

19.12.2003

О рекламе

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:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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).

Статья 4. Законодательство Республики Казахстан о рекламе

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

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

Статья 5. Авторское право и смежные права на рекламу

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

Глава 2. Общие и специальные требования к рекламе

Статья 6. Общие требования к рекламе

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

2. Реклама на территории Республики Казахстан, за исключением периодических печатных изданий, распространяется на государственном и русском языках, а также по усмотрению рекламодателя и на других языках.

Перевод содержания рекламы с одного языка на другой не должен искажать ее основной смысл.

При этом реклама на государственном языке на телевидении и радио должна распространяться равномерно в течение всего ежедневного ее выхода в эфир.

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

3. (исключен - от 19 июня 2007 г. № 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.

5. Запрещается реклама не зарегистрированных в соответствии с законодательством Республики Казахстан религиозных организаций и духовных учебных заведений.

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

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

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

8. Ограничения на рекламу устанавливаются настоящим Законом и другими законодательными актами Республики Казахстан.

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

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

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

Сноска. Статья 6 с изменениями, внесенными законами Республики Казахстан от 19 июня 2007 года № 264 (порядок введения в действие см. ст.2 Закона); 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).

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, рекламодатель) умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы.

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

6. Ненадлежащая реклама запрещается.

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.

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

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

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

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

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).

Статья 9. Реклама в периодических печатных изданиях

Объекты рекламы, ее тематика периодическими печатными изданиями определяются самостоятельно.

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

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

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

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

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

Статья 11. Наружная (визуальная) реклама

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

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

вывеска;

информация о режиме работы;

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

индивидуализация технических средств обслуживания и транспортных средств;

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

образцы товарной продукции;

средства собственной индивидуализации;

декоративное и праздничное оформление;

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

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

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

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

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

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

1-2) исключен Законом РК от 29.03.2016 № 479-V (вводится в действие по истечении двадцати одного календарного дня после дня его первого официального опубликования);

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

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

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

1-6) исключен Законом РК от 29.03.2016 № 479-V (вводится в действие по истечении двадцати одного календарного дня после дня его первого официального опубликования);

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

Примечание РЦПИ!

Пункт 3 предусмотрен в редакции Закона РК от 11.07.2017 № 90-VI (порядок введения в действие см. пп.1) п.1 ст.2).

3. За размещение наружной (визуальной) рекламы на объектах стационарного размещения рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования республиканского и областного значения, за исключением проходящих через территории городов районного значения, сел, поселков, на открытом пространстве за пределами помещений в городе республиканского значения, столице, городах областного значения взимается плата в порядке и размерах, установленных налоговым законодательством Республики Казахстан.

За размещение наружной (визуальной) рекламы на объектах стационарного размещения рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования республиканского и областного значения в пределах территории городов районного значения, сел, поселков, а также на объектах стационарного размещения рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования районного значения, на открытом пространстве за пределами помещений в городах районного значения, селах, поселках исчисляется и уплачивается плата в порядке и размерах, установленных Правительством Республики Казахстан.

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

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

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

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

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

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).

Статья 12. Реклама на транспортных средствах

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

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

1. Запрещается реклама:

Примечание РЦПИ!
Подпункт 1) вводится в действие с 01.01.2004.

1) этилового спирта и алкогольной продукции;

2) заменителей грудного молока;

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

4) табака и табачных изделий;

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

6) деятельности финансовой (инвестиционной) пирамиды.

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

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

2. (исключен - от 19 июня 2007 г. № 264).

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

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

5. Реклама служебного 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.

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

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).

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

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

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

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

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

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

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

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

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).

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 15. Защита несовершеннолетних при производстве, распространении, размещении рекламы

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

- 1) дискредитация авторитета родителей, подрыв доверия к ним несовершеннолетних;
- 2) прямое предложение, призывающее убедить родителей или других лиц приобрести рекламируемую продукцию;
- 3) прямое указание несовершеннолетним, что обладание той или иной продукцией дает им какое-либо преимущество над другими, а также что отсутствие такой продукции приведет к обратному;
- 4) размещение в рекламе текстовой, визуальной или звуковой информации, показывающей несовершеннолетних в опасных местах и ситуациях, когда это не оправдано профилактическими целями;
- 5) визуальное или звуковое использование образов несовершеннолетних в рекламе, не относящейся непосредственно к товарам (работам, услугам) для несовершеннолетних;
- 6) приуменьшение необходимого уровня навыков использования продукции у несовершеннолетних, за исключением случаев, когда результаты использования продукции показаны или описаны. Реклама должна давать информацию о том, что реально достижимо для несовершеннолетних той возрастной группы, для которой предназначена продукция;
- 7) создание у несовершеннолетних нереального (искаженного) представления о стоимости (цене) продукции для несовершеннолетних, а также прямое или косвенное указание на то, что рекламируемая продукция доступна для любого семейного бюджета.

Статья 16. Сроки хранения материалов, содержащих рекламу

Рекламодатель, рекламопроизводитель обязаны хранить в течение одного года, 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 соответствующими уполномоченными органами в пределах их компетенции, установленной законодательством Республики Казахстан.

2. Основными целями государственного регулирования в области рекламы являются:
 - 1) защита национальных интересов;
 - 2) предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, а также рекламы, посягающей на общественные ценности и общепринятые нормы морали и нравственности;

3) защита от недобросовестной конкуренции.

Статья 17-1. Компетенция государственных органов

Государственные органы в пределах своей компетенции:

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

Сноска. Закон дополнен статьей 17-1 в соответствии с Законом Республики Казахстан от 19 июня 2007 года № 264 (порядок введения в действие см. ст.2 Закона)

Статья 17-2. Компетенция местных исполнительных органов

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

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

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

Государственный контроль в области рекламы осуществляется в форме проверки.

Проверка осуществляется в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан.

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

Сноска. Закон дополнен статьей 17-2 в соответствии с Законом РК от 19.06.2007 № 264 (порядок введения в действие см. ст.2 Закона); в редакции Закона РК от 05.07.2011 № 452-IV (вводится в действие с 13.10.2011); с изменениями, внесенными законами РК от 29.12.2014 № 269-V (вводится в действие с 01.01.2015); от 29.10.2015 № 376-V (вводится в действие с 01.01.2016).

Статья 18. Предоставление рекламной информации

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

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

Статья 19. Опровержение

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

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

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

Статья 20. Ответственность за нарушение законодательства Республики Казахстан о рекламе

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 рекламораспространителя.

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

3. Рекламораспространитель 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 Республики Казахстан от 19 июня 2007 года № 264 (порядок введения в действие см. ст.2 Закона)

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

Дата изменения акта: 11.07.2017

Дата принятия акта: 19.12.2003

Информация об официальном опубликовании акта: Ведомости Парламента Республики Казахстан, 2003 г., N 24, ст. 174; "Казахстанская правда" от 26 декабря 2003 года N 367-368

Место принятия: 100051000000

Орган, принявший акт: 102000000000

Регион действия: 100000000000

Регистрационный номер акта в Государственном реестре нормативных правовых актов Республики Казахстан: 17905

Регистрационный номер НПА, присвоенный нормотворческим органом: 508

Статус акта: upd

Сфера правоотношений: 023013000000

Форма акта: ЗАК

Юридическая сила: 0400

Язык акта: rus