

**Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-П
О рекламе**
(с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.01.2018 г.)

Глава 1. Общие положения

Статья 1. Цели Закона

Статья 2. Сфера применения Закона

Статья 3. Основные понятия

Статья 4. Законодательство Республики Казахстан о рекламе

Статья 5. Авторское право и смежные права на рекламу

Глава 2. Общие и специальные требования к рекламе

Статья 6. Общие требования к рекламе

Статья 7. Виды ненадлежащей рекламы

Статья 8. Реклама на теле-, радиоканалах

Статья 9. Реклама в периодических печатных изданиях

Статья 10. Реклама в кино-, видео- и справочном обслуживании

Статья 11. Наружная (визуальная) реклама

Статья 12. Реклама на транспортных средствах

Статья 13. Особенности рекламы отдельных видов продукции (работ и услуг)

Статья 14. Особенности рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг

Статья 14-1. Особенности рекламы товарных знаков и товаров, обозначенных этими знаками

Статья 15. Защита несовершеннолетних при производстве, распространении, размещении рекламы

Статья 16. Сроки хранения материалов, содержащих рекламу

Глава 3. Государственное регулирование в области рекламы

Статья 17. Государственное регулирование в области рекламы

Статья 17-1. Компетенция государственных органов

Статья 17-2. Компетенция местных исполнительных органов

Статья 18. Предоставление рекламной информации

Статья 19. Опровержение

Статья 20. Ответственность за нарушение законодательства Республики Казахстан о рекламе

Статья 21. Порядок введения в действие настоящего Закона

Настоящий Закон регулирует отношения, возникающие в процессе производства, распространения, размещения и использования рекламы на территории Республики Казахстан.

Глава 1. Общие положения

Статья 1. Цели Закона

Целями настоящего Закона являются обеспечение необходимых условий для производства, распространения, размещения и использования рекламы, защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы.

Статья 2. Сфера применения Закона

1. Настоящий Закон распространяется на отношения, возникающие в процессе деятельности физических и юридических лиц, производящих, распространяющих, размещающих и использующих рекламу на территории Республики Казахстан.

2. Настоящий Закон не распространяется на объявления физических лиц, в том числе в средствах массовой информации, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности, а также на политическую агитацию и пропаганду, осуществляемые в соответствии с законодательными актами Республики Казахстан.

Статья 3. Основные понятия

В настоящем Законе используются следующие основные понятия:

Подпункт 1 изложен в редакции Закона РК от 29.12.14 г. № 269-V (введен в действие с 1 января 2015 года) (см. стар. ред.)

1) социальная реклама - информация, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей некоммерческого характера, а также обеспечение интересов государства;

Статья 3 дополнена подпунктом 1-1 в соответствии с Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III; изложен в редакции Закона РК от 29.12.14 г. № 269-V (введен в действие с 1 января 2015 года) (см. стар. ред.)

1-1) реклама - распространяемая и размещаемая в любой форме с помощью любых средств информация, предназначенная для неопределенного круга лиц и призванная формировать или поддерживать интерес к физическому или юридическому лицу, товарам, товарным знакам, работам, услугам и способствовать их реализации;

Статья 3 дополнена подпунктом 1-2 в соответствии с Законом РК от 29.12.14 г. № 269-V (введен в действие с 1 января 2015 года)

1-2) рекламные сооружения - различного рода объемные или плоскостные объекты наружной (визуальной) рекламы, предназначенные для нанесения, размещения или отображения на них рекламного изображения и рекламной информации, в том числе экраны и электронные табло для отображения электронных и видеоизображений;

Статья 3 дополнена подпунктом 1-3 в соответствии с Законом РК от 29.12.14 г. № 269-V (введен в действие с 1 января 2015 года)

1-3) наружная (визуальная) реклама - реклама, размещенная на рекламных сооружениях, на движимых и недвижимых объектах и доступная визуальному восприятию на открытом пространстве в населенных пунктах и в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования;

2) ненадлежащая реклама - недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная и скрытая реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, размещения, установленных законодательством Республики Казахстан;

3) рекламодатель - физическое или юридическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, распространения и размещения рекламы;

4) рекламопроизводитель - физическое или юридическое лицо, осуществляющее приведение рекламной информации к готовой для распространения и размещения форме;

Подпункт 5 изложен в редакции Закона РК от 18.01.12 г. № 546-IV (введен в действие по истечении тридцати календарных дней после первого официального опубликования) (см. стар. ред.)

