

О рекламе электронных сигарет

Письмо ФАС России от 03.03.2011 № АК/7349

ФАС России, в связи с поступающими запросами территориальных органов о рекламе «электронных сигарет», сообщает.

Статьей 23 Федерального закона «О рекламе» установлены требования и ограничения в отношении рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров.

Таким образом, перечень товаров, на рекламу которых распространяются положения указанной нормы Федерального закона «О рекламе», не является исчерпывающим.

Поскольку «электронные сигареты» используются для совершения действий, аналогичных процессу курения, и в зависимости от модели могут содержать никотин и иные вещества, содержащиеся в табачных изделиях, «электронные сигареты», по мнению специалистов ФАС России, также могут быть отнесены к категории товаров, подобных табачным изделиям и курительным принадлежностям.

В связи с изложенным реклама «электронных сигарет» должна осуществляться с учетом положений статьи 23 Федерального закона «О рекламе».

В отношении рекламы товаров, подобных табачным изделиям и курительным принадлежностям, применяются положения частей 1, 2 статьи 23 Федерального закона «О рекламе», соответственно реклама «электронных сигарет», по мнению специалистов ФАС России, также должна соответствовать данным нормам.

Вместе с тем, требования части 3 статьи 23 Федерального закона «О рекламе» на рекламу таких товаров не распространяются.