Met olympische verwijzingen.



- Re-posts van berichten van (andere) topsporters en berichten van het IOC, het Organisatiecomité Milaan 2026, NOC*NSF en TeamNL.



niet - olympische sponsors

Voorwaarden en commerciële mogelijkheden
niet-olympische sponsors: privésponsors en
sponsors van sportbonden





mogelijkheden voor commerciële uitingen

Commerciële uitingen door niet-olympische sponsors, waaronder de privésponsor(s) van de topsporter, moeten altijd voldoen aan de uitgangspunten en voorwaarden van Rule 40:

- De enige verbinding tussen de Olympische Spelen en de campagne of uiting, is het feit dat er gebruik wordt gemaakt van het portret of de naam van de topsporter.
- Een uiting is gericht op de individuele topsporter of een sportteam.
- Een campagne moet, indien mogelijk, ruim langer duren dan de olympische periode.
- Het leggen van een verband tussen de sportieve prestatie en de dienst of het product van de (privé)sponsor is niet toegestaan.

Dit biedt privéponsors de mogelijkheid om:

- Een lopende campagne met de topsporter voort te zetten.
- Een nieuwe campagne met de topsporter te starten.
- Eén groet- of bedankbericht, één felicitatiebericht en één succeswens op social media te plaatsen.
- Redactionele content te plaatsen op de eigen website.



voorwaarden: geen gebruik van olympische symbolen



Niet toegestaan zijn:

Symbolen die de olympische ringen bevatten.



Symbolen met olympische associaties, zoals de mascottes en de olympische venues.





voorwaarden: geen gebruik van olympische elementen (symbolen, logo's en beelden)



Niet toegestaan zijn:

- Olympische kleding.
- Olympische (wedstrijd) foto's en video's.
- Foto's en video's van venues en het olympisch dorp.

Tenzij: de olympische elementen niet te zien zijn of onherkenbaar zijn gemaakt.

Note: Het is ook niet toegestaan om de suggestie te wekken dat het om een uiting gaat van TeamNL of het IOC.



voorwaarden: geen gebruik van Olympische begrippen



Niet toegestaan zijn:

- Olympische Spelen
- Zomer- en winterspelen
- Olympisch
- Olympisch kampioen
- Olympiade
- Milaan 2026 (Milaan los en 2026 los is wel toegestaan)
- Olympisch motto: "Sneller-Hoger-Sterker" / "Citius-Altius-Fortius"
- Hashtags met deze woorden, zoals #Olympic
- Vertalingen zoals: Olympics
- En andere symbolen, ontwerpen, woorden of associaties die verward kunnen worden met de bovenstaande begrippen



voorwaarden: geen verwijzing naar het Nederlandse team



Het is niet toegestaan te verwijzen naar het Nederlands team als geheel.

Niet toegestaan zijn:

- TeamNL
- #TeamNL
- NL-sporters



Wel toegestaan zijn:

- #TeamNL-[tak van sport], dit uitsluitend voor sponsors van sportbonden, niet voor privésponsors
- #[naam topsporter]



Voorwaarden indienen van een campagne

Campagne wereldwijd

- Verplicht voorleggen aan IOC (www.olympic.org).
- De campagne moet gericht zijn op twee of meerdere niet-Nederlandstalige landen, of – naast Nederland – op minimaal één niet-Nederlandstalig land.
- Indienen voor 30 november 2025.
- NOC*NSF is niet verantwoordelijk voor internationale campagnes, maar het is wel raadzaam hierover vooraf contact op te nemen met NOC*NSF.



INTERNATIONAL
OLYMPIC
COMMITTEE



Voorwaarden indienen van een campagne

Campagne Nederland

- Topsporters worden dringend verzocht hun privésponsor(s) en campagne(s) uiterlijk 15 januari 2026 voor te leggen aan NOC*NSF. NOC*NSF beschermt de topsporter tegen het maken van fouten binnen Rule 40 en de financiële consequenties hiervan.
- Gericht op het Nederlandse publiek.
- Indienen uiterlijk 15 januari 2026 (met een uitzondering voor late kwalificaties).





voorbeelden: campagnes

niet-olympische sponsors: privésponsors en
sponsors van sportbonden



- Geen olympische verwijzingen.
- Gericht op een individuele topsporter.
- Dit is een lopende of een nieuwe reguliere campagne, welke ruim langer duurt dan de olympische periode.