5) рекламораспространитель - физическое или юридическое лицо, осуществляющее распространение и размещение рекламной информации путем предоставления и (или) использования имущества, в том числе технических средств телерадиовещания и иными способами;

б) потребители рекламы - неопределенный круг физических и (или) юридических лиц, которым предназначается реклама;

7) бегущая строка - способ распространения рекламы, передающейся по телевидению, в кино- и видеообслуживании, который характеризуется последовательным чередованием (передвижением) сочетаний букв, цифр, знаков, составляющих в совокупности определенную информацию, на экранах телевизоров, а также на автономных мониторах - объектах стационарного размещения;

Статья дополнена подпунктом 7-1 в соответствии с [Законом РК от 05.07.11 г. № 452-IV](#) (введены в действие по истечении трех месяцев после его первого официального опубликования); изложен в редакции [Закона РК от 29.12.14 г. № 269-V](#) (введен в действие с 1 января 2015 года) ([см. стар. ред.](#))

7-1) вывеска - информация о роде деятельности физических и юридических лиц, включая средства их индивидуализации, размещаемая в пределах входа в здание по числу входов в него и (или) на входе ограждения занимаемой территории, а также на крышах и фасадах в пределах собственных (арендуемых) зданий, пристроек к ним и временных сооружений физических и юридических лиц в местах реализации товаров, выполнения работ и оказания услуг;

Статья 3 дополнена подпунктом 7-2 в соответствии с [Законом РК от 29.12.14 г. № 269-V](#) (введен в действие с 1 января 2015 года)

7-2) указатель - рекламное сооружение размером до двух квадратных метров включительно, размещенное на земле или опорах контактной сети и освещения, указывающее место нахождения организации, торгового или иного объекта и расположенное в непосредственной близости от него, содержащее информацию о его наименовании, средства его индивидуализации и навигации;

Статья дополнена подпунктом 7-3 в соответствии с [Законом РК от 28.12.17 г. № 128-VI](#)

7-3) телеторговля - публичное предложение на телеканале с целью реализации товаров или оказания услуг.

8) исключен в соответствии с [Законом РК от 29.12.14 г. № 269-V](#) (*введен в действие с 1 января 2015 года*) ([см. стар. ред.](#))

Статья 4. Законодательство Республики Казахстан о рекламе

1. Законодательство Республики Казахстан о рекламе основывается на [Конституции](#) Республики Казахстан, состоит из настоящего Закона и иных нормативных правовых актов Республики Казахстан.

2. Если международным договором, ратифицированным Республикой Казахстан, установлены иные правила, чем те, которые содержатся в настоящем Законе, то применяются правила международного договора.

Статья 5. Авторское право и смежные права на рекламу

Реклама может полностью или частично являться объектом авторского права и смежных прав. Авторское право и смежные права подлежат защите в соответствии с [законодательством](#) Республики Казахстан, а также международными договорами.

Глава 2. Общие и специальные требования к рекламе

Статья 6. Общие требования к рекламе

1. Реклама независимо от формы или используемого средства распространения, размещения должна быть достоверной, распознаваемой без специальных знаний или применения специальных средств непосредственно в момент ее представления.

В пункт 2 внесены изменения в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#) ([см. стар. ред.](#)); пункт изложен в редакции [Закона РК от 28.12.17 г. № 128-VI](#) ([см. стар. ред.](#))

2. Реклама на территории Республики Казахстан (за исключением периодических печатных изданий, интернет-ресурсов, информационных агентств) распространяется на казахском и русском языках, а также по усмотрению рекламодателя и на других языках.

Перевод содержания рекламы не должен искажать ее основной смысл.

На теле-, радиоканалах объем рекламы на казахском языке в интервалах времени через каждые шесть часов, исчисляемых с нуля часов местного времени, не должен быть менее суммарного объема рекламы, распространяемой на других языках.

Объем рекламы на теле-, радиоканалах, за исключением социальной рекламы, на казахском и русском языках, а также по усмотрению рекламодателя и на других языках определяется хронометражем размещаемых рекламных материалов в соответствии с [правилами](#) проведения мониторинга средств массовой информации, утвержденными уполномоченным органом в области средств массовой информации.

Статья 6 дополнена пунктом 2-1 в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#)

2-1. Реклама в периодических печатных изданиях распространяется на языке, закрепленном в свидетельстве о постановке на учет средства массовой информации.

3. Исключен в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#) (*см. стар. ред.*)

4. Не допускается реклама товаров (работ, услуг), запрещенных к производству и реализации в соответствии с [законодательством](#) Республики Казахстан.

Если деятельность, осуществляемая рекламодателем, подлежит [лицензированию](#), то при рекламе соответствующего товара (работ, услуг), а также при рекламе самого рекламодателя необходимо указывать номер лицензии и наименование органа, выдавшего лицензию, кроме рекламы на радио.

5. Запрещается реклама не зарегистрированных в соответствии с [законодательством](#) Республики Казахстан религиозных организаций и духовных учебных заведений.

