



ПАМЯТКА: РУССКИЙ ЯЗЫК НА ВЫВЕСКАХ И В ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ПАМЯТКА:

МВМ.MOS

МАЛЫЙ БИЗНЕС МОСКВЫ

РУССКИЙ ЯЗЫК НА ВЫВЕСКАХ
И В ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

С 1 марта 2026 года вступили в силу поправки в закон «О защите прав потребителей»¹. Они ввели новые требования к использованию русского языка на вывесках, табличках и в любой информации для клиентов, размещенной в местах обслуживания.

Эта памятка поможет разобраться, что нужно срочно скорректировать, а что можно оставить без изменений.



НОВЫЕ ПРАВИЛА:

Вся информация для публичного ознакомления потребителей теперь должна быть на русском языке. Это касается:

- вывесок («Магазин», «Салон красоты», «Кофейня» и др.)
- информационных табличек в помещении («Открыто»/«Закрыто», «Касса», «Туалет», «Гардероб», «Акция» и др.)
- указателей и навигации для клиентов
- плоскостных конструкций, с которыми знакомится клиент
- сайтов организаций



КОГДА МЕНЯТЬ ТЕКСТ ОБЯЗАТЕЛЬНО

Если он написан только на иностранном языке – обязательно менять или дополнять переводом на русский.

ПРИМЕРЫ

Общие названия

БЫЛО

«WELCOME», «SHOP», «RESTAURANT», «OPEN»,
«SALE», «COFFEE», «OFFICE», «FRESH».

КАК НАДО

«ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ», «МАГАЗИН»,
«РЕСТОРАН», «ОТКРЫТО», «СКИДКА», «КОФЕ»,
«ОФИС», «СВЕЖИЕ ПРОДУКТЫ».

Указатели внутри магазина

БЫЛО

«CASH», «WC», «ENTRANCE», «EXIT».

КАК НАДО

«КАССА», «ТУАЛЕТ», «ВХОД», «ВЫХОД».

Описания, слоганы на витринах и любые надписи тоже должны быть на русском, если не являются зарегистрированным товарным знаком.

¹ Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1

ПАМЯТКА:

РУССКИЙ ЯЗЫК НА ВЫВЕСКАХ
И В ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

МВМ.MOS
МАЛЫЙ БИЗНЕС МОСКВЫ



КОГДА МЕНЯТЬ ТЕКСТ НЕ НУЖНО

Без перевода можно оставить:

- ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ И ЗНАКИ ОБСЛУЖИВАНИЯ – БРЕНДЫ

Если слово или фраза зарегистрированы как товарный знак (знак обслуживания), их можно использовать в оригинальном написании.

Важно: это касается только самого названия бренда. Если под брендом написан слоган, то он должен быть на русском (в случае если он не зарегистрирован в части товарного знака).

- ФИРМЕННЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ

Официальные названия из ЕГРЮЛ использовать на вывеске можно (например, ООО «ИНГЛИШ»). Но меню, цены и информацию об услугах — только на русском.

Обязательная информация (статьи 8, 9, 10 ЗоЗПП)

Сведения, которые нужно донести до потребителя по закону (информация о себе, о товаре, о сроке годности, цене и т.д.), и так должны быть на русском языке. Новые правила эту обязанность не отменяют, а дополняют.

ОТДЕЛЬНЫЕ ИСКЛЮЧЕНИЯ



Закон не касается:

- личных имен
- текстов для обучения иностранным языкам
- частной переписки
- научной и узкоспециализированной терминологии
- стандартов и технической документации

ПАМЯТКА:

РУССКИЙ ЯЗЫК НА ВЫВЕСКАХ
И В ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

MBM.MOS

МАЛЫЙ БИЗНЕС МОСКВЫ



ДУБЛИРОВАНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Если вы решили оставить иностранный текст, но добавить к нему русский перевод, соблюдайте три правила равнозначности:

1. СОДЕРЖАНИЕ:

текст на русском должен быть идентичен по смыслу иностранному.

ОШИБКА:

написано «Beauty Studio», а внизу мелко «Бьюти Студия»
(это не перевод, а транслитерация).

ПРАВИЛЬНО:

написано крупно «Студия Красоты» и рядом (или ниже) «Beauty Studio». Русский текст точно передает смысл.

2. РАЗМЕЩЕНИЕ:

русский текст должен быть расположен так же заметно, как иностранный.

ОШИБКА:

иностранное слово крупно в центре вывески, а русский перевод – мелко в углу.

ПРАВИЛЬНО:

оба текста находятся в равнозначных местах (например, рядом или один под другим).

3. ТЕХНИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ:

шрифт, цвет и размер букв должны быть одинаковыми.

ОШИБКА:

«NOGTEVAYA STUDIYA» написано жирным красным шрифтом, а «Ногтевая студия» – тонким серым.

ПРАВИЛЬНО:

«Ногтевая студия / Nail Studio» – шрифт одного цвета, размера и начертания.

ГЛАВНЫЙ ПРИНЦИП:

русский текст не должен быть менее заметным, чем иностранный.



ГДЕ ПРОВЕРИТЬ СЛОВО

В словаре иностранных слов:

Если слово там есть – его можно использовать.
Если нет – лучше перевести.