- Een verband tussen het product en/of dienst van de sponsor en de sportieve prestatie van de topsporter.
- Een succeswens en felicitatiebericht mag alleen op social media.



voorbeelden: campagnes

niet-olympische sponsors: privésponsors en
sponsors van sportbonden



- Olympische verwijzingen (Milaan 2026).
- Olympische ringen, logo TeamNL etc.
- Olympische beelden (wedstrijdfoto's).
- Gericht op meerdere topsporters.



mogelijkheden social media

- De topsporter mag maximaal 7 groet- of bedankberichten, gericht aan de privésponsor, op social media plaatsen. Als de topsporter meer dan 7 keer uitkomt in de competitie, mag één extra groet- of bedankbericht worden geplaatst per keer dat de topsporter uitkomt in competitie.
- De privésponsor mag gedurende de olympische periode eenmalig één groet- of bedankbericht, één felicitatiebericht en één succeswens op social media te plaatsen.
- Berichten mogen gelijktijdig op verschillende social media kanalen geplaatst worden.
- Het re-posten van berichten van het IOC, het Organisatiecomité Milaan 2026 en NOC*NSF/TeamNL is toegestaan zonder toevoegingen aan het originele bericht.
- Topsporters, privésponsors en sportbonden mogen een origineel bericht maximaal één keer re-posten.



voorwaarden social media

- Berichten en re-posts moeten altijd voldoen aan de uitgangspunten en voorwaarden van Rule 40, dit betekent dat de berichten en re-posts:
 - geen olympische symbolen, logo's en beelden mogen bevatten.
 - niet mogen verwijzen naar olympische sponsors.
 - geen bericht mogen bevatten van olympische sponsors.
 - niet versterkt mogen worden door commerciële teksten, campagnes etc.



social media berichten door topsporters

niet-olympische sponsors: privésponsors en
sponsors van sportbonden



- De topsporter mag gedurende de olympische periode 7 groet- of bedankberichten plaatsen.
- Berichten mogen gelijktijdig op verschillende social media kanalen geplaatst worden.
- Topsporters mogen een origineel bericht van een privésponsor en sportbond maximaal één keer reposten/delen.



social media berichten door topsporters

niet-olympische sponsors: privésponsors en
sponsors van sportbonden



- Het re-posten van berichten van het IOC, het Organisatiecomité Milaan 2026 en NOC*NSF/TeamNL, **zonder** commerciële verwijzing.



social media berichten door topsporters

niet-olympische sponsors: privé-sponsors en
sponsors van sportbonden



- Verwijzing naar de producten en/of diensten van het bedrijf, dit is commercieel gebruik.
- Gebruik olympische symbolen (TeamNL logo).