Статья 6 дополнена пунктом 5-1 в соответствии с [Законом РК от 24.04.15 г. № 310-V](#)

5-1. Запрещается реклама электронного казино и интернет-казино.

6. Реклама не должна использоваться для [пропаганды или агитации насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики Казахстан, подрыва безопасности государства, разжигания социальной, расовой, национальной, религиозной, сословной и родовой розни, культа жестокости и насилия, порнографии](#), а также распространения сведений, составляющих [государственные секреты](#) Республики Казахстан и [иные охраняемые законом тайны](#).

*В пункт 7 внесены изменения в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#) (*см. стар. ред.*)*

7. Реклама не должна возбуждать панику в обществе, побуждать физических лиц к агрессии, а также к иному противоправному действию (бездействию).

8. Ограничения на рекламу устанавливаются настоящим Законом и [другими законодательными актами Республики Казахстан](#).

Статья 6 дополнена пунктом 8 в соответствии с [Законом РК от 29.12.14 г. № 269-V](#) (введен в действие с 1 января 2015 года)

8. В социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических и юридических лицах, за исключением случаев, предусмотренных настоящим пунктом.

Установленные ограничения не распространяются на упоминания о государственных органах, органах местного самоуправления, спонсорах, физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи. В социальной рекламе допускается упоминание о социально ориентированных некоммерческих организациях в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.

В социальной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность упоминания о спонсорах не может превышать три секунды о каждом, в социальной рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - три секунды о каждом и такому упоминанию должно быть отведено не более чем семь процентов площади кадра, а в социальной рекламе, распространяемой другими способами, - не более чем пять процентов рекламной площади (пространства). Указанные ограничения не распространяются на упоминания в социальной рекламе о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи.

Статья 7. Виды ненадлежащей рекламы

1. Недобросовестной является реклама, которая:

1) содержит сравнение рекламируемых товаров (работ, услуг) с товарами (работами, услугами) других физических или юридических лиц, а также высказывания, образы, порочащие их честь, достоинство и деловую репутацию;

2) вводит потребителей в заблуждение относительно рекламируемой продукции посредством копирования фирменного наименования, товарного знака, фирменной упаковки, внешнего оформления товара, формул, изображений и другого коммерческого обозначения, используемых в рекламе другой продукции, либо посредством злоупотребления их доверием;

3) содержит указания или утверждения, использование которых при осуществлении предпринимательской деятельности может ввести в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товара (работ, услуг);

4) дискредитирует, унижает или высмеивает физические или юридические лица, не пользующиеся рекламируемыми товарами (работами, услугами);

Пункт 1 дополнен подпунктом 5 в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#)

5) представляет собой рекламу товаров, запрещенных к рекламе законом Республики Казахстан, если такая реклама осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, запрещенного к рекламе, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

2. Недостоверной является реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения в отношении:

В подпункт 1 внесены изменения в соответствии с [Законом РК от 10.07.12 г. № 31-V \(см. стар. ред.\)](#)

1) таких характеристик продукции, как природа, состав, способ и дата изготовления, назначение, потребительские свойства, условия использования, наличие сертификата соответствия, сертификационных знаков и знаков соответствия национальным стандартам, количество, происхождение;

2) наличия продукции на рынке, возможности ее приобретения в определенном месте;

3) стоимости (цены) продукции и дополнительных условий оплаты на момент распространения и размещения рекламы;

4) доставки, обмена, возврата, ремонта и обслуживания продукции;

5) гарантийных обязательств, сроков службы, сроков годности;

6) предполагаемых результатов применения;

7) исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, продукции, выполняемых работ или услуг;

8) прав на использование государственных символов (герба, флага, гимна), а также символов международных организаций;

9) официального признания, получения медалей, призов, дипломов и иных наград;

10) предоставления информации о способах приобретения полной серии продукции, если она является частью серии;

11) результатов исследований и испытаний, научных терминов, цитат из технических, научных и иных публикаций;

12) утверждений о товарах (работах, услугах), осуществляемой предпринимательской деятельности, дискредитирующих физическое или юридическое лицо, промышленную или торговую деятельность других лиц;

Подпункт 13 изложен в редакции Закона РК от 19.03.10 г. № 258-IV (см. стар. ред.)

13) статистической информации, которая не должна предоставляться в виде, преувеличивающем ее обоснованность;

14) статуса или уровня компетентности производителя, продавца товаров (работ, услуг) или лиц, их рекламирующих.

3. Неэтичной является реклама, которая:

Подпункт 1 изложен в редакции Закона РК от 29.12.14 г. № 269-V (введен в действие с 1 января 2015 года) (см. стар. ред.)

