

Марка (наименование) табачных изделий

Под маркой (наименованием) в целях настоящей главы понимается ассортиментная позиция табачных изделий, отличающаяся от других марок (наименований) одним или несколькими из следующих признаков - индивидуализированным обозначением (названием), присвоенным производителем или лицензиаром, рецептурой, размерами, наличием или отсутствием фильтра, упаковкой

Источник: "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 № 117-ФЗ (редакция от 03.12.2012)