social media berichten door topsporters

niet-olympische sponsors: privé-sponsors en
sponsors van sportbonden

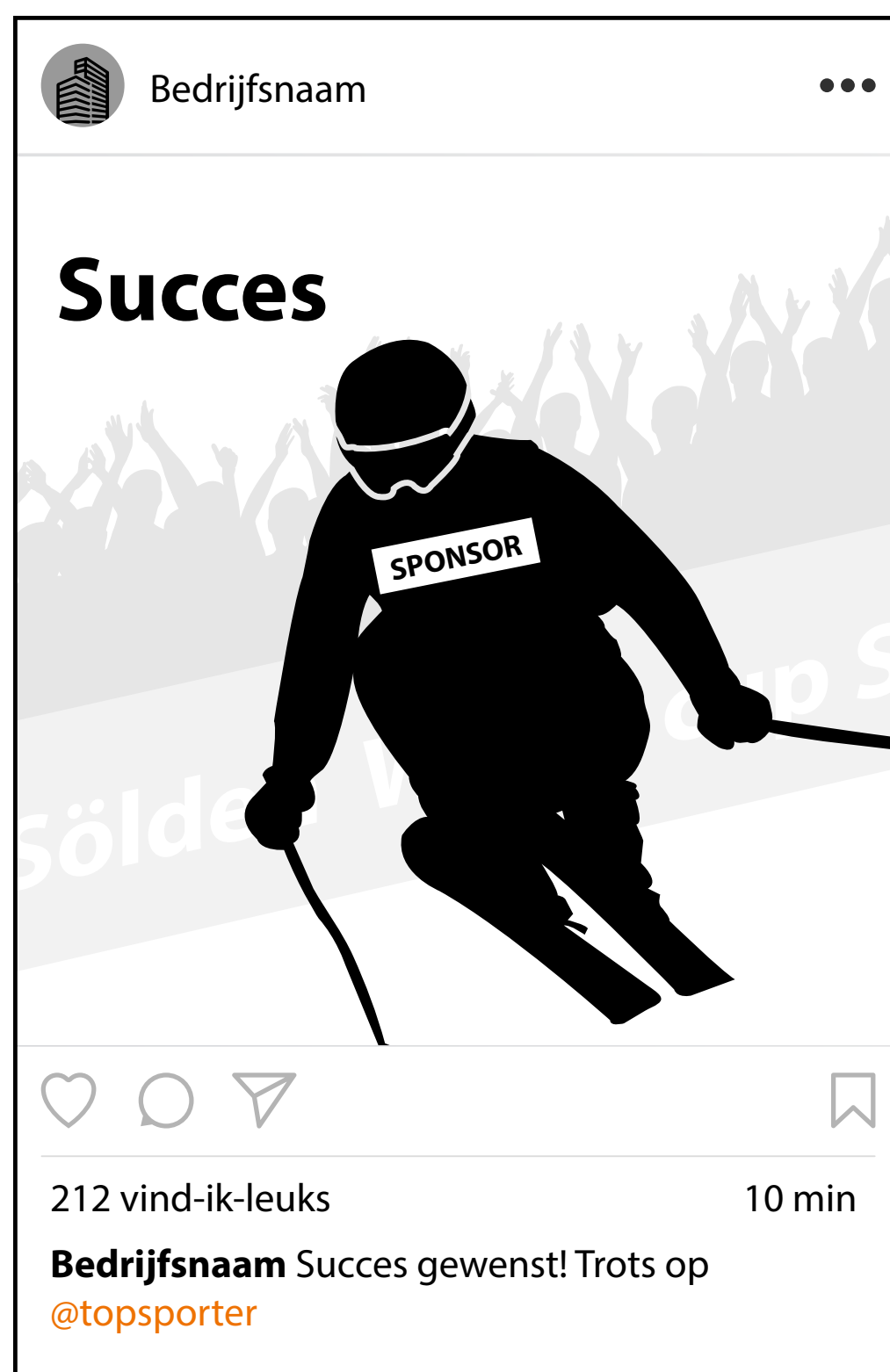


- Een verband tussen het product en/of de dienst van de sponsor en de sportieve prestatie van de topsporter.
- Olympische beelden (wedstrijdfoto in een olympische venue).
- Gebruik Olympische symbolen (TeamNL logo).



social media berichten door privéspansors

niet-olympische sponsors: privéspansors en
sponsors van sportbonden



- De privéspanor mag gedurende de olympische periode eenmalig één succeswens en één felicitatie- en één groet en één bedankbericht aan de topsporter op social media plaatsen.
- Berichten mogen gelijktijdig op verschillende social media kanalen geplaatst worden.
- Privéspanors mogen een origineel bericht van de topsporter maximaal één keer re-posten.



social media berichten door privéspansors

niet-olympische sponsors: privéspansors en
sponsors van sportbonden



- Meerdere succeswensen en/of felicitatie- en/of groet en/of bedankberichten buiten de olympische periode.



- Gericht op meerdere topsporters (een sportteam is wel toegestaan)
- Gebruik van olympische begrippen (Milaan 2026).



social media berichten door privéspansors

niet-olympische sponsors: privéspansors en
sponsors van sportbonden

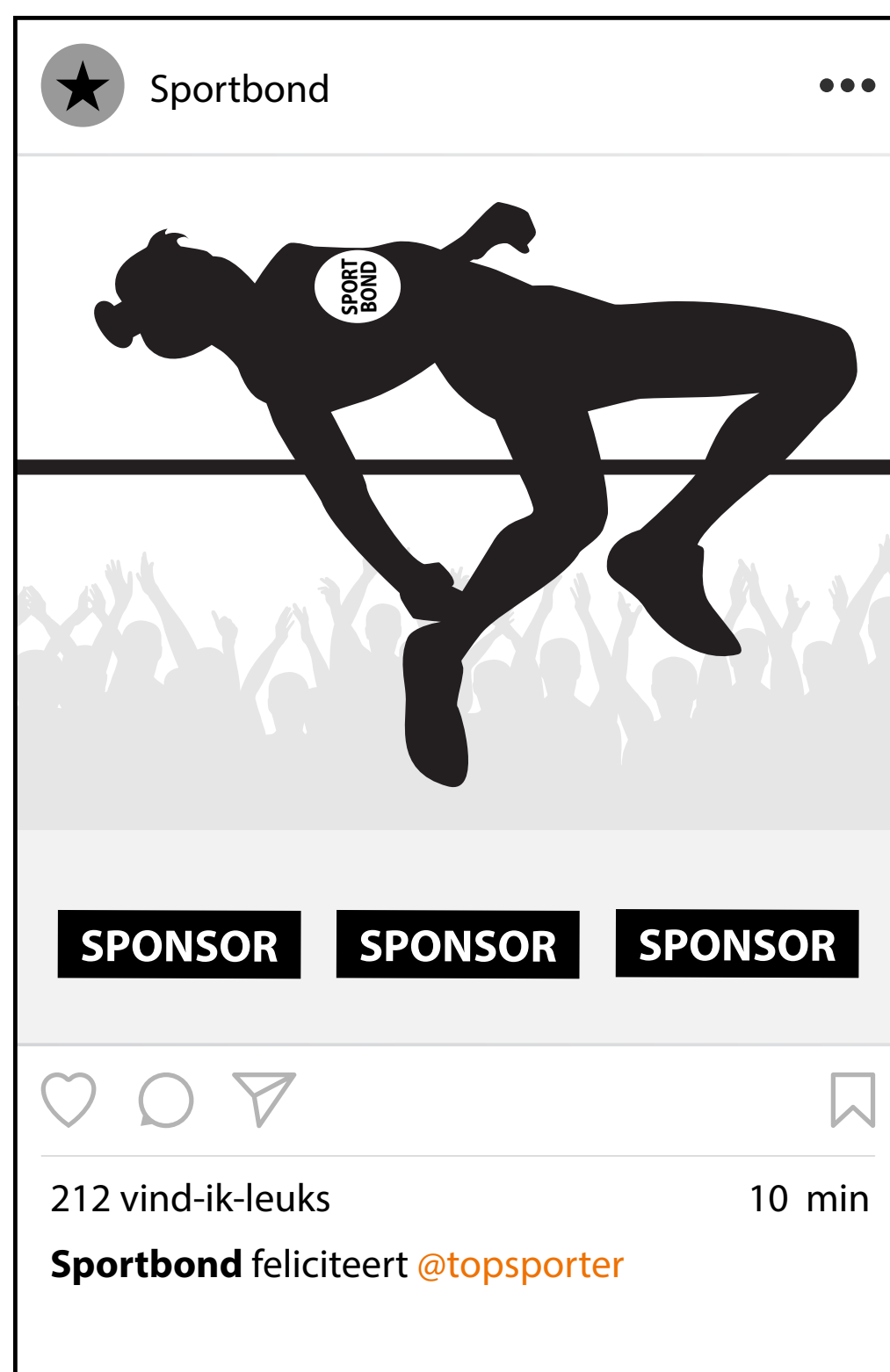


- Verwijzing naar de producten en/of diensten van het bedrijf, dit is commercieel gebruik.
- Gebruik olympische symbolen (TeamNL logo).
- Verwijzing naar het Nederlands team als geheel.



