

Қазақстан Республикасының Мәдениет және
ақпарат министрлігіПриказ Министра культуры и
информации Республики
Казахстан от 16 февраля 2024 года
№ 59-НК, Зарегистрирован в
Министерстве юстиции
Республики Казахстан 16 февраля
2024 года № 34004Министерство культуры и информации
Республики Казахстан

Об утверждении Правил маркировки онлайн-рекламы

В соответствии с пунктом 2 статьи 19 Закона Республики Казахстан «Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе» **ПРИКАЗЫВАЮ:**

1. Утвердить прилагаемые Правила маркировки онлайн-рекламы.
2. Департаменту государственной политики в области средств массовой информации Министерства культуры и информации Республики Казахстан в установленном законодательством Республики Казахстан порядке обеспечить:
 - 1) государственную регистрацию настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан;
 - 2) размещение настоящего приказа на интернет-ресурсе Министерства культуры и информации Республики Казахстан;
 - 3) в течение десяти рабочих дней после государственной регистрации настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан представление в Юридический департамент Министерства культуры и информации Республики Казахстан сведений об исполнении мероприятий, предусмотренных подпунктами 1) и 2) настоящего пункта.
3. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на курирующего вице-министра культуры и информации Республики Казахстан.
4. Настоящий приказ вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования.



QR-код содержит данные ЭЦП должностного лица РГП на ПХВ «ИЗПИ»



QR-код содержит ссылку на
данный документ в ЭКБ НПА РК

**Министр культуры и
информации Республики Казахстан**

А. Балаева

«СОГЛАСОВАН»

Министерство финансов
Республики Казахстан

«СОГЛАСОВАН»

Министерство национальной экономики
Республики Казахстан

Утверждены приказом
Министр культуры и информации
Республики Казахстан
от 16 февраля 2024 года
№ 59-НК

Правила маркировки онлайн-рекламы

Глава 1. Общие положения

1. Настоящие Правила маркировки онлайн-рекламы (далее – Правила) разработаны в соответствии с пунктом 2 статьи 19 Закона Республики Казахстан «Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе» и определяют порядок маркировки онлайн-рекламы.

2. В настоящих Правилах используются следующие основные понятия:

1) инфлюенсер (блогер) – пользователь онлайн-платформы, публикующий информацию на онлайн-платформе, адресованную неопределенному кругу лиц, в целях предпринимательской деятельности;

2) онлайн-реклама – реклама на онлайн-платформах, производимая и (или) размещаемая, и (или) распространяемая, и (или) хранимая пользователями онлайн-платформ и (или) собственниками онлайн-платформ в виде таргетированной рекламы и (или) спонсорского контента, и (или) иной информации, предназначенная для неопределенного круга лиц;

3) онлайн-платформа – интернет-ресурс и (или) программное обеспечение, функционирующее в сети Интернет, и (или) сервис обмена мгновенными сообщениями, предназначенные для получения, производства и (или) размещения, и (или) распространения, и (или) хранения контента на онлайн-платформе пользователем онлайн-платформы посредством созданного им аккаунта, публичного сообщества, за исключением интернет-ресурса и (или) программного обеспечения, функционирующего в сети Интернет, и (или) сервиса обмена мгновенными сообщениями, предназначенных для предоставления финансовых услуг и электронной коммерции;

4) таргетированная онлайн-реклама – онлайн-реклама, предназначенная для целевых групп, определяемых на основании профайлинга, и направленная на увеличение охвата пользователей и (или) повышение ее приоритетности, в том числе с использованием рекомендательной системы онлайн-платформы.

Глава 2. Порядок маркировки онлайн-рекламы

3. Маркировке подлежит онлайн-реклама, размещаемая инфлюенсерами (блогерами) на коммерческой и (или) договорной основе, в том числе если:

- 1) инфлюенсер (блогер) является участником либо акционером рекламодателя или рекламораспространителя;
- 2) инфлюенсер (блогер) получает эксклюзивные условия использования рекламируемых товаров, работ или услуг;
- 3) контент содержит ссылки на товары, работы или услуги с акциями и (или) со сниженной ценой, а также ссылки на интернет-ресурсы, аккаунты рекламодателя или рекламораспространителя на онлайн-платформах.

4. Маркировка осуществляется в текстовом формате с возможностью ее идентификации.

В случае распространения и (или) размещения онлайн-рекламы в звуковой или аудиовизуальной форме маркировка осуществляется перед началом онлайн-рекламы.

5. Маркировка содержит текстовое указание о том, что размещенный материал является рекламой.

Текстовое указание содержит одну из следующих формулировок:

- «жарнама»;
- «жарнамалық материал»;
- «серіктестік материал»;
- «демеушілік материал»;
- «жарнама құқығында»;
- «демеушімен төленген»;

- «PR құқығында»;
- «реклама»;
- «рекламный материал»;
- «партнерский материал»;
- «спонсорский материал»;
- «на правах рекламы»;
- «оплачено спонсором»;
- «на правах PR».

6. Маркировке не подлежит:

1) онлайн-реклама, размещаемая на сервисе обмена мгновенными сообщениями;

2) реклама в теле-радиопрограммах или их фрагментах, размещенных на аккаунтах телерадиоканалов на онлайн-платформах;

3) социальная реклама.

7. Таргетированная онлайн-реклама, размещаемая на онлайн-платформах, маркируется самостоятельно в автоматическом режиме с использованием технических возможностей онлайн-платформы.