



Максим Али
Партнер практики IP,
Comply



Анастасия Сковпень
Юрист в сфере IP & FMCG
Член AIPPI, лектор RPPA

Бизнес по-русски: что изменят поправки о языке?





Максим Али
Партнер практики IP,
Comply



Анастасия Сковпень
Юрист в сфере IP & FMCG
Член AIPPI, лектор RPPA

Бизнес по-русски: что изменят поправки о языке?

Совет по культуре речи при Губернаторе Санкт-Петербурга.

ДАВАЙТЕ ГОВОРИТЬ КАК ПЕТЕРБУРЖЦЫ



Людмила ВЕРБИЦКАЯ —
один из авторов серии словарей
«Давайте говорить правильно»

Вместо иностранных слов можно использовать русские:

- Стикер - наклейка
- Флаер - листовка
- Постер - плакат
- Бренд - марка
- Бартер - обмен
- Контент - содержание
- Софт - программное обеспечение
- Апгрейд - обновление
- Линк - ссылка
- Массмедиа - средства массовой информации

«Слово — одежда всех фактов, всех мыслей»
М. Горький

Совместный проект Правительства Санкт-Петербурга и
Санкт-Петербургского Государственного университета.



было:

Comply.



стало:

Соответствуй.

Comply.

comply.ru | t.me/comply_ru | info@comply.ru

– А что случилось?

2005

Русский язык обязателен для любых организаций и в рекламе - **принят 53-ФЗ**

– А что случилось?

2023

Язык должен соответствовать **нормативным словарям**

поправки (52-ФЗ)

2005

Русский язык обязателен для любых организаций и в рекламе - **принят 53-ФЗ**

– А что случилось?

2025

Правительство утверждает **список** нормативных словарей

распоряжение № 1102-р

2023

Язык должен соответствовать **нормативным словарям**

поправки (52-ФЗ)

2005

Русский язык обязателен для любых организаций и в рекламе - **принят 53-ФЗ**

– А что случилось?

2026

Информация для потребителей должна быть **на гос.языке**

поправки (168-ФЗ)

2025

Правительство утверждает **список** нормативных словарей

распоряжение № 1102-р

2023

Язык должен соответствовать **нормативным словарям**

поправки (52-ФЗ)


2005


Русский язык обязателен для любых организаций и в рекламе - **принят 53-ФЗ**

– А что случилось?

2026	Информация для потребителей должна быть на гос.языке	поправки (168-ФЗ)
2025	Правительство утверждает список нормативных словарей	распоряжение № 1102-р
2023	Язык должен соответствовать нормативным словарям	поправки (52-ФЗ)
2005	Русский язык обязателен для любых организаций и в рекламе - принят 53-ФЗ	

РАЗЪЯСНЕНИЯ
РОСПОТРЕБНАДЗОРА

 **28.02.2026** – о вступлении
изменении в ЗоЗПП с 1 марта

 **03.03.2026** – об отдельных аспектах использования
русского языка, с обновленным руководством

1

Русский язык – синтетический.
Словарь не может зафиксировать
все варианты словообразования

1

Русский язык – синтетический.
Словарь не может зафиксировать
все варианты словообразования

2

Словари устаревают.
Формально они должны обновляться
не реже 1 раза в 5 лет

1

Русский язык – синтетический.
Словарь не может зафиксировать
все варианты словообразования

2

Словари устаревают.
Формально они должны обновляться
не реже 1 раза в 5 лет

3

Закрытый перечень иностранных слов
без аналогов. В нем не будет всей возможной
зарубежной лексики

1

Русский язык – синтетический.
Словарь не может зафиксировать
все варианты словообразования

2

Словари устаревают.
Формально они должны обновляться
не реже 1 раза в 5 лет

3

Закрытый перечень иностранных слов
без аналогов. В нем не будет всей возможной
зарубежной лексики

4

Сложившиеся практики коммуникации.
Пример: офлайн vs. оффлайн

1

Русский язык – синтетический.
Словарь не может зафиксировать
все варианты словообразования

2

Словари устаревают.
Формально они должны обновляться
не реже 1 раза в 5 лет

3

Закрытый перечень иностранных слов
без аналогов. В нем не будет всей возможной
зарубежной лексики

4

Сложившиеся практики коммуникации.
Пример: офлайн vs. оффлайн

5

РКН vs. филологи: что считать
нецензурной бранью?



ЗОНЫ РИСКА

B2B2C

Публичная информация.
? Которая не касается режима работы, изготовителя, правил эксплуатации и т.д.

