



ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

П Р И К А З

09.10.2019

№ 1322/19

Москва

**О внесении изменений в Методику измерений соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой теле- и радиопрограммы, утвержденную приказом ФАС России от 22 мая 2015 года № 374/15**

В соответствии с частью 12 статьи 14 и частью 11 статьи 15 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2009, № 52, ст. 6430; 2011, № 30, ст. 4566; 2014, № 30, ст. 4265, 4271, № 45, ст. 6148; 2015, № 6, ст. 883; 2018, № 1, ст. 73; 2018, № 28, ст. 4146, № 32, ст. 5118)

п р и к а з ы в а ю:

1. В пункте 3 Методики измерений соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой теле- и радиопрограммы, утвержденной приказом ФАС России от 22.05.2015 №374/15 (зарегистрирован в Минюсте России 17.07.2015 № 38079):

1.1 в абзаце первом слова «плановых или» исключить;



1.2 в абзаце третьем слова «плановых или» исключить.

2. Контроль исполнения настоящего приказа возложить на заместителя руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеварова А.Б.

Руководитель



И.Ю. Артемьев