

Статья 3.1. 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.
 2. Официальными вещательными компаниями являются иностранные организации, получившие исключительные права на трансляцию Олимпийских игр и Паралимпийских игр в пределах определенного государства или определенной территории (в том числе права на трансляцию по цифровым или иным каналам связи).
 3. Российскими маркетинговыми партнерами Международного олимпийского комитета являются:
 - 1) российские организации, являющиеся маркетинговыми партнерами Международного олимпийского комитета;
 - 2) филиалы, представительства в Российской Федерации иностранных организаций, являющихся маркетинговыми партнерами Международного олимпийского комитета.
 4. Иностранцами маркетинговыми партнерами Международного олимпийского комитета являются иностранные организации, являющиеся маркетинговыми партнерами Международного олимпийского комитета, за исключением филиалов, представительств в Российской Федерации таких иностранных организаций.
 5. Перечень маркетинговых партнеров Международного олимпийского комитета, в том числе перечень официальных вещательных компаний, утверждается Правительством Российской Федерации.
- (Дополнение статьей - Федеральный закон от 30.07.2010 № 242-ФЗ)