1) содержит текстовую, зрительную, звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали путем употребления оскорбительных слов, сравнений, образов в отношении расы, национальности, языка, профессии, социального положения, возраста, пола, религиозных и политических убеждений физических лиц;

2) порочит объекты искусства, культуры, памятники истории, являющиеся национальным или мировым достоянием;

3) порочит государственные символы, национальную валюту Республики Казахстан или иностранную валюту, религиозные символы.

4. Заведомо ложной является реклама, с помощью которой рекламодатель (рекламопроизводитель, рекламодатель) умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы.

5. Скрытой является реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие, инстинкты в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции, а также в иной продукции, в том числе путем использования специальных видеовставок, двойной звукозаписи и иными способами.

6. Ненадлежащая реклама запрещается.

Статья 8 изложена в редакции Закона РК от 18.01.12 г. № 546-IV (введен в действие по истечении тридцати календарных дней после первого официального опубликования) (см. стар. ред.)

Статья 8. Реклама на теле-, радиоканалах

В пункт 1 внесены изменения в соответствии с Законом РК от 28.12.17 г. № 128-VI (см. стар. ред.)

1. Реклама на теле-, радиоканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, не должна превышать двадцать процентов от общего объема вещания в сутки, за исключением бегущей строки.

Телеторговля на телеканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должна составлять не более пятнадцати процентов от общего объема вещания рекламы в сутки.

Объем телеторговли на теле-, радиоканалах, специализирующихся исключительно на сообщениях рекламного характера, не ограничен.

При трансляции рекламы ее звук не должен быть громче звука транслируемой программы.

2. При использовании рекламы в виде наложений, в том числе способом бегущей строки, ее размер не должен превышать семь с половиной процентов площади кадра и нарушать текстовый или информационный материал в телепрограммах.

3. Запрещается прерывать рекламой, в том числе способом бегущей строки, трансляцию официальных сообщений, выступлений кандидатов в Президенты Республики Казахстан и в депутаты представительных органов, образовательных и религиозных телепрограмм, а также демонстрацию детских телепрограмм, за исключением рекламы, предназначенной для детей и подростков.

4. В дни национального траура реклама на теле-, радиоканалах запрещается.

Статья 9. Реклама в периодических печатных изданиях

Объекты рекламы, ее тематика периодическими печатными изданиями определяются самостоятельно.

Печатные средства, распространяемые по подписке, обязаны в условиях подписки указывать тематическую направленность издания.

Статья 10. Реклама в кино-, видео- и справочном обслуживании

1. Запрещается прерывать рекламой демонстрацию фильма в кино- и видеообслуживании, за исключением перерывов между сериями.

2. При справочном обслуживании реклама предоставляется только после сообщения запрашиваемой информации.

3. При платном справочном, компьютерном и ином обслуживании реклама распространяется только с согласия клиента. Стоимость такой рекламы не должна включаться в стоимость запрашиваемой информации.

Статья 11. Наружная (визуальная) реклама

Пункт 1 изложен в редакции [Закона РК от 19.06.07 г. № 264-III \(см. стар. ред.\)](#); внесены изменения, далее нумерация изменена в соответствии с [Законом РК от 05.07.11 г. № 452-IV \(введены в действие по истечении трех месяцев после его первого официального опубликования\) \(см. стар. ред.\)](#); изложен в редакции [Закона РК от 05.12.13 г. № 152-V \(введены в действие с 1 января 2014 г.\) \(см. стар. ред.\)](#); [Закона РК от 29.12.14 г. № 269-V \(введен в действие с 1 января 2015 года\) \(см. стар. ред.\)](#)

1. Размещение наружной (визуальной) рекламы осуществляется в виде плакатов, транспарантов, флагов, стендов, световых табло, билбордов, стел, указателей, афиш и иными способами отображения и нанесения рекламных изображений и надписей на рекламных сооружениях, на движимых и недвижимых объектах в порядке, предусмотренном [пунктами 2-7](#) настоящей статьи.

Подпункт 1-1 изложен в редакции [Закона РК от 29.12.14 г. № 269-V \(введен в действие с 1 января 2015 года\) \(см. стар. ред.\)](#); [Закона РК от 29.03.16 г. № 479-V \(см. стар. ред.\)](#)

1-1. К объектам наружной (визуальной) рекламы не относятся следующие объекты рекламы, размещаемые физическими лицами (в том числе индивидуальными предпринимателями) и юридическими лицами:

вывеска;

информация о режиме работы;

афиши с репертуаром учреждений культуры, исполнителей и спортивно-зрелищных мероприятий, размещенные в специально отведенных местах;

индивидуализация технических средств обслуживания и транспортных средств;

внешнее или внутреннее оформление витрин и окон для внешнего визуального восприятия следующего характера:

образцы товарной продукции;

средства собственной индивидуализации;

декоративное и праздничное оформление;

информационное табло с указанием видов нефтепродуктов, цен на нефтепродукты, наименования и логотипа продавца, установленное при въезде на автозаправочные станции;

информационный стенд, содержащий сведения о курсах покупки и продажи наличной иностранной валюты в тенге.

