ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

к проекту федерального закона «О внесении изменений

в статью 19 Федерального закона «О рекламе»

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О рекламе» не потребует дополнительных расходов из федерального бюджета.