



## О рекламе

Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508.

**Вниманию пользователей!**

**Для удобства пользования РЦПИ создано ОГЛАВЛЕНИЕ**

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.

3. Особенности регулирования онлайн-рекламы устанавливаются Законом Республики Казахстан "Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе".

**Сноска. Статья 2 с изменением, внесенным Законом РК от 10.07.2023 № 19-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).**

#### Статья 3. Основные понятия

В настоящем Законе используются следующие основные понятия:

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;

1-1) средство индивидуализации – обозначение, служащее для различия товаров (работ, услуг), участников гражданского оборота (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и другое);

1-2) реклама – информация, распространяемая и (или) размещаемая в любой форме с помощью любых средств, 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;

1-3) **исключен Законом РК от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования);**

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;

4-1) регулирующие государственные органы в области рекламы – государственные органы, осуществляющие руководство в отдельной отрасли, в которой осуществляется рекламная деятельность;

4-2) уполномоченный орган в области рекламы – центральный исполнительный орган, осуществляющий руководство и межотраслевую координацию в области рекламы;

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;

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

7) бегущая строка – способ распространения рекламы, размещаемой на объектах наружной (визуальной) рекламы или передающейся по телеканалам, в кино- и видеообслуживании, который характеризуется последовательным чередованием (передвижением) сочетаний букв, цифр, знаков, составляющих в совокупности определенную информацию;

7-1) уличная мебель (оборудование) – объекты декоративного характера и практического использования (вазы для цветов, павильоны, беседки, скамьи, урны, остановки общественного транспорта, информационная панель, оборудование и конструкции для игр детей и отдыха взрослого населения), устанавливаемые в населенных пунктах на открытом пространстве за пределами помещений;

7-2) вывеска – информация о наименовании и 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 крышах и фасадах в пределах зданий, пристроек к ним и временных сооружений физических и юридических лиц в местах их фактического нахождения и реализации товаров, выполнения работ и оказания услуг;

7-3) указатель – конструкция размером до двух квадратных метров включительно, размещенная на земле или опорах контактной сети и освещения, указывающая место нахождения организации, торгового или иного объекта и расположенная в непосредственной близости от них, содержащая исключительно информацию об их наименовании, средстве индивидуализации (при наличии) и навигации;

8) исключен Законом РК от 29.12.2014 № 269-V (вводится в действие с 01.01.2015);

9) наружная (визуальная) реклама – реклама, размещенная на объектах наружной (визуальной) рекламы и доступная визуальному восприятию на открытом пространстве за пределами помещений в населенных пунктах, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, на открытом пространстве за пределами помещений вне населенных пунктов и вне полосы отвода автомобильных дорог общего пользования;

10) объект наружной (визуальной) рекламы – сооружения, различного рода объемные или плоскостные конструкции, в том числе экраны и электронные табло, световые конструкции, и иные средства, используемые для распространения и (или) размещения рекламы;

11) телеторговля – публичное предложение на телеканале с целью реализации товаров или оказания услуг.

**Сноска.** Статья 3 с изменениями, внесенными законами РК от 19.06.2007 № 264 ( порядок введения в действие см. ст.2 Закона); от 05.07.2011 № 452-IV (вводится в действие с 13.10.2011); от 18.01.2012 № 546-IV (вводится в действие по истечении тридцати календарных дней после его первого официального опубликования); от 29.12.2014 № 269-V (вводится в действие с 01.01.2015); от 28.12.2017 № 128-VI ( вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования).

#### **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, включая сферу электронной коммерции, должна быть достоверной, распознаваемой непосредственно в момент ее представления.

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

Перевод содержания рекламы не должен искажать ее основной смысл.

Текст рекламы должен соответствовать требованиям Закона Республики Казахстан "О языках в Республике Казахстан".

**2-1. Исключен Законом РК от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования).**

**3. (исключен - от 19.06.2007 № 264)**

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.

4-1. В рекламе товара (работы, услуги), реализуемого на территории Республики Казахстан, указание цены (тарифов, расценок, ставок) осуществляется в тенге.

5. Запрещается реклама не зарегистрированных в соответствии с законодательством Республики Казахстан религиозных объединений и духовных (религиозных) организаций образования.

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, войны, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, культа жестокости и насилия, порнографии, а также распространения сведений, составляющих государственные секреты Республики Казахстан и иные охраняемые законом тайны.

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

8. Исключен Законом РК от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования).

9. В социальной рекламе не допускается упоминание о средствах 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, нуждающихся в специальных социальных услугах 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, нуждающихся в специальных социальных услугах или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи.

10. Ограничения на рекламу устанавливаются настоящим Законом и другими законами Республики Казахстан.