1-2. Наружная (визуальная) реклама не должна снижать транспортно-эксплуатационные качества дороги, нарушать требования безопасности движения транспортных средств и охраны окружающей среды, иметь сходство с дорожными знаками и указателями, ухудшать их видимость или эффективность восприятия, ослеплять пользователей дороги.

2. Размещение объекта наружной (визуальной) рекламы допускается при наличии:

В подпункт 1 внесены изменения в соответствии с [Законом РК от 28.12.10 г. № 369-IV \(см. стар. ред.\)](#); [Законом РК от 05.12.13 г. № 152-V \(введены в действие с 1 января 2014 г.\) \(см. стар. ред.\)](#)

1) документа, выдаваемого Национальным оператором по управлению автомобильными дорогами на определенный срок в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан, - при размещении объекта рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования международного и республиканского значения;

См: [Стандарт государственной услуги «Выдача документа на размещение наружной \(визуальной\) рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования международного и республиканского значения» \(приложение 1 к \[приказу\]\(#\) Министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан от 30 апреля 2015 года № 529\)](#)

Пункт дополнен подпунктом 1-1 в соответствии с [Законом РК от 28.12.10 г. № 369-IV](#); изложен в редакции [Закона РК от 13.06.13 г. № 101-V \(см. стар. ред.\)](#)

1-1) разрешения, выдаваемого местными исполнительными органами города республиканского значения, столицы и города областного значения на определенный срок в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан, - при размещении наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в городе республиканского значения, столице и городе областного значения;

1-2) исключен в соответствии с [Законом РК от 29.03.16 г. № 479-V \(см. стар. ред.\)](#)

Пункт дополнен подпунктом 1-3 в соответствии с [Законом РК от 13.06.13 г. № 101-V](#)

1-3) документа, выдаваемого местным исполнительным органом области на определенный срок в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан, - при размещении наружной (визуальной) рекламы на объектах стационарного размещения рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования областного значения;

Пункт дополнен подпунктом 1-4 в соответствии с [Законом РК от 13.06.13 г. № 101-V](#)

1-4) документа, выдаваемого местным исполнительным органом района на определенный срок в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан, - при размещении наружной (визуальной) рекламы на объектах стационарного размещения рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования районного значения;

Пункт дополнен подпунктом 1-5 в соответствии с [Законом РК от 13.06.13 г. № 101-V](#)

1-5) разрешения, выдаваемого местным исполнительным органом района на определенный срок в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан, - при размещении наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в городе районного значения, селе, поселке;

1-6) исключен в соответствии с [Законом РК от 29.03.16 г. № 479-V \(см. стар. ред.\)](#)

Подпункт 2 изложен в редакции [Закона РК от 19.06.07 г. № 264-III \(см. стар. ред.\)](#)

2) разрешения, выдаваемого местным исполнительным органом в соответствии с правилами размещения объектов наружной (визуальной) рекламы в населенных пунктах, утвержденными Правительством Республики Казахстан.

Пункт 3 изложен в редакции [Закона РК от 13.06.13 г. № 101-V \(см. стар. ред.\)](#); [Закона РК от 05.12.13 г. № 152-V \(введены в действие с 1 января 2014 г.\) \(см. стар. ред.\)](#); [Закона РК от 29.03.16 г. № 479-V \(см. стар. ред.\)](#); [Закона РК от 11.07.17 г. № 90-VI \(введено в действие с 1 января 2018 г.\) \(см. стар. ред.\)](#)

См. [редакцию](#) пункта 3, действующую до 1 января 2020 г. для городов районного значения, сел, поселков, сельских округов с численностью населения две тысячи и менее человек

3. За размещение наружной (визуальной) рекламы на объектах стационарного размещения рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, на открытом пространстве за пределами помещений в столице, городах республиканского, областного, районного значения и других населенных пунктах взимается плата в [порядке и размерах](#), установленных налоговым законодательством Республики Казахстан.

Пункт 4 изложен в редакции [Закона РК от 13.06.13 г. № 101-V](#) (см. [стар. ред.](#)); [Закона РК от 07.11.14 г. № 248-V](#) (см. [стар. ред.](#))

4. Уполномоченные органы, определенные пунктом 2 настоящей статьи, обязаны представлять в органы государственных доходов сведения о выданных разрешительных документах на размещение объектов наружной (визуальной) рекламы в городах республиканского значения, столице и городах областного значения в порядке, установленном [налоговым законодательством](#) Республики Казахстан.

5. Запрещается размещение наружной (визуальной) рекламы на территории [памятников истории и культуры](#), культовых объектов, а также на [особо охраняемых природных территориях](#).

В пункт 6 внесены изменения в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#) (см. [стар. ред.](#)); [Законом РК от 05.07.11 г. № 452-IV](#) (введены в действие по истечении трех месяцев после его первого официального опубликования) (см. [стар. ред.](#))

6. Уполномоченные органы, определенные [пунктом 2](#) настоящей статьи, обязаны в течение пяти рабочих дней после получения заявления выдать разрешение на размещение объектов наружной (визуальной) рекламы либо письменный ответ с обоснованным отказом.

7. Размещение наружной (визуальной) рекламы осуществляется на основе договора с собственниками объектов размещения наружной (визуальной) рекламы или с лицами, обладающими иными вещными правами на объекты размещения наружной (визуальной) рекламы, если законами или договором не предусмотрено иное.

Установление фиксированных государственных цен (тарифов) на услуги по размещению наружной (визуальной) рекламы на объектах частной собственности запрещается.

Статья 12. Реклама на транспортных средствах

Распространение, размещение рекламы на транспортных средствах осуществляются с соблюдением [правил безопасности дорожного движения](#) на основании договоров с собственниками транспортных средств и с лицами, обладающими иными вещными правами на транспортные средства, если законом или договором не предусмотрено иное в отношении лиц, обладающих иными вещными правами на это имущество.

См. также: [ГОСТ 31306-2005](#) «Автомобильные транспортные средства. Нанесение рекламы на наружные поверхности. Общие требования»

Статья 13 изложена в редакции [Закона РК от 07.07.06 г. № 171-III](#) (см. [стар. ред.](#)); заголовок дополнен в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#)

Статья 13. Особенности рекламы отдельных видов продукции (работ и услуг)

Пункт 1 изложен в редакции [Закона РК от 19.06.07 г. № 264-III](#) (см. [стар. ред.](#))

1. Запрещается реклама:

- 1) [этилового спирта](#) и [алкогольной продукции](#);
- 2) заменителей грудного молока;

Подпункт 3 изложен в редакции [Закона РК от 29.03.16 г. № 479-V](#) (см. [стар. ред.](#))

3) товаров (работ, услуг), подлежащих обязательному подтверждению соответствия, не прошедших их подтверждение соответствия;

4) табака и табачных изделий;

5) в форме проведения различных мероприятий, в том числе розыгрышей призов, лотерей, направленных на стимулирование спроса и интереса к алкогольной продукции, табаку и табачным изделиям;

Пункт дополнен подпунктом б в соответствии с [Законом РК от 17.01.14 г. № 166-V](#)

б) деятельности [финансовой \(инвестиционной\) пирамиды](#).

Статья 13 дополнена пунктом 1-1 в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#); внесены изменения в соответствии с [Законом РК от 18.06.14 г. № 210-V](#) ([см. стар. ред.](#))

1-1. Запрещается реклама товаров (работ, услуг) с использованием элементов товарного знака или названия, известного как наименование алкогольной продукции, табака и табачного изделия, которые прямо или косвенно предлагают алкогольную продукцию, табак и табачное изделие.

Статья дополнена пунктом 1-2 в соответствии с [Законом РК от 29.03.16 г. № 479-V](#)

1-2. Запрещается реклама организациями, предоставляющими услуги по подтверждению соответствия, не аккредитованными в порядке, установленном [законодательством](#) Республики Казахстан об аккредитации в области оценки соответствия.

2. Исключен в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#) ([см. стар. ред.](#))

Пункт 3 изложен в редакции [Закона РК от 16.07.09 г. № 186-IV](#) ([см. стар. ред.](#))

3. Особенности рекламы медицинских услуг, методов и средств профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, лекарственных средств, медицинской техники и изделий медицинского назначения, биологически активных добавок к пище регулируются [законодательством](#) Республики Казахстан в области здравоохранения.

4. Исключен в соответствии с [Законом РК от 16.07.09 г. № 186-IV](#) ([см. стар. ред.](#))

5. Реклама [служебного оружия](#), а также вооружения, военной техники и продукции двойного назначения, экспорт и импорт которых производится в соответствии с [законодательством](#) Республики Казахстан, допускается только в специальных изданиях, а также на специализированных выставках или ярмарках-продажах. Указанная реклама не должна прямо или косвенно раскрывать технологию производства, способы применения боевого и специального оружия, вооружения, военной техники.

Статья дополнена пунктом б в соответствии с [Законом РК от 21.04.16 г. № 504-V](#)

6. Запрещается реклама строящегося, а также впервые введенного в эксплуатацию жилого дома (жилого здания), не соответствующая его проектной документации и классификации жилых зданий, предусмотренной [государственными строительными нормами и правилами](#).

