

Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-ІІ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 14.04.2019 г.)

Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-ІІ
О рекламе

(с [изменениями и дополнениями](#) по состоянию на 14.04.2019 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 уполномоченного органа в области рекламы и регулирующих государственных органов в области рекламы](#)

[Статья 17-2. Компетенция местных представительных и 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.](#))

Подпункт 1-1 изложен в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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

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); изложен в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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;

Статья дополнена подпунктом 4-1 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

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

Статья дополнена подпунктом 4-2 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

4-2) [уполномоченный орган в области рекламы](#) - центральный исполнительный орган, осуществляющий руководство и межотраслевую координацию в области рекламы;

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;

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

Подпункт 7 изложен в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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;

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.](#)); [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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;

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); изложен в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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;

Статья дополнена подпунктом 7-3 в соответствии с [Законом](#) РК от 28.12.17 г. № 128-VI; изложен в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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

Статья дополнена подпунктом 9 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

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](#);

Статья дополнена подпунктом 10 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

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;

Статья дополнена подпунктом 11 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

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

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

Пункт 1 изложен в редакции [Закона](#) РК от 02.04.19 г. № 241-VI ([см. стар. ред.](#))

1. Реклама независимо от формы или используемого средства распространения, размещения, включая сферу [электронной коммерции](#), 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.](#)); изложен в редакции [Закона](#) РК от 28.12.17 г. № 128-VI ([см. стар. ред.](#)); внесены изменения в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введены в действие с 11 апреля 2019 г.) ([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.

2-1. Исключен в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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.

Статья дополнена пунктом 4-1 в соответствии [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI

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

В пункт 5 внесены изменения в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введены в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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

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

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

Пункт 6 изложен в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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](#).

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. Исключен в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

8. Исключен в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

Статья дополнена пунктом 9 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

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, 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 дополнена пунктом 10 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

10. Ограничения на рекламу устанавливаются настоящим Законом и другими [законами](#) Республики Казахстан.

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, 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.

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.](#)); изложен в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([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, 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.

Часть вторая пункта 1 изложена в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI ([см. стар. ред.](#))

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.

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

См.: [Методики](#) расчета объема общей продолжительности рекламы в период времени с восемнадцати до двадцати трех часов местного времени в течение часа времени вещания на теле-, радиоканалах, расчета объема телеторговли на телеканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера

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.

Статья дополнена пунктом 1-1 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

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 и русском языках, а также по усмотрению рекламодателя и на 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.

Статья 9 изложена в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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.

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

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.](#)); [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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, в том числе указателей, осуществляется в соответствии с [Земельным кодексом](#) Республики Казахстан, законодательством Республики Казахстан [об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности](#), [автомобильных дорогах](#) и [о дорожном движении](#).

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.](#)); [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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

- 1) [вывеска](#);
- 2) информация о режиме работы;
- 3) афиши культурных, спортивных и спортивно-массовых мероприятий, размещаемые в специально отведенных местах;
- 4) индивидуализация технических средств обслуживания и транспортных средств;
- 5) информация о видах нефтепродуктов, ценах на нефтепродукты, наименовании и логотипе продавца, размещаемая при въезде на автозаправочные станции;

б) 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 за тенге, размещаемая возле обменных пунктов;

8) внутреннее оформление витрин и окон для внешнего визуального восприятия следующего характера:

товарная продукция, размещаемая внутри помещений;

виды оказываемых услуг;

средства индивидуализации;

декоративное и праздничное оформление.

См.: [Письмо](#) Министерства национальной экономики Республики Казахстан от 16 января 2020 года № 27-4/1140 «Касательно размещения рекламы внутри помещения», [Ответ](#) Министра национальной экономики РК от 9 декабря 2019 года на вопрос от 5 декабря 2019 года № 583993 (dialog.egov.kz) «Об установлении на территории АЗС розничными реализаторами нефтепродуктов печатных материалов с информацией об экологическом классе топлива»

В пункт 1-2 внесены изменения в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введены в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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.

Пункт 2 изложен в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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».

Статья дополнена пунктом 2-1 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

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.

Статья дополнена пунктом 2-2 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

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 на казахском и русском языках 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.

Статья дополнена пунктом 2-3 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.)

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.

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. - для городов районного значения, сел, поселков, сельских округов с численностью населения более двух тысяч человек; для городов районного значения, сел, поселков, сельских округов с численностью населения две тысячи и менее человек вводится в действие с 1 января 2020 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 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.](#)); [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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.

Пункт 5 изложен в редакции [Закона](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введен в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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 в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введено в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

В пункт 7 внесены изменения в соответствии с [Законом](#) РК от 08.01.19 г. № 215-VI (введены в действие с 11 апреля 2019 г.) ([см. стар. ред.](#))

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.