Сноска. Статья 6 с изменениями, внесенными законами РК от 19.06.2007 № 264 (порядок введения в действие см. ст.2); от 29.12.2014 № 269-V (вводится в действие с 01.01.2015); от 24.04.2015 № 310-V (вводится в действие по истечении двадцати одного календарного дня после дня его первого официального опубликования); от 28.12.2017 № 128-VI (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 08.01.2019 № 215-VI (порядок введения в действие см.ст.2); от 02.04.2019 № 241-VI (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 29.12.2021 № 94-VII (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 20.04.2023 № 226-VII (вводится в действие с 01.07.2023); от 06.04.2024 № 71-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

## **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);

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:

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;

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:

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, рекламораспространитель) 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.

**Сноска. Статья 7 с изменениями, внесенными законами РК от 19.06.2007 № 264 (порядок введения в действие см. ст.2); от 19.03.2010 № 258-IV; от 10.07.2012 № 31-V (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после его первого официального опубликования); от 29.12.2014 № 269-V (вводится в действие с 01.01.2015).**

## **Статья 8. Реклама на теле-, радиоканалах**

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, социальной рекламы, информации о собственной продукции теле-, радиоканалов (анонсов), не содержащей рекламы третьих лиц, объявления о мероприятиях, подготовленных и проводимых теле

-, радиоканалом, а также рекламы, размещаемой в месте события, транслируемого в прямом эфире или записи повтора прямого эфира.

В общем объеме вещания рекламы в сутки общая продолжительность рекламы в период времени с восемнадцати до двадцати трех часов местного времени в течение часа времени вещания должна составлять не более двадцати процентов.

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, распространяемых на территории Республики Казахстан, утвержденными уполномоченным органом в области средств массовой информации.

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.

1-1. Ежедневный объем социальной рекламы, размещаемой на безвозмездной основе на обязательных теле-, радиоканалах, должен составлять не менее десяти выходов в интервале времени продолжительностью восемнадцать часов, исчисляемом с шести часов утра местного времени, с обязательными двумя выходами в интервале времени продолжительностью шесть часов, исчисляемом с восемнадцати часов местного времени.

Социальная реклама распространяется равномерно в течение всего ежедневного ее выхода в эфир на территории Республики Казахстан на казахском языке, а по усмотрению рекламодателя также на русском и (или) других языках.

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.

**Сноска. Статья 8 в редакции Закона РК от 18.01.2012 № 546-IV (вводится в действие по истечении тридцати календарных дней после его первого официального опубликования); с изменениями, внесенными законами РК от 28.12.2017 № 128-VI (**



вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 08.01.2019 № 215-VI (порядок введения в действие см.ст.2); от 29.12.2021 № 94-VII (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 06.04.2024 № 71-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

## **Статья 9. Реклама в периодических печатных изданиях**

Реклама, ее тематика периодическими печатными изданиями определяются самостоятельно.

Периодические печатные издания, распространяемые по подписке, обязаны в условиях подписки указывать тематическую направленность издания.

### **Примечание ИЗПИ!**

В часть третью статьи 9 предусмотрено изменение Законом РК от 19.06.2024 № 94-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

Реклама в периодических печатных изданиях размещается на языке, закрепленном в свидетельстве о постановке на учет средства массовой информации.

**Сноска. Статья 9 в редакции Закона РК от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования).**

## **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**

1. Размещение наружной (визуальной) рекламы осуществляется путем отображения и нанесения рекламных изображений и (или) информации на объектах наружной (визуальной) рекламы, в том числе размещаемых на внешних сторонах зданий (сооружений).

Размещение объектов наружной (визуальной) рекламы осуществляется в соответствии с Земельным кодексом Республики Казахстан, законодательством Республики Казахстан об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности, автомобильных дорогах и о дорожном движении.

Объекты наружной (визуальной) рекламы должны соответствовать национальным стандартам.

1-1. К наружной (визуальной) рекламе не относятся:

1) вывеска;

2) информация о режиме работы;

3) афиши культурных, спортивных и спортивно-массовых мероприятий;

4) **исключен Законом РК от 06.04.2024 № 71-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).**

5) информация о видах нефтепродуктов и сжиженного нефтяного газа, ценах на нефтепродукты и на сжиженный нефтяной газ, наименовании и логотипе продавца, размещаемая при въезде на автозаправочные станции, автогазозаправочные станции, газонаполнительные пункты, газонаполнительные станции, автогазонаполнительные компрессорные станции;

6) информация (сведения) о культурных ценностях и (или) об объектах историко-культурного наследия, в том числе о памятниках истории и культуры;

7) информация, содержащая сведения о курсах покупки и (или) продажи наличной иностранной валюты и золота за тенге, размещаемая в пределах входа в здание по числу входов в него и (или) на входе ограждения занимаемой территории, а также крышах и фасадах в пределах зданий, пристроек к ним и временных сооружений обменных пунктов;

8) внутреннее оформление витрин и окон для внешнего визуального восприятия.

