## Барбершоп is close, WC закрыт.
## какие иностранные вывески под запретом с 1 марта и чем будем их заменять?

**С 1 марта 2026 года в России вступил в силу федеральный закон, который меняет правила оформления вывесок, указателей и любой информации для потребителей. Если раньше английские слова на фасадах зданий были привычным элементом городского ландшафта, то теперь за каждую иностранную букву на вывеске бизнес может заплатить серьёзную цену.**

В прямом эфире с Михаилом Белозеровым, адвокатом и партнёром коллегии адвокатов «Legio» мы разбирались в нюансах законодательства.

**Зачем  нам вообще этот закон?**
Многие предприниматели воспринимают нововведения как бюрократическую нагрузку, но у законодателя есть две конкретные цели.
*– Первое – закон принят в целях защиты русского языка, – объясняет адвокат. – В пояснительной записке к закону прямо указано: современные плакаты и вывески буквально пестрят англицизмами. Это рассматривается как агрессивное воздействие иностранного языка на потребителей и граждан России.*
Вторая цель – защита потребителя от введения в заблуждение. Классический пример, который привёл эксперт, касается мужских парикмахерских:
*– Смысл нововведения заключается в нивелировании этого агрессивного воздействия. Кроме того, закон направлен на защиту потребителя. Возьмём классический пример: вывеска «Barbershop». Для человека, не владеющего английским языком, слово «barber» может ассоциироваться с баром, то есть с продажей напитков, а не с мужской парикмахерской.*
**Таким образом, государство решает две задачи: сохраняет культурную идентичность и обеспечивает прозрачность рынка для конечного клиента.**

**Кто подпадает под действие закона: зона ответственности**
Первый вопрос, который возникает у бизнесменов: касается ли это меня? Ответ кроется в том, какие законодательные акты были изменены.
*– Важно отразить, что закон вносит изменения в закон «О защите прав потребителей» И соответственно все, кто работает с потребителями, подпадают под новые изменённые правила,* – уточняет Михаил Белозеров.
Если вы занимаетесь оптовой торговлей (B2B), формально менять ничего не нужно. Однако на практике грань может быть тонкой, и юристы рекомендуют исходить из того, что любой бизнес, имеющий физическую точку доступа для людей, попадает в зону риска.

Наиболее актуальные изменения касаются предприятий, имеющих вывески: кафе и ресторанов, магазины и торговые точки, парикмахерские и салоны красоты, пункты выдачи заказов и любые заведения, куда потребитель приходит для получения товара или услуги.

*– Условно можно взять улицу Вайнера в Екатеринбурге и её вывески – всё это очень хорошо подпадает, – комментирует эксперт. – Сразу видно, кому нужно переименоваться, а кому нет: латиница и английские слова до кучи. Поэтому переименовываться надо.*

**Застройщики готовились давно**

Отдельно стоит упомянуть застройщиков. Для них закон предусматривает особые требования: наименования жилых комплексов, кварталов и домов должны осуществляться на русском языке.

*– Это отдельная статья закона. Наименование жилых комплексов должно быть осуществлено на русском языке, и здесь можно использовать транслитерацию, им можно. Например, «Clever Park» можно записать как «Клевер Парк» и проблем не будет,* — разъясняет Михаил Белозеров.

**Если здание вводится в эксплуатацию после 1 марта 2026 года, его наименование должно соответствовать закону. Застройщики, зная о законе заранее, уже начали выполнять эти требования, но тем, кто затянул, придётся переименовываться.**

**Что именно нужно менять: перечень объектов**

Что считается вывеской, а что нет? Эксперт разъяснил, что перечень объектов, подпадающих под регулирование, фактически открыт.

Вот полный список того, что придётся привести в соответствие с нормами русского языка:

**Вывески.** Все конструкции на фасадах, над входами, вдоль улиц.

**Указатели.** Любые знаки, указывающие направление к месту оказания услуги. Даже если указатель стоит не на стене, а представляет собой отдельную конструкцию в торговом центре.

**Таблички и знаки.** Сюда относятся любые информационные носители. Классические примеры, которые привычны глазу, но теперь незаконны без перевода: таблички «Open/Close» на дверях, знаки «Sale» (распродажа).

В пояснительной записке прямо перечислены слова, использование которых без перевода не допускается: «кафе», «open», «close», «barbershop» и другие. Это значит, что формально даже изображение туалета с надписью «WC» должно быть приведено в соответствие, например, заменено на «Туалет» или продублировано русским словом.

**Обозначения туалетов.**

– У нас обычно туалет обозначается WC – аббревиатура от английского «water closet». Да, мы привыкли, что формально даже это изображение подпадает под требования этого закона. И, соответственно, нужно приводить будет в соответствие, — предупреждает Михаил Белозеров.

**Иные технические приспособления и сооружения.** Закон не даёт чётких нормативов, что считать сооружением. Это может быть любая конструкция рядом с входом, несущая потребительскую информацию.

**Этикетки и ценники.** Если этикетка находится не на товаре, а рядом со стойкой, или является частью информационной среды магазина, она также подпадает под требования.

**Звуковая информация.** Аудиореклама в торговых центрах или на улице тоже регулируется.

– *Если вы в торговом центре или на улице используется голосовое информирование, то сначала вы должны услышать его на русском языке, а потом на иностранном, причем с одинаковой громкостью*, – поясняет эксперт.

**Технические требования к оформлению: как писать правильно**

Просто добавить перевод к иностранному слову недостаточно. Закон и сопутствующие нормативные акты о государственном языке РФ предъявляют строгие требования к тому, как именно должен выглядеть перевод на вывеске.

**Три главных правила, которые нельзя нарушать:**

**1. Приоритет русского языка.**

Перевод на русский язык должен располагаться **перед** иностранным обозначением.

– *Рядом с названием обязательно перевод на русский язык. Причем перевод на русский язык должен быть перед английским обозначением. Если написать Beauty Studio, а потом «Студия красоты», то это будет неверно и нарушением закона. Поэтому сначала русские буквы, потом английские*, — настаивает юрист.

**2. Запрет на транслитерацию.**

Нельзя просто написать иностранное слово русскими буквами. Например, слово «barbershop» нельзя писать как «барбершоп», если этого слова нет в официальном словаре общеупотребимых заимствованных слов. Нужно использовать перевод: «Мужская парикмахерская».

«Если по-русски написать бьюти студия, это тоже будет нарушением. Просто транслитерацию. Здесь нужно не beauty писать, а перевод. Почему нужно писать перевод? Потому что цели закона – это недопущение введения потребителя в заблуждение», — объясняет Михаил.

**Транслитерация допускается** в исключительных случаях: например, как было сказано ранее – для застройщиков или если слово уже вошло в словарь общеупотребимых заимствованных слов.

**3. Сопоставимость параметров.**

Это одно из самых важных и часто нарушаемых правил. Перевод должен быть сопоставим с иностранным текстом по размеру, жирности шрифта и разборчивости.

Нельзя написать название магазина огромными английскими буквами, а русский перевод пристроить снизу мелким шрифтом. Буквы должны быть одинаковыми, шрифт одинаковой жирности, яркость и контрастность текста также должны совпадать.

– Основная идея в том, чтобы потребитель одинаково легко воспринимал информацию на обоих языках. Самое главное требование русского языка выполнено, — резюмирует Белозеров.

**Исключения: как законно оставить иностранное название**

Предприниматели активно ищут способы сохранить брендинг, особенно если название компании стало узнаваемым.

Закон предусматривает несколько исключений, используя которые, можно легально использовать иностранные слова без перевода.

**1. Зарегистрированный товарный знак.**

Это самый надёжный способ защиты. Если у вас зарегистрирован товарный знак в Роспатенте, и в него входит слово на иностранном языке (например, «Ozon», «Wildberries», «H&M»), вы можете использовать его на вывеске без перевода.

– Самый простой вариант – если у вас зарегистрированы товарные знаки, в товарном знаке у вас есть слово на иностранном языке, без перевода, без ничего, просто слово, вы можете его использовать на вывеске, вопрос снимается», — утверждает Михаил Белозеров.

Это касается как правообладателей, так и тех, кто использует знак по лицензионному договору (например, франчайзи пунктов выдачи заказов).