social media berichten door sportbonden

niet-olympische sponsors: privésponsors en sponsors van sportbonden

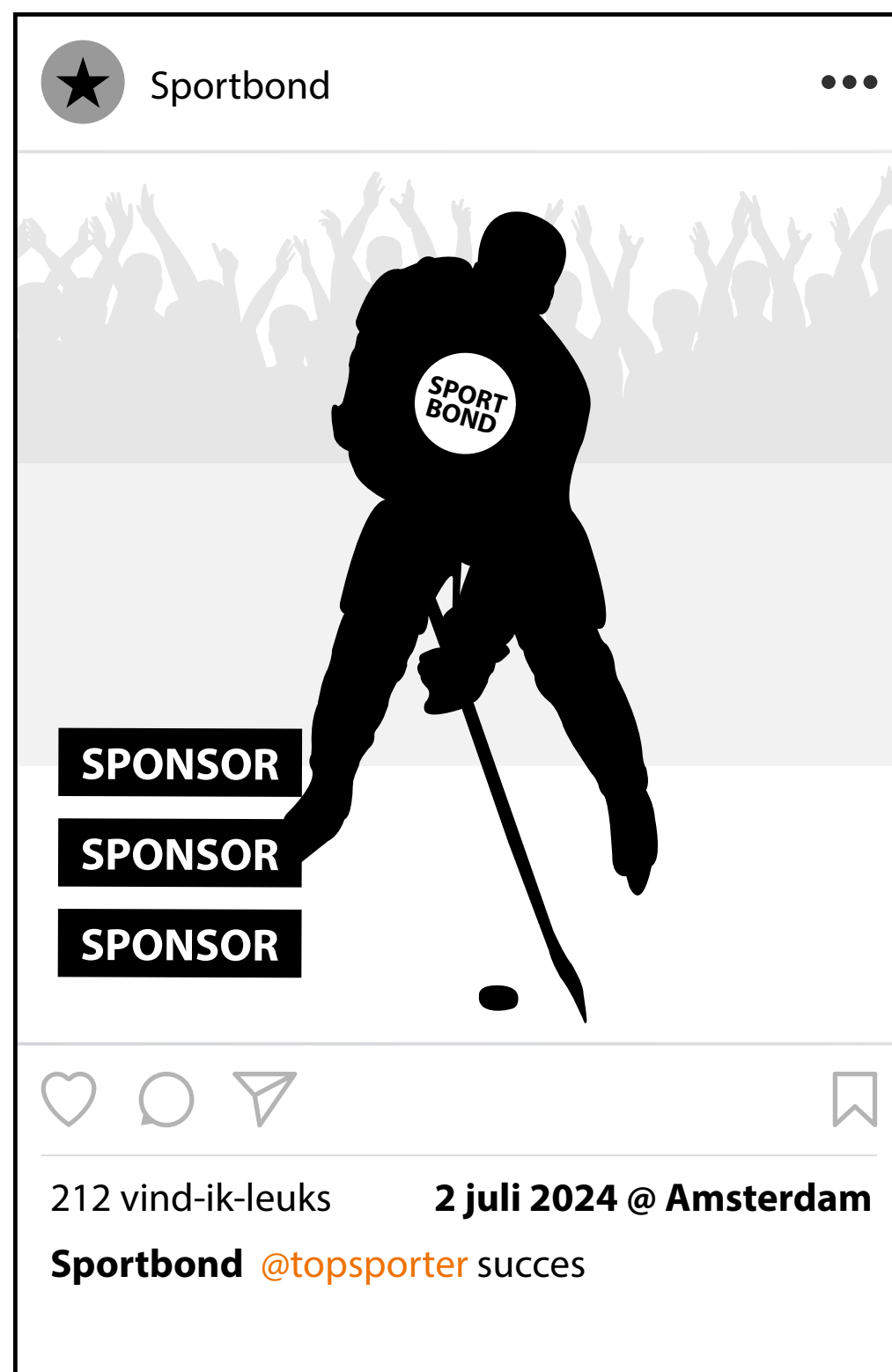


- De sportbond mag gedurende de olympische periode eenmalig één succeswens en één felicitatiebericht aan de topsporter op social media plaatsen, met vermelding van de sponsor(s).
- Berichten mogen gelijktijdig op verschillende social media kanalen geplaatst worden.
- De sporter mag een origineel bericht van de sportbond maximaal één keer re-posten, met vermelding van de sponsor(s).

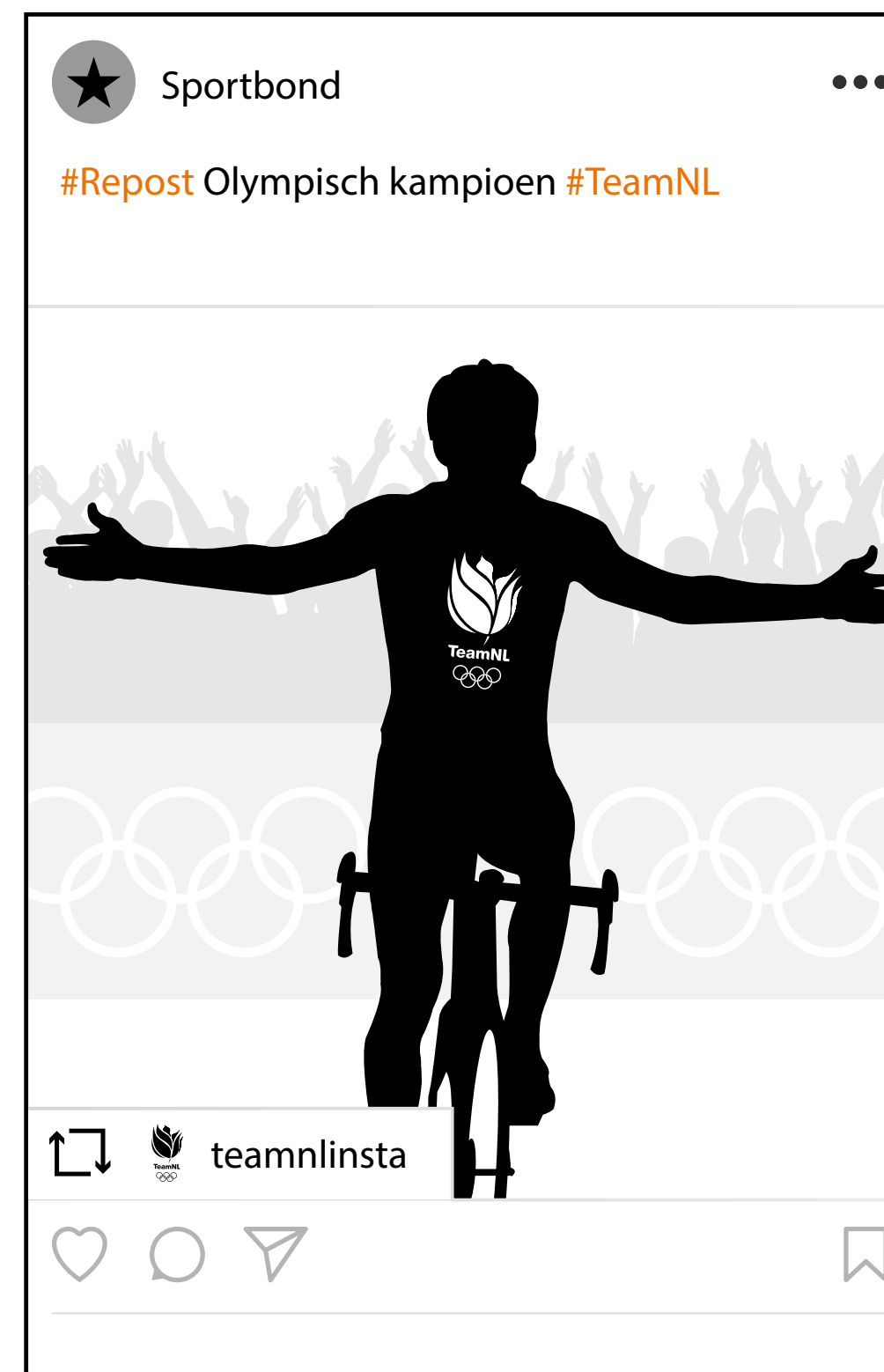


social media berichten door sportbonden

niet-olympische sponsors: privésponsors en sponsors van sportbonden



- Meerdere succeswensen en felicitatieberichten, met vermelding van de sponsor(s), **buiten** de olympische periode.



- Plaatsen of re-posten van berichten zonder commerciële verwijzing (dus zonder vermelding sponsors).

contact

NOC*NSF

vragen?

mail dan naar: marketing@nocnsf.nl

meer informatie?

kijk dan op: www.nocnsf.nl/rule40



Rabobank



#wewinnenveelmetsport

