Как защитить компанию от рекламных и privacy троллей

Секция 3 | Кризисы и ответственность

Артем Дмитриев | Управляющий партнер | Comply

Privacy is respect

1 В чём проблема?



Активностей троллей



Динамика жалоб в ФАС и РКН



Экономика троллинга

1.1 Активность троллей

Гражданин № 1

2 400+

споров в СОЮ
по расходам
и моральному вреду

Гражданин № 2

233+

обращения в ФАС
и 46+ споров в СОЮ
по рекламе

Гражданин № 3

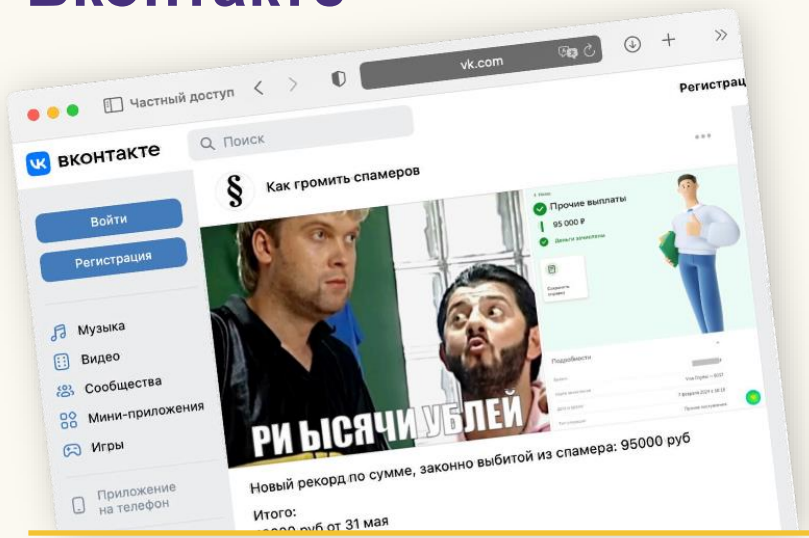
38+

однотипных споров
в СОЮ по взысканию
расходов

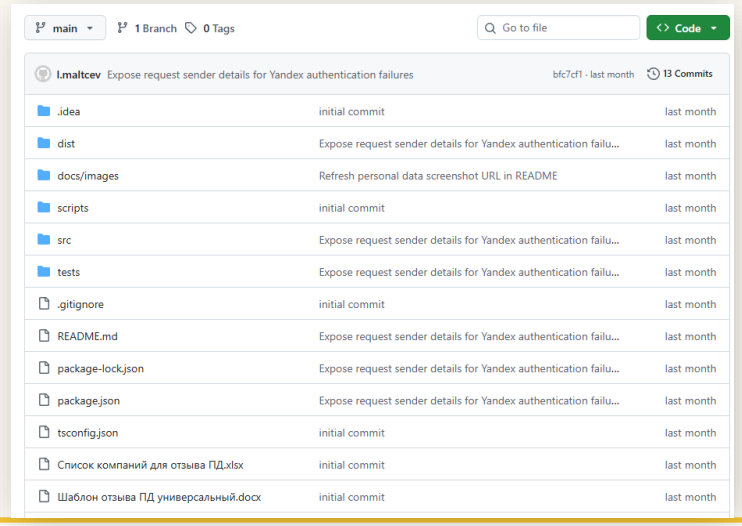
⚠ Атакуют группой ⚠ Один шаблон на все бренды ⚠ Жалоба по каждой рассылке ⚠