Статья 14. Особенности рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг

При производстве, распространении, размещении рекламы финансовых (в том числе банковских), страховых, инвестиционных и иных услуг, связанных с использованием денег физических и юридических лиц, а также ценных бумаг, запрещается:

1) приводить в рекламе информацию, не имеющую непосредственного отношения к рекламируемым услугам или ценным бумагам;

2) гарантировать получение дохода и размеры дивидендов по простым акциям;

3) рекламировать ценные бумаги без регистрации эмиссии, а также при приостановлении или признании эмиссии ценных бумаг несостоявшейся;

4) предоставлять любые гарантии или предложения о будущей эффективности (доходности) деятельности, в том числе путем объявления роста курсовой стоимости ценных бумаг;

5) скрывать любое из существенных условий, оговоренных в рекламе, договоров;

В подпункт 6 внесены изменения в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#) ([см. стар. ред.](#))

б) реклама видов предпринимательской деятельности, которая призывает физических лиц получить свою прибыль или выгоду за счет вовлечения других физических лиц в деятельность данного предприятия или покупки товаров данного предприятия;

Статья дополнена подпунктом 7 в соответствии с [Законом РК от 07.07.06 г. № 181-III](#) (введен в действие с 1 января 2007 г.); изложен в редакции [Закона РК от 11.07.09 г. № 183-IV](#) (введен в действие по истечении трех месяцев после его первого официального опубликования) ([см. стар. ред.](#)); [Закона РК от 07.04.16 г. № 487-V](#) (введено в действие по истечении шести месяцев после дня его первого официального опубликования) ([см. стар. ред.](#))

7) реклама жилых домов (жилых зданий) после лишения судом разрешения на привлечение денег дольщиков.

Закон дополнен статьей 14-1 в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#)

Статья 14-1. Особенности рекламы товарных знаков и товаров, обозначенных этими знаками

1. Зарегистрированные в установленном порядке товарные знаки приводятся на языке оригинала.

2. Исключен в соответствии с [Законом РК от 18.06.14 г. № 210-V](#) ([см. стар. ред.](#))

3. Исключен в соответствии с [Законом РК от 18.06.14 г. № 210-V](#) ([см. стар. ред.](#))

Статья 15. Защита несовершеннолетних при производстве, распространении, размещении рекламы

При производстве, распространении, размещении рекламы в целях защиты [несовершеннолетних](#) от злоупотребления их доверием и отсутствием у них опыта не допускаются:

1) дискредитация авторитета родителей, подрыв доверия к ним несовершеннолетних;

2) прямое предложение, призывающее убедить родителей или других лиц приобрести рекламируемую продукцию;

3) прямое указание несовершеннолетним, что обладание той или иной продукцией дает им какое-либо преимущество над другими, а также что отсутствие такой продукции приведет к обратному;

4) размещение в рекламе текстовой, визуальной или звуковой информации, показывающей несовершеннолетних в опасных местах и ситуациях, когда это не оправдано профилактическими целями;

5) визуальное или звуковое использование образов несовершеннолетних в рекламе, не относящейся непосредственно к товарам (работам, услугам) для несовершеннолетних;

6) приуменьшение необходимого уровня навыков использования продукции у несовершеннолетних, за исключением случаев, когда результаты использования продукции показаны или описаны. Реклама должна давать информацию о том, что реально достижимо для несовершеннолетних той возрастной группы, для которой предназначена продукция;

7) создание у несовершеннолетних нереального (искаженного) представления о стоимости (цене) продукции для несовершеннолетних, а также прямое или косвенное указание на то, что рекламируемая продукция доступна для любого семейного бюджета.

Статья 16. Сроки хранения материалов, содержащих рекламу

Рекламодатель, рекламопроизводитель обязаны хранить в течение одного года, рекламодатель - не менее одного месяца со дня последнего распространения, размещения рекламы, материалы или их копии, содержащие рекламу, включая все вносимые в них последующие изменения.

Глава 3. Государственное регулирование в области рекламы

Статья 17. Государственное регулирование в области рекламы

1. Под государственным регулированием в области рекламы понимается устанавливаемый в соответствии с нормативными правовыми актами Республики Казахстан контроль производства, распространения и размещения рекламы.

Государственное регулирование в области рекламы осуществляется соответствующими уполномоченными органами в пределах их компетенции, установленной законодательством Республики Казахстан.

2. Основными целями государственного регулирования в области рекламы являются:

- 1) защита национальных интересов;
- 2) предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, а также рекламы, посягающей на общественные ценности и общепринятые нормы морали и нравственности;
- 3) защита от недобросовестной конкуренции.

Закон дополнен статьей 17-1 в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#)

Статья 17-1. Компетенция государственных органов

Государственные органы в пределах своей компетенции:

- 1) участвуют в разработке нормативных правовых актов о рекламе;
- 2) вносят предложения по совершенствованию законодательства Республики Казахстан о рекламе;
- 3) применяют меры ответственности к нарушителям законодательства Республики Казахстан о рекламе;
- 4) рассматривают обращения физических и (или) юридических лиц по вопросам рекламной деятельности;
- 5) осуществляют контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан о рекламе.

Закон дополнен статьей 17-2 в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III](#); изложена в редакции [Закона РК от 05.07.11 г. № 452-IV](#) (введены в действие по истечении трех месяцев после его первого официального опубликования) (см. стар. ред.); внесены изменения в соответствии с [Законом РК от 29.12.14 г. № 269-V](#) (введен в действие с 1 января 2015 года) (см. стар. ред.); [Законом РК от 29.10.15 г. № 376-V](#) (введен в действие с 1 января 2016 г.) (см. стар. ред.)

Статья 17-2. Компетенция местных исполнительных органов

Местные исполнительные органы города республиканского значения, столицы, районов, городов областного значения:

- 1) выдают разрешения на размещение объектов наружной (визуальной) рекламы в населенных пунктах;
- 2) рассматривают обращения физических и (или) юридических лиц и (или) его филиалов и представительств по вопросам рекламной деятельности;
- 3) осуществляют в пределах своей компетенции контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан о рекламе;
- 4) осуществляют в интересах местного государственного управления иные полномочия, возлагаемые на местные исполнительные органы законодательством Республики Казахстан.

Местным исполнительным органам запрещается принимать нормативные правовые акты по вопросам регулирования наружной (визуальной) рекламы.

Государственный контроль в области рекламы осуществляется в форме проверки.

Проверка осуществляется в соответствии с [Предпринимательским кодексом](#) Республики Казахстан.

Государственный контроль за размещением наружной (визуальной) рекламы осуществляется в иной форме контроля посредством наблюдения с фото- или видеофиксацией фактов размещения наружной (визуальной) рекламы с нарушением требований законодательства Республики Казахстан.

Статья 18. Предоставление рекламной информации

В случае неисполнения требований настоящего Закона рекламодаделец, рекламопроизводитель и рекламодистрибутор по требованию уполномоченных органов обязаны представить документальное подтверждение рекламной информации в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан.

Если рекламодаделец несмотря на предупреждение не изменит свое требование к рекламе либо не представит документальное подтверждение достоверности своей рекламной информации, либо не устранит иные обстоятельства, которые могут сделать рекламу ненадлежащей, рекламопроизводитель и (или) рекламодистрибутор вправе в установленном порядке расторгнуть договор и потребовать полного возмещения убытков, если иное не предусмотрено в договоре.

Статья 19. Опровержение

1. В случае установления факта нарушения законодательства Республики Казахстан о рекламе лицо, допустившее нарушение, обязано немедленно прекратить распространение, размещение такой рекламы и осуществить опровержение в порядке, установленном [законодательством](#) Республики Казахстан. При этом все расходы по опровержению несет лицо, допустившее нарушение.

2. Опровержение осуществляется теми же средствами и способами распространения, размещения с использованием тех же характеристик и параметров продолжительности, пространства, места и порядка, что и опровергаемая ненадлежащая реклама.

3. Если опровержение не осуществлено в установленный срок, то по решению уполномоченного органа опровержение должно быть осуществлено рекламодистрибуторами, которые имеют право обратного требования (регресса) о возмещении понесенных затрат к лицу, допустившему нарушение законодательства Республики Казахстан о рекламе и не осуществившему опровержение в установленный срок.

Статья 20. Ответственность за нарушение законодательства Республики Казахстан о рекламе

В пункт 1 внесены изменения в соответствии с [Законом РК от 19.06.07 г. № 264-III \(с.м. стар. ред.\)](#)

1. Рекламодаделец несет [ответственность](#) за нарушение законодательства Республики Казахстан о рекламе в отношении ее содержания, языка, если не доказано, что это произошло по вине рекламопроизводителя либо рекламодистрибутора.

2. Рекламопроизводитель несет [ответственность](#) за нарушение законодательства Республики Казахстан о рекламе в отношении оформления или производства рекламы.

3. Рекламодистрибутор несет [ответственность](#) за нарушение законодательства Республики Казахстан о рекламе в отношении времени, места и способа распространения, размещения рекламы.

4. Ответственность лиц, указанных в пунктах 1, 2, 3 настоящей статьи, наступает в порядке, предусмотренном законами Республики Казахстан.

Статья 21. Порядок введения в действие настоящего Закона

Настоящий Закон вводится в действие со дня его официального [опубликования](#), за исключением подпункта 1) пункта 1 [статьи 13](#), который вводится в действие с 1 января 2004 года.

**Президент
Республики Казахстан**

Н. НАЗАРБАЕВ