1-2. Наружная (визуальная) реклама и объекты наружной (визуальной) рекламы не должны 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 наружной (визуальной) рекламы допускается при условии направления уведомления о размещении наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в населенных пунктах, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, на открытом пространстве за пределами помещений вне населенных пунктов и вне полосы отвода автомобильных дорог общего пользования в соответствии с Законом Республики Казахстан "О разрешениях и уведомлениях".

2-1. Уведомления направляются рекламодателями, размещающими наружную (визуальную) рекламу, в:

местные исполнительные органы городов республиканского значения, столицы, городов областного значения – при размещении наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в городах республиканского значения, столице, городах областного значения, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, проходящих через территории городов республиканского значения, столицы, городов областного значения;

местные исполнительные органы районов – при размещении наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в городах районного значения, селах, поселках, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, проходящих через территории городов районного значения, сел, поселков, сельских округов, на открытом пространстве за пределами помещений вне населенных пунктов и вне полосы отвода автомобильных дорог общего пользования.

2-2. Уведомление направляется не менее чем за пять рабочих дней до предполагаемой даты размещения наружной (визуальной) рекламы.

К уведомлению прилагаются:

- 1) форма сведений, содержащая информацию о периоде и месте размещения наружной (визуальной) рекламы;
- 2) документ, подтверждающий внесение платы за первый месяц размещения наружной (визуальной) рекламы в соответствии с налоговым законодательством Республики Казахстан;
- 3) описание рекламы в произвольной форме с приложением ее эскизов.

Местные исполнительные органы вправе дать обязательные для устранения письменные мотивированные замечания к представленным материалам.

В случае предоставления местными исполнительными органами замечаний наружная (визуальная) реклама может быть размещена только при условии устранения замечаний.

2-3. В случае непредставления местными исполнительными органами ответа в течение четырех рабочих дней со дня получения уведомления заявитель вправе разместить наружную (визуальную) рекламу в заявленные им сроки.

#### **Примечание РЦПИ!**

Данная редакция пункта 3 действует с 01.01.2018 для городов районного значения, сел, поселков, сельских округов с численностью населения более двух тысяч человек в соответствии с Законом РК от 11.07.2017 № 90-VI (действующую редакцию до 01.01.2020 для городов районного значения, сел, поселков, сельских округов с численностью населения две тысячи и менее человек см. архивную версию от 28.12.2017 Закона РК “О рекламе” от 19.12.2003 № 508).

3. За размещение наружной (визуальной) рекламы взимается плата в порядке и размерах, установленных налоговым законодательством Республики Казахстан.

4. Местные исполнительные органы, определенные пунктом 2-1 настоящей статьи, обязаны представлять в органы государственных доходов сведения о плательщиках платы, суммах платы, периоде и месте размещения наружной (визуальной) рекламы, направлении (ненаправлении) уведомления в порядке, установленном налоговым законодательством Республики Казахстан.

5. Запрещается размещение наружной (визуальной) рекламы на памятниках истории и культуры и в их охранных зонах, на культовых зданиях (сооружениях) и на

отведенной им территории и их ограждениях, а также на особо охраняемых природных территориях.

**6. Исключен Законом РК от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования).**

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

Собственники объектов наружной (визуальной) рекламы или лица, обладающие иными вещными правами на объекты наружной (визуальной) рекламы, размещенных на внешних сторонах зданий (сооружений), обязаны:

содержать объекты наружной (визуальной) рекламы в надлежащем эстетическом, санитарном и техническом состоянии;

обеспечить безопасность объектов наружной (визуальной) рекламы для жизни и здоровья людей, имущества всех форм собственности;

по истечении срока размещения, установленного договором, в течение тридцати календарных дней демонтировать объект наружной (визуальной) рекламы.

В случае, если собственники объектов наружной (визуальной) рекламы или лица, обладающие иными вещными правами на объекты наружной (визуальной) рекламы, размещенных на внешней стороне зданий (сооружений), в установленный срок не выполнили обязанность по демонтажу объектов наружной (визуальной) рекламы или собственник объекта наружной (визуальной) рекламы не известен, местный исполнительный орган выдает в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан обязательное для исполнения предписание о демонтаже объектов наружной (визуальной) рекламы собственникам зданий (сооружений) или лицам, обладающим иными вещными правами на здания (сооружения).