1.1 Активность троллей

Сообщество Вконтакте



Плагин для запросов



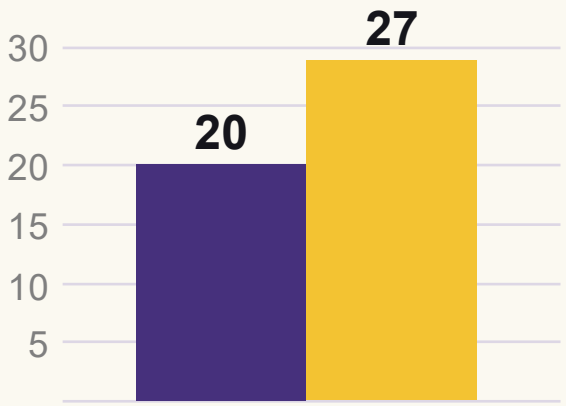
Книга от/для троллей



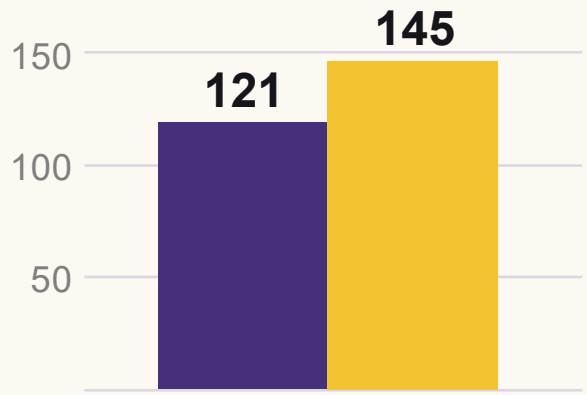
» Один активный заявитель – десятки споров с компаний, одна ошибка компании – десятки жалоб и претензий

1.2 Динамика жалоб в ФАС и РКН

ФАС, тыс. **+34%**



РКН, тыс. **+20%**



Обязаны рассмотреть каждую жалобу,

кто бы её ни подал,
и какой бы она ни была

Возбуждённых дел
4 209 → 3 976

В **~10%** жалоб не
выявлено нарушений

1.2 Динамика жалоб в ФАС и РКН

ФЗ «О рекламе» НЕ требует добросовестности

ФАС: мотивы заявителя не важны, важно только нарушение

Башкортостанское УФАС
№ 002/05/18-537/2025

Ст. 10 ГК РФ НЕ применяют к публичным делам

Суд: отклоняет довод о троллинге, как минимум, если нет мотивировки

АС УО № А07-42725/2024

» Довод «это тролль» на практике не очень. Хотя **КС** / **ВС** добросовестность – универсальный принцип, а повторные обращения могут быть злоупотреблением

1.3 Экономика троллинга

Штраф 38/152-ФЗ

1 млн ₽ + доход от НДК

+

Количество требования

+

Изменения

процессы и системы

×

Компенсация

мор. вред + штраф 50%

+

Расходы

представитель, почта

+

Защита

время, service fee

=

Прямой доход тролля

Сопутствующий ущерб

XXX XXX ₽

один тролль / год



2 Что делать?



Анти-троллинг



Комплаенс оснований

Рекламный и контент-комплаенс

2.1 Анти-троллинг

Минимизировать возможный ущерб

- **Раскрыть все коммуникации сразу**
  100+ писем – одно производство
- **Не покупать ретро-согласия**
  АС ВО № А12-10197/2026
- **После победы взыскать расходы**
  ст. 152 ГК, АС ВСО № А19-1402/2024
- **Отписать и зафиксировать**
  прекратить рассылки / обработку ПД

2.1 Анти-троллинг

Минимизировать возможный ущерб

- **Раскрыть все коммуникации сразу**
  100+ писем – одно производство
- **Не покупать ретро-согласия**
  АС ВО № А12-10197/2026
- **После победы взыскать расходы**
  ст. 152 ГК, АС ВСО № А19-1402/2024
- **Отписать и зафиксировать**
  прекратить рассылки / обработку ПД

Доказать недобросовестность тролля

- **Игнорирует opt-out отписку**
  АС ЦО № А62-8677/2022
- **Угрожает крупными штрафами**
  Свердловское УФАС № 066/05/18-355/2025
- **Требует денег в претензиях и исках**
  17 ААС № А60-39754/2024
- **Шлёт массовые претензии**
  Свердловское УФАС № 066/05/18-4971/2024

2.2 Комплаенс оснований

- Правовые баги
- Организационные баги
- Технические баги



2.2.1 Юр-баги: Галочка и текст

E-mail

Телефон

☐ Я согласен получать **рекламу** [бренда] и [партнёров] **по e-mail и SMS**, а также на **обработку** указанных выше персональных данных в течение **5 лет**, если ранее не **откажусь** по privacy@company.ru

Подписаться

Инсайты Московского УФАС

- **Одно волеизъявление** – два согласия (ст. 18 38-ФЗ и ст. 15 152-ФЗ)
- **Мульти-операторское/РР согласие ОК**, если ссылка на закрытый перечень партнёров в согласии
- **Риска «вписанности» нет**, если согласие на рекламу – отдельное действие, а отказ не мешает заказу

» Решение МУ ФАС № 077/01/14.8-15397/2025
Запись ЭС МУ ФАС от 7 октября 2026 г.