Важно: защита действует только после получения свидетельства о регистрации.Сама по себе подача заявки не даёт права использовать вывеску без перевода.

**2. Фирменное наименование.**

Это наименование юридического лица, зарегистрированное в ЕГРЮЛ. Если вы зарегистрировали ООО с названием на английском языке (что допускается законодательством), вы можете использовать это название на вывеске. Однако есть нюанс: деятельность должна вестись от имени этого юридического лица.

– *Если установят, что у вас есть одно юрлицо, с вывеской, а услуги внутри этого заведения оказываются ИП Ивановым – это будет немножечко не то,* — предостерегает адвокат.

**3. Слова, вошедшие в официальный словарь.**

Правительство РФ утверждает ***словарь общеупотребимых иностранных слов***, которые можно писать на русском языке в транслитерации. Например, слово «бургер» есть в словаре, поэтому писать «бургер» кириллицей можно. А слова «барбершоп» в словаре нет, поэтому его нужно переводить.

– *Словарь этот установлен распоряжением правительства. И он диктует нам слова, имеющие иностранное происхождение, но которые можно писать по-русски. Соответственно, те слова, которых в этом словаре нет, придется полностью переводить на русский язык*, — разъясняет Михаил.

Рекомендуем заглянуть в этот словарь перед тем, как заказывать вывеску.

**Практические советы: что делать бизнесу прямо сейчас**

**Проведите аудит вывесок.** Пройдитесь вокруг своей точки, зайдите внутрь, проверьте меню, таблички на дверях, форму сотрудников. Выпишите все иностранные слова.

**Проверьте официальный словарь общеупотребимых иностранных слов.** Если слово там есть (например, «блогер», «бургер»), его можно писать кириллицей. Если нет (например, «барбершоп», «фьюзинг») – нужен перевод.

Если хотите сохранить название – **подайте заявку на регистрацию товарного знака**. Это займёт от 6 месяцев до года. Пока идёт регистрация, вывеску лучше привести в соответствие, чтобы избежать штрафов, либо быть готовым обосновать в суде, что меры приняты (заявка подана), чтобы получить предупреждение.

При заказе новых вывесок **требуйте от дизайнеров соблюдения правил**: русский текст первым, шрифты одинаковые, яркость одинаковая.

**Не экономьте на переводе.** Как показывает практика, стоимость новой вывески несопоставима со стоимостью штрафа. Лучше потратиться один раз на изготовление корректной конструкции, чем платить государству регулярно.

**Ответственность и штрафы**

Кто придёт с проверкой?

Компетенция распределена между несколькими органами: Роспотребнадзор (основной контролирующий орган), прокуратура (общая компетенция), муниципальные органы (согласование вывесок), ФАС (если информация квалифицируется как реклама).

**Размеры штрафов могут быть существенными:**

- За нарушение требований к информации для потребителей: до 500 000 рублей для юрлиц, 4–20 000 рублей для ИП,
- За продажу товара с нарушением языковых требований: 30–40 000 рублей для юрлиц, 3–4 000 рублей для ИП.

При этом, отмечает эксперт, если нарушение совершено впервые и не повлекло тяжких последствий, можно ходатайствовать о замене штрафа на предупреждение. Это право нужно заявлять самостоятельно, однако полагаться на него постоянно нельзя: предупреждение можно получить один раз, в дальнейшем последуют финансовые санкции.

**Вывод: русский язык копейку бережёт**

Новое законодательство знаменует собой конец эпохи бесконтрольного использования иностранной лексики в российском ритейле и сфере услуг. Государство чётко обозначило приоритет русского языка в информационном пространстве. Для предпринимателей это вызов, требующий внимательности и дополнительных затрат, но игнорирование требований несёт куда большие риски.

Как отметил Михаил Белозеров, закон написан не всегда конкретно, и многое будет зависеть от складывающейся судебной практики после 1 марта. Проверяющие органы наверняка имеют планы по мониторингу вывесок. Поэтому лучшая стратегия: не ждать первого штрафа, а заранее привести свои активы в соответствие с нормами. Использование исключений в виде товарных знаков – разумный путь для тех, кто дорожит брендом, но он требует времени и инвестиций.

СМОТРЕТЬ ЗАПИСЬ ЭФИРА