Собственники зданий (сооружений), собственники жилых и нежилых помещений в жилом доме (жилом здании) или орган управления объектом кондоминиума, лица, обладающие иными вещными правами на здания (сооружения), на внешней стороне которых размещен объект наружной (визуальной) рекламы, обязаны демонтировать объект наружной (визуальной) рекламы в течение тридцати календарных дней со дня выдачи предписания. Собственники объектов наружной (визуальной) рекламы или лица, обладающие иными вещными правами на объекты наружной (визуальной) рекламы, размещенных на внешней стороне зданий (сооружений), по требованию собственников зданий (сооружений), собственников жилых и нежилых помещений в жилом доме (жилом здании) или органа управления объектом кондоминиума, лиц, обладающих иными вещными правами на здания (сооружения), обязаны возместить затраты, понесенные в связи с демонтажем объектов наружной (визуальной) рекламы.

В случае отказа собственниками объектов наружной (визуальной) рекламы или лицами, обладающими иными вещными правами на объекты наружной (визуальной) рекламы, размещенных на внешней стороне зданий (сооружений), от добровольного возмещения затрат собственники зданий (сооружений), собственники жилых и нежилых помещений в жилом доме (жилом здании) или орган управления объектом кондоминиума, лица, обладающие иными вещными правами на здания (сооружения), вправе обратиться в суд с исковым заявлением о возмещении затрат, понесенных при демонтаже объектов наружной (визуальной) рекламы.

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

8. Допускается размещение наружной (визуальной) рекламы на уличной мебели (оборудовании), устанавливаемой местными исполнительными органами либо инвесторами за счет собственных средств на основании соответствующих договоров с местными исполнительными органами, заключенных на основании итогов проведенных открытых конкурсов. Инвесторами могут быть физические и юридические лица.

**Сноска.** Статья 11 с изменениями, внесенными законами РК от 19.06.2007 № 264 (порядок введения в действие см. ст.2); от 28.12.2010 № 369-IV (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после его первого официального опубликования); от 05.07.2011 № 452-IV (вводится в действие с 13.10.2011); от 13.06.2013 № 101-V (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после его первого официального опубликования); от 05.12.2013 № 152-V (вводятся в действие с 01.01.2014); от 07.11.2014 № 248-V (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 29.12.2014 № 269-V (вводится в действие с 01.01.2015); от 29.03.2016 № 479-V (вводится в действие по истечении двадцати одного календарного дня после дня его первого официального опубликования); от 11.07.2017 № 90-VI (порядок введения в действие см. пп.1) п.1 ст.2); от 08.01.2019 № 215-VI (порядок введения в действие см. ст. 2); от 29.12.2021 № 94-VII (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 06.04.2024 № 71-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

## **Статья 12. Реклама на транспортных средствах**

Размещение рекламы на транспортных средствах осуществляется 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.

Размещение рекламы на транспортных средствах осуществляется без направления уведомления о размещении наружной (визуальной) рекламы и без взимания платы за размещение наружной (визуальной) рекламы.

**Сноска. Статья 12 с изменениями, внесенными Законом РК от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования).**

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

1. Запрещается реклама:

1) этилового спирта и алкогольной продукции, продукции, имитирующей алкогольные напитки;

2) заменителей грудного молока;

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

4) табака и табачных изделий, в том числе некурительных табачных изделий, изделий с нагреваемым табаком, табака для кальяна, кальянной смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления (вейпов) и жидкостей для них, продукции, имитирующей табачные изделия;

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, в том числе некурительных табачных изделий, изделиям с нагреваемым табаком, табака для кальяна, кальянной смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления (вейпов) и жидкостей для них;

5-1) в форме демонстрации табачных изделий и процесса потребления табака в предназначенных для детей аудиовизуальных произведениях, включая теле- и видеофильмы, в театрально-зрелищных представлениях, в радио-, теле-, видео- и кинохроникальных программах, а также публичное исполнение, сообщение в эфир, по кабелю и любое другое использование указанных произведений, представлений, программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака;

5-2) в форме демонстрации табачных изделий и процесса потребления табака в предназначенных для взрослых аудиовизуальных произведениях, включая теле- и видеофильмы, в театрально-зрелищных представлениях, в радио-, теле-, видео- и кинохроникальных программах, а также публичное исполнение, сообщение в эфир, по кабелю и любое другое использование указанных произведений, представлений, программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака, за исключением случаев, если такое действие является неотъемлемой частью художественного замысла;

б) деятельности финансовой (инвестиционной) пирамиды.