2.2.1 Юр-баги: Идентификация

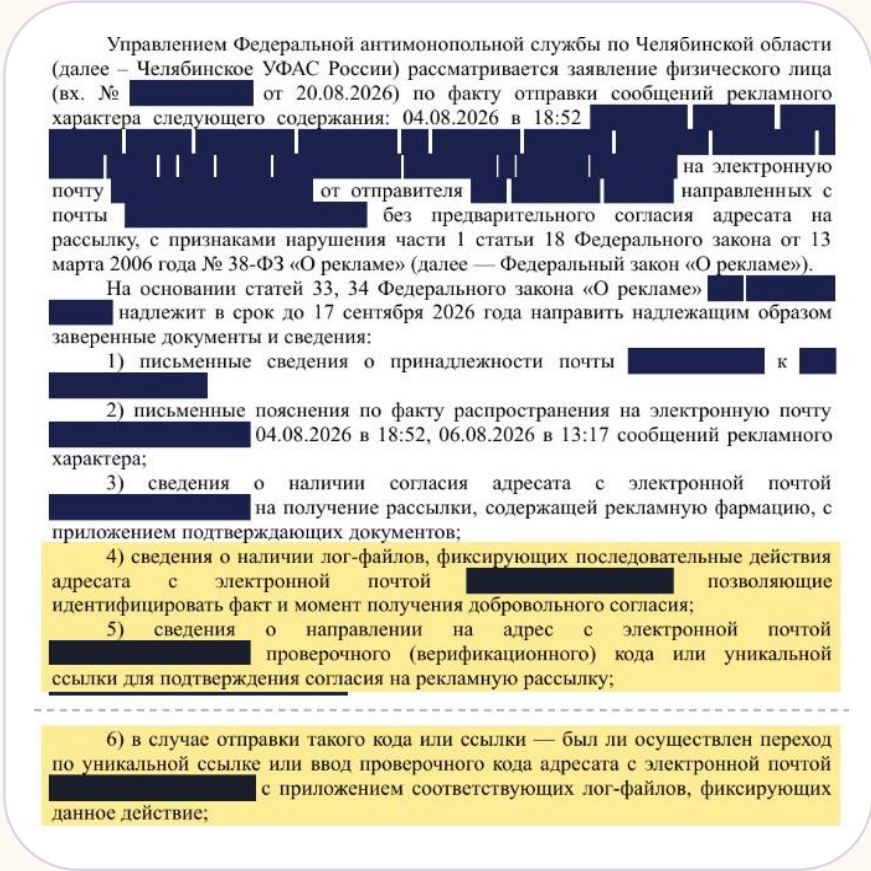
2012 **ПП ВАС № 58 п. 15** В любой форме, достаточной для идентификации и подтверждения

2019 ✖ **Письмо ФАС № ДФ/98054/19** Не установил, кто дал согласие – оно ненадлежащее

2021 **АС СО № А55-35726/2021** Веб-форма без верификации – ненадлежащее согласие

2023 **АС ЦО № А62-7498/2022** Не обязаны и нет возможности верификации, презумпция

2026 **Запросы УФАС** Лог связывает согласие с адресатом: код, ссылка, переход



Управлением Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) рассматривается заявление физического лица (вх. № [redacted] от 20.08.2026) по факту отправки сообщений рекламного характера следующего содержания: 04.08.2026 в 18:52 [redacted] на электронную почту [redacted] от отправителя [redacted] направленных с почты [redacted] без предварительного согласия адресата на рассылку, с признаками нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»).

На основании статей 33, 34 Федерального закона «О рекламе» [redacted] надлежит в срок до 17 сентября 2026 года направить надлежащим образом заверенные документы и сведения:

1) письменные сