

Маркетинговые партнеры Международного олимпийского комитета

1. Под маркетинговыми партнерами Международного олимпийского комитета понимаются российские и иностранные организации, являющиеся официальными спонсорами, поставщиками, лицензиатами Международного олимпийского комитета в рамках организации и проведения Олимпийских игр и Паралимпийских игр, и официальные вещательные компании

Источник: Федеральный закон от 01.12.2007 № 310-ФЗ (редакция от 03.12.2012) "Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"

Источник: <https://alexeyborisov.ru/enc/3321/>