1-1. Запрещается реклама товаров (работ, услуг) с использованием элементов товарного знака и (или) названия, известного как наименование алкогольной продукции, продукции, имитирующей алкогольные напитки, табака и табачного изделия, в том числе некурительных табачных изделий, изделий с нагреваемым табаком, табака для кальяна, кальянной смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления (вейпов) и жидкостей для них, которые прямо или косвенно предлагают алкогольную продукцию, продукцию, имитирующую алкогольные напитки, табак и табачное изделие, в том числе некурительные табачные изделия, электронные системы потребления (вейпы) и жидкости для них, за исключением рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан, соответствующей требованиям статьи 14-2 настоящего Закона.

1-2. Запрещается реклама услуг по обязательному подтверждению соответствия и (или) посреднических услуг в сфере подтверждения соответствия продукции организациями, не аккредитованными в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан об аккредитации в области оценки соответствия.

1-3. Запрещается реклама лотереи, за исключением рекламы, размещаемой оператором лотереи и (или) распространителями (агентами) лотереи в рамках договора поручения, заключаемого с оператором лотереи.

## 2. (исключен - от 19.06.2007 № 264).

3. Особенности рекламы медицинских услуг, методов и средств профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, лекарственных средств и медицинских изделий, подконтрольной государственному санитарно-эпидемиологическому контролю и надзору продукции (товаров), подлежащей (подлежащих) государственной регистрации, регулируются законодательством Республики Казахстан в области здравоохранения.

## 4. Исключен Законом РК от 16.07.2009 № 186-IV.

5. Реклама служебного и гражданского оружия, а также вооружения, военной техники и продукции двойного назначения, экспорт и импорт которых производятся 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.

5-1. При демонстрации аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака, вещатель или организатор демонстрации должны обеспечить сопровождающим текстовым сообщением о вреде потребления табака непосредственно перед началом или во время демонстрации такого произведения, программы.

6. Запрещается реклама строящегося или введенного в эксплуатацию жилого дома (жилого здания), не соответствующего классификации жилых домов (жилых зданий) в утвержденной проектной документации.

Сноска. Статья 13 в редакции Закона РК от 07.07.2006 № 171 (порядок введения в действие см. ст.2); с изменениями, внесенными законами РК от 19.06.2007 № 264 (порядок введения в действие см. ст.2 Закона); от 16.07.2009 № 186-IV; от 17.01.2014 № 166-V (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 18.06.2014 № 210-V (вводится в действие по истечении двадцати одного календарного дня после дня его первого официального опубликования); от 29.03.2016 № 479-V (вводится в действие по истечении двадцати одного календарного дня после дня его первого официального опубликования); от 21.04.2016 № 504-V (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 28.12.2018 № 211-VI (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования); от 18.03.2019 № 237-VI (вводится в действие по истечении двадцати одного календарного дня после дня его первого официального опубликования); от 10.06.2020 № 343-VI (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 07.07.2020 № 361-VI (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 30.12.2020 № 394-VI (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 06.04.2024 № 71-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 19.04.2024 № 74-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

#### **Статья 14. Особенности рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг, ценных бумаг и обеспеченных цифровых активов**

Сноска. Заголовок статьи 14 с изменением, внесенным Законом РК от 06.02.2023 № 194-VII (вводится в действие с 01.04.2023).

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

- 1) приводить в рекламе информацию, не имеющую непосредственного отношения к рекламируемым услугам, ценным бумагам или обеспеченным цифровым активам;
- 2) гарантировать получение дохода и размеры дивидендов по простым акциям или получение дохода по обеспеченным цифровым активам;



- 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 или обеспеченных цифровых активов;
- 5) скрывать любое из существенных условий, оговоренных в рекламе, договоров;
- 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 покупку товаров данного предприятия;
- 7) реклама жилых домов (жилых зданий) после лишения судом разрешения на привлечение денег дольщиков.

Сноска. Статья 14 с изменениями, внесенными законами РК от 07.07.2006 № 181 (вводится в действие с 01.01.2007); от 19.06.2007 № 264 (порядок введения в действие см. ст.2); от 11.07.2009 № 183 (порядок введения в действие см. ст.2); от 07.04.2016 № 487-V (вводится в действие по истечении шести месяцев после дня его первого официального опубликования); от 06.02.2023 № 194-VII (вводится в действие с 01.04.2023).

#### **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 Законом РК от 18.06.2014 № 210-V (вводится в действие по истечении двадцати одного календарного дня после дня его первого официального опубликования).
3. Исключен Законом РК от 18.06.2014 № 210-V (вводится в действие по истечении двадцати одного календарного дня после дня его первого официального опубликования).

Сноска. Закон дополнен статьей 14-1 в соответствии с Законом Республики Казахстан от 19 июня 2007 года № 264 (порядок введения в действие см. ст.2 Закона); с изменениями, внесенными Законом РК от 18.06.2014 № 210-V (вводится в действие по истечении двадцати одного календарного дня после дня его первого официального опубликования).

#### **Статья 14-2. Особенности рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан**

1. Реклама товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан, разрешена:

1) в период с двадцати двух часов вечера до шести часов утра местного времени на отечественных теле-, радиоканалах (за исключением детских и религиозных) с учетом следующих требований:

реклама на отечественных телеканалах во время трансляции и (или) ретрансляции должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления вина не менее чем на десяти процентах рекламной площади (пространства);

реклама на отечественных телеканалах при трансляции и (или) ретрансляции сопровождается двумя социальными рекламами по популяризации здорового образа жизни в соответствии с порядком, определяемым уполномоченным органом в области телерадиовещания;

реклама на радиоканалах по окончании ее трансляции должна сопровождаться сообщением, предупреждающим о вреде чрезмерного потребления вина;

2) в периодических печатных изданиях (за исключением детских и религиозных) с учетом следующих требований:

не должна размещаться на первой и последней полосах газет;

не должна размещаться на первой и последней страницах и обложках журналов, альманахов, бюллетеней, приложений к ним;

должна содержать социальную рекламу по популяризации здорового образа жизни, объем рекламной площади (пространства) которой равен объему рекламной площади (пространства) рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан.

Формирование и отбор социальной рекламы по популяризации здорового образа жизни осуществляются согласно правилам формирования и размещения на отечественных телеканалах социальной рекламы по популяризации здорового образа жизни, утверждаемым уполномоченным органом в области телерадиовещания по согласованию с уполномоченными органами в области здравоохранения и рекламы.

2. Реклама товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан, не должна:

1) рекламировать вино;

2) быть связана с трудовой деятельностью и управлением транспортным средством;

3) сниматься (записываться) с участием несовершеннолетних, в том числе выполняться с помощью мультипликации (анимации);

4) адресоваться несовершеннолетним;

5) утверждать, что вино имеет лечебные свойства, поощрять его неумеренное употребление;

6) осуждать воздержание от употребления вина;

7) утверждать, что употребление вина способствует укреплению взаимоотношений.

**Сноска. Закон дополнен статьей 14-2 в соответствии с Законом РК от 30.12.2020 № 394-VI (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).**

## **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, воспитателей, педагогов, 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, за исключением социальной рекламы и рекламы товаров (работ, услуг) для несовершеннолетних, а также товаров (работ, услуг), которые не повлекут за собой вредного воздействия на физическое, психическое здоровье и нравственность 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

**Сноска. Статья 15 с изменениями, внесенными законами РК от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования); от 29.06.2020 № 352-VI (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).**

## **Статья 16. Сроки хранения материалов, содержащих рекламу**

Рекламодатель, рекламопроизводитель обязаны хранить в течение одного года, рекламораспространитель - 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 уполномоченным органом в области рекламы, регулирующими государственными органами в области рекламы, а также местными исполнительными 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.
- 4) обеспечение безопасности жизни и здоровья людей и окружающей среды.

3. Государственный контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан о рекламе осуществляется в форме проверки, профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля и профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля.

Проверка и профилактический контроль с посещением субъекта (объекта) контроля осуществляются в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан.

4. Профилактический контроль без посещения субъекта (объекта) контроля осуществляется в соответствии с настоящим Законом и Предпринимательским кодексом Республики Казахстан.

Объектом профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля в области рекламы является деятельность рекламодателей и рекламодателей

Субъектами профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля являются рекламодатели и рекламодатели.

Целями профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля являются своевременное пресечение и недопущение нарушений, предоставление

субъектам контроля права самостоятельного устранения нарушений, выявленных по результатам профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля, и снижение административной нагрузки на них.

Профилактический контроль без посещения субъекта (объекта) контроля проводится путем анализа сведений, полученных из различных источников информации.

В случае выявления нарушений по результатам профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля субъекту контроля направляется рекомендация в срок не позднее пяти рабочих дней со дня выявления нарушений.

Рекомендация должна быть вручена субъекту контроля лично под роспись или иным способом, подтверждающим факты ее отправки и получения.

Рекомендация, направленная одним из нижеперечисленных способов, считается врученной в следующих случаях:

- 1) нарочно – с даты отметки в рекомендации о получении;
- 2) почтой – с даты уведомления о получении почтового отправления заказным письмом;
- 3) электронным способом – с даты отправки на электронный адрес субъекта контроля, указанный в письме при запросе государственным или местным исполнительным органом.

