

## 其他

### [美國]

#### 保護奧運智慧財產權

許多國家都採用永久的立法來保護奧林匹克運動會（以下簡稱奧運）之財產權，雖然奧運的努力已經對立法的實施作出貢獻，然而採取立法措施的國會也明瞭運動和奧運的重要性，相關的財產權必須受到保護。

根據曾經主辦過奧運的國家證明，明確立法是必要的，所謂立法並非僅針對保戶奧運財產權，還包括對付突擊行銷 (ambush marketing) 和廣告規範等。有關奧運的具體立法出現在1976年的加拿大蒙特羅奧運，從2000年雪梨奧運開始每個主辦國都採取了此模式，包括2018年的平昌冬季奧運和2020年的東京奧運也都將比照辦理。

2016年巴西之里約奧運，巴西當局尋求了以下法律來保護奧運之官方標誌：

- 巴西工業產權法 (Law 9,279/96)，該法禁止註冊可能造成混淆的名稱、獎杯或官方體育賽事符號相關的商標，除非經過主管機關授權。
- 貝利法 (Law 9,615/98)，准許巴西奧委會得獨家使用“jogos olímpicos”，“olimpiadas”、“jogos paraolímpicos”、“paraolimpiadas”、旗幟、標語、國歌和奧林匹克標誌，另外還有舞臺權及媒體轉播權，藉此才可報導屬於體育組織的體育賽事或參與相關活動，然而其他媒體仍得以新聞或教育目的報導比賽的內容，但報導的長度僅限於整個比賽時間的3%。
- 巴西著作權法 (Law 9,610/98)，用來保護符號、設計和吉祥物以及其他奧運和殘障奧運相關的工作。
- 巴西奧林匹克法案 (Law 12,035/09)，將法律保護延伸至2016里約奧運及殘奧會相關的所有財產權，聯邦單位負責監控、調查和制止任何非法侵害奧運標誌的行為，該法也禁止任何單位本身或其提供之產品或服務和奧運作關聯，無論是否涉及商業用途，未經授權一概不准。該法也提供地方當局和巴西奧委會一些措施來有效防範突擊行銷和避免未經授權的行銷活動，例如在場館周邊販售門票，這些規定重新修正後已於2016年5月實施。
- 巴西奧林匹克法 (Law 13,284/16)，其定義透過侵擾和聯想的突擊行銷屬於非法行為，該法補充了巴西奧林匹克法案。
- 地方法，由市政府和主辦賽事的各州頒布。
- 內羅畢條約 (Nairobi Treaty)，國際奧委會也從特殊的國際法律辦法中受惠，其保護奧運標誌，該法於1981年通過，由世界智慧財產權組織 (World Intellectual Property Organization, WIPO) 管理，根據內羅畢條約，每個批准的國家都需拒絕或無效奧運標誌之商標登記，並禁止商業用途，除非國際奧委會授權。
- 商標保護，國際奧委會是全球眾多奧林匹克商標財產權的擁有者，雖然這樣看起來合乎邏輯，然而國際奧委會卻等了100年，在1993年以前，許多國家的商標法規定僅有商業公司得註冊商標（包括國際奧委會的所在地瑞士），身為非營利團體，國際奧委會必須等到歐洲法調和與瑞士法修改後才能用自己的名字註冊商標。

資料來源：“Protecting the Olympic Properties,” WIPO, 2016年8月。  
<[http://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2016/04/article\\_0004.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2016/04/article_0004.html)>