РОСПОТРЕБНАДЗОР: НАРУШЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

B2B / B2C

! Есть другое нарушение ФЗ «О рекламе», кроме русского языка. Например, введение в заблуждение

ФАС РОССИИ: НЕЗАКОННАЯ РЕКЛАМА



ЗОНЫ РИСКА

ИСКЛЮЧЕНИЯ

B2B2C

B2B / B2C

- Товарные знаки
- Фирменные наименования
- Дескриптор

Публичная информация
? Которая не касается режимов работы, инструкций по использованию, информации об изготовителе, правил эксплуатации и т.д.

Другое нарушение ФЗ «О рекламе», кроме русского языка.
Например, введение в заблуждение

РОСПОТРЕБНАДЗОР: НАРУШЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ФАС РОССИИ: НЕЗАКОННАЯ РЕКЛАМА

Ответственность за нарушение в мемах

Штраф ФАС

- ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ
- до 500 000 руб.



Штраф РПН

- ч. 1 ст. 14.8 КоАП РФ
- до 10 000 руб.



Ответственность за нарушение в мемах

Предписание ФАС

- ч. 2.4 ст. 19.5 КоАП РФ
- штраф до 500 000 руб.



Предписание РПН

- ч. 1 ст. 19.5 КоАП РФ
- дисквалификация руководителя до 3 лет

Названия и маркировка продукции: нужно ли применять нормативный словарь?

ДА



- Технические регламенты содержат нормы об использовании русского языка, которые могут признаваться бланкетными для ФЗ «О гос. языке РФ».

Например:

- ТР ЕАЭС 037/2016
- ТР ТС 017/2011
- ТР ТС 022/2011

- Позиция Смоленской ЦТУ ФТС России 2014 года: товар должен соответствовать «требованиям Технического регламента и российского законодательства»

НЕТ

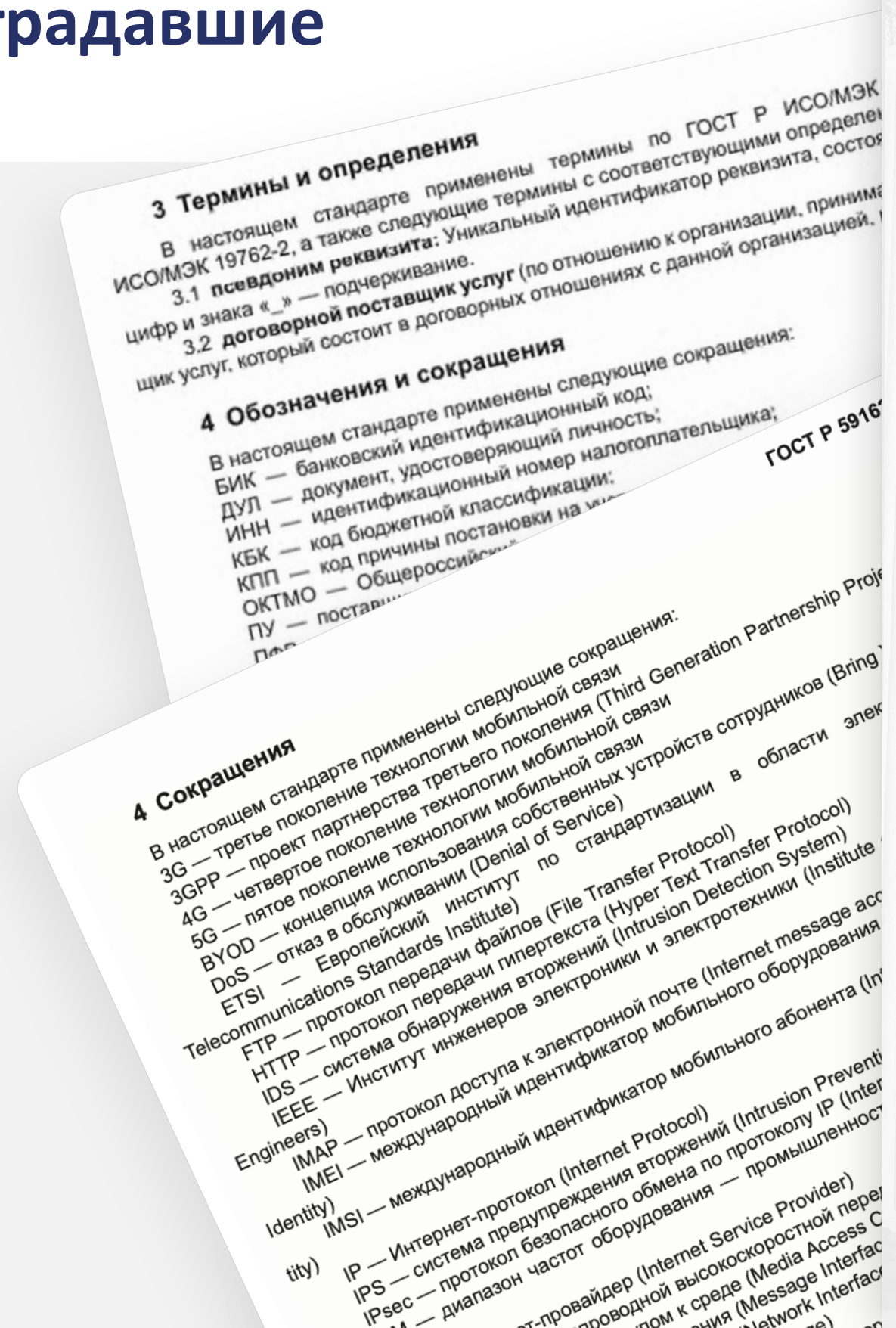


- ФЗ не может изменять международное регулирование, в т.ч. договор ЕАЭС
- Проект ФЗ, по словам авторов, не противоречил договору ЕАЭС
- Технические регламенты ЕАЭС допускают «придуманные» названия продуктов
- Составители Словаря иностранных слов признают его краткий характер и отсутствие в нем профессиональных жаргонов

QR, SMS, VIP, 2FA и другие пострадавшие

ГОСТ 56042-2014 есть, а слова нет.
Нужен ли перевод для технической терминологии?

- Что значит: «Вопросы маркировки на практике разрешаются в рамках соблюдения требований законодательства РФ о техрегуливании»?
- «Код быстрого ответа», «куар», «кьюар» – как переводить аббревиатуру «QR»?
- Слова в написании латиницей (e-mail) и слова-кентавры (SMS-сообщение) не вошли в словарь из-за ограниченного объема, а не потому, что они запрещены



Товарные знаки и фирменные наименования: сложные вопросы

Использование чужого знака

РПН допускает **только** для «законных пользователей»

Использование чужого фирменного наименования

РПН **не** допускает возможность использования другими лицами

Использование только словесной / неохрняемой части товарного знака

Подход 1 (ТР ТС 006/2011):

Требование о языке не распространяется на текст, «входящий» в товарный знак

Подход 2 (ФАС в деле № 4-14.3-899/77-16):

Довод об использовании знака отклонен, т.к. спорный текст является неохрняемым элементом и не служит для целей индивидуализации

Использование товарных знаков, зарегистрированных за пределами территории РФ

Напрямую не запрещено, но сомнительно, учитывая ст. 1479 ГК РФ. Аналогично – с использованием знаков за пределами зарегистрированных классов. Однако для фирменных наименований есть ст. 8 Парижской конвенции

Требования к дескрипторам и транслитерации

Последовательность перевода

Сначала – слово на русском (РПН)

Размеры перевода

Критично для РПН (важен цвет, тип, размер и даже регистр шрифта), не столь критично – для ФАС

Транслитерация нарицательных слов

Подход 1 (Орловский УФАС в деле № 057/05/18-484/2024):
Управление допустило написание русских слов в латинице в рекламном SMS – даже после вступления в силу 52-ФЗ

Подход 2 (6 и 8 КСОЮ в делах № 88-5466/2025, № 88-2004/2025):
Латинский шрифт в SMS нарушает ЗоЗПП

Транслитерация имен собственных

Для незарегистрированных брендов проблемы могут быть даже с кириллицей.
Позиция РПН: Beauty Studio ≠ Бьюти Студия



Правила транслитерации можно проверить в ГОСТ 7.79-2000 (ИСО 9-95)

Матрица рисков для онлайн

	Направление	Риск	Материальность
Сайт-визитка	B2B	● ● ●	● ● ●
	B2C	● ● ●	● ● ●
Интернет-магазины и маркетплейсы	B2B	● ● ●	● ● ●
	B2C	● ● ●	● ● ●
Социальные сети	B2B	● ● ●	● ● ●
	B2C	● ● ●	● ● ●
Реклама	B2B	● ● ●	● ● ●
	B2C	● ● ●	● ● ●

Выводы

1

Соотносите расходы и риски
Жесткие санкции за рекламу отчасти
компенсируются умеренным подходом ФАС и
ФЗ «О рекламе». В сфере ЗоЗПП все наоборот

2

Помните о рисках предписания
Исполнить предписание в оффлайне сложнее,
но его игнорирование может обернуться
дисквалификацией

3

Помните, что товарные знаки – не панацея
Их всегда полезно регистрировать для якорных
брендов компании. Но иметь ТЗ на все случаи
жизни вряд ли получится

4

Оценивайте все каналы коммуникации
Как страницы сайтов и экраны приложений, так
и менее очевидные – SMS, рассылки, упаковки
товаров

Вопросы?



Максим Али

Партнер практики IP, Comply

maxim.ali@comply.ru

+7 (981) 699-6036



Анастасия Сковпень

Юрист в сфере IP & FMCG

t.me/vychislit_po_IP



info@comply.ru



t.me/comply_ru



t.me/vychislit_po_IP