Рекомендация об устранении нарушений, выявленных по результатам профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля, должна быть исполнена в течение десяти рабочих дней со дня, следующего за днем ее вручения.

Субъект контроля в случае несогласия с нарушениями, указанными в рекомендации, вправе направить в государственный или местный исполнительный орган, направивший рекомендацию, возражение в течение пяти рабочих дней со дня, следующего за днем вручения рекомендации.

Неисполнение в установленный срок рекомендации об устранении нарушений, выявленных по результатам профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля, влечет назначение профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля путем включения в полугодовой список проведения профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля.

Профилактический контроль без посещения субъекта (объекта) контроля проводится не чаще двух раз в месяц.

**Сноска. Статья 17 с изменениями, внесенными законами РК от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования); от 06.04.2024 № 71-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).**  
**Статья 17-1. Компетенция уполномоченного органа в области рекламы и регулирующих государственных органов в области рекламы**

1. Уполномоченный орган в области рекламы:

1) разрабатывает и утверждает правила размещения наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в населенных пунктах, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, на открытом пространстве за пределами помещений вне населенных пунктов и вне полосы отвода автомобильных дорог общего пользования;

2) **исключен Законом РК от 19.04.2023 № 223-VII (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).**

3) осуществляет иные полномочия, предусмотренные настоящим Законом, иными законами Республики Казахстан, актами Президента Республики Казахстан и Правительства Республики Казахстан.

2. Уполномоченный орган в области телерадиовещания в пределах своей компетенции:

1) утверждает правила формирования и размещения социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах;

2) осуществляет иные полномочия, предусмотренные настоящим Законом, иными законами Республики Казахстан, актами Президента Республики Казахстан и Правительства Республики Казахстан.

3. Уполномоченный государственный орган по автомобильным дорогам в пределах своей компетенции:

1) разрабатывает и утверждает правила размещения объектов наружной (визуальной) рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования международного, республиканского, областного и районного значения;

2) осуществляет иные полномочия, предусмотренные настоящим Законом, иными законами Республики Казахстан, актами Президента Республики Казахстан и Правительства Республики Казахстан.

4. Уполномоченный орган по делам архитектуры, градостроительства и строительства в пределах своей компетенции:

1) разрабатывает и утверждает порядок размещения объектов наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в населенных пунктах;

2) осуществляет иные полномочия, предусмотренные настоящим Законом, иными законами Республики Казахстан, актами Президента Республики Казахстан и Правительства Республики Казахстан.

5. Регулирующие государственные органы в области рекламы в пределах своей компетенции:

1) вносят предложения по совершенствованию законодательства Республики Казахстан о рекламе в уполномоченный орган в области рекламы;

2) осуществляют государственный контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан о рекламе;

3) осуществляют иные полномочия, предусмотренные настоящим Законом, иными законами Республики Казахстан, актами Президента Республики Казахстан и Правительства Республики Казахстан.

**Сноска. Закон дополнен статьей 17-1 в соответствии с Законом РК от 19.06.2007 № 264 (порядок введения в действие см. ст.2); в редакции Закона РК от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования); с изменением, внесенным Законом РК от 19.04.2023 № 223-VII (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).**

### **Статья 17-2. Компетенция местных представительных и исполнительных органов**

1. Местные исполнительные органы городов республиканского значения, столицы, городов областного значения:

1) осуществляют прием и рассмотрение уведомлений о размещении наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в городе республиканского значения, столице и городе областного значения, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, проходящих через территории города республиканского значения, столицы, города областного значения, в соответствии с Законом Республики Казахстан "О разрешениях и уведомлениях";

1-1) утверждают перечень специально отведенных мест для размещения афиш культурных, спортивных и спортивно-массовых мероприятий;

2) осуществляют в пределах своей компетенции государственный контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан о рекламе;

3) выявляют наружную (визуальную) рекламу, размещенную без уведомления, и объекты наружной (визуальной) рекламы, размещенные без согласия собственников зданий (сооружений), собственников жилых и нежилых помещений в жилом доме (жилом здании) или органа управления объектом кондоминиума, лиц, обладающих иными вещными правами на здания (сооружения);

4) выдают в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан обязательные для исполнения предписания об устранении нарушения законодательства Республики Казахстан о рекламе;

5) устанавливают фактическое размещение наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в городе республиканского значения, столице, городе областного значения, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, проходящих через территории города республиканского значения, столицы, города областного значения, путем однократного фото- или

видеоподтверждения факта ее размещения с обязательным указанием места размещения, наименования рекламораспространителя и даты установления факта размещения;

б) осуществляют в интересах местного государственного управления иные полномочия, возлагаемые на местные исполнительные органы законодательством Республики Казахстан.

## 2. Местные исполнительные органы района:

1) осуществляют прием и рассмотрение уведомлений о размещении наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в городе районного значения, селе, поселке, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, проходящих через территории города районного значения, села, поселка, сельского округа, на открытом пространстве за пределами помещений вне населенных пунктов и вне полосы отвода автомобильных дорог общего пользования в соответствии с Законом Республики Казахстан "О разрешениях и уведомлениях";

2) осуществляют в пределах своей компетенции государственный контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан о рекламе;

3) выявляют наружную (визуальную) рекламу, размещенную без уведомления, и объекты наружной (визуальной) рекламы, размещенные без согласия собственников зданий (сооружений), собственников жилых и нежилых помещений в жилом доме (жилом здании) или органа управления объектом кондоминиума, лиц, обладающих иными вещными правами на здания (сооружения);

4) выдают в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан обязательные для исполнения предписания об устранении нарушения законодательства Республики Казахстан о рекламе;

5) устанавливают фактическое размещение наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в городе районного значения, селе, поселке, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, проходящих через территории города районного значения, села, поселка, сельского округа, на открытом пространстве за пределами помещений вне населенных пунктов и вне полосы отвода автомобильных дорог общего пользования путем однократного фото- или видеоподтверждения факта ее размещения с обязательным указанием места размещения, наименования рекламораспространителя и даты установления факта размещения;

б) осуществляют в интересах местного государственного управления иные полномочия, возлагаемые на местные исполнительные органы законодательством Республики Казахстан.

3. Местные исполнительные органы областей, городов республиканского значения и столицы на основании правил размещения наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в населенных пунктах, в полосе



отвода автомобильных дорог общего пользования, на открытом пространстве за пределами помещений вне населенных пунктов и вне полосы отвода автомобильных дорог общего пользования по согласованию с уполномоченным органом в области рекламы разрабатывают и представляют на утверждение в маслихаты областей, городов республиканского значения и столицы правила о порядке и условиях размещения наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в населенных пунктах, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, на открытом пространстве за пределами помещений вне населенных пунктов и вне полосы отвода автомобильных дорог общего пользования.

4. Местным представительным и исполнительным органам запрещается принимать нормативные правовые акты по вопросам регулирования наружной (визуальной) рекламы, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом и Законом Республики Казахстан "Об особом статусе города Алматы".

**Сноска.** Закон дополнен статьей 17-2 в соответствии с Законом РК от 19.06.2007 № 264 (порядок введения в действие см. ст.2); в редакции Закона РК от 08.01.2019 № 215-VI (вводится в действие по истечении трех месяцев после дня его первого официального опубликования); с изменениями, внесенными законами РК от 30.06.2022 № 130-VII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 19.04.2023 № 223-VII (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

## **Статья 18. Предоставление рекламной информации**

В случае неисполнения требований настоящего Закона рекламодатель по требованию уполномоченных органов обязан представить документальное подтверждение рекламной информации в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан.

**Сноска.** Статья 18 с изменениями, внесенными Законом РК от 06.04.2024 № 71-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

## **Статья 19. Опровержение**

1. В случае установления факта нарушения законодательства Республики Казахстан о рекламе лицо, допустившее нарушение, обязано немедленно, но не позднее трех календарных дней 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.

Опровержение ненадлежащей наружной (визуальной) рекламы осуществляется на том же объекте наружной (визуальной) рекламы с использованием тех же характеристик и параметров продолжительности, но не более тридцати календарных дней.

3. Если опровержение не осуществлено в установленный срок, то по решению органа государственного контроля и надзора опровержение должно быть осуществлено рекламодателями, 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.

**Сноска. Статья 19 с изменениями, внесенными Законом РК от 06.04.2024 № 71-VIII (вводится в действие по истечении шестидесяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).**

## **Статья 20. Ответственность за нарушение законодательства Республики Казахстан о рекламе**

1. Рекламодатель несет ответственность за нарушение законодательства Республики Казахстан о рекламе в отношении ее содержания, языка, если не доказано, что это произошло по вине рекламопроизводителя либо рекламодателя.

2. Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение законодательства Республики Казахстан о рекламе в отношении оформления или производства рекламы.

3. Рекламодатель 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.

**Сноска. Статья 20 с изменениями, внесенными Законом РК от 19.06.2007 № 264 (порядок введения в действие см. ст.2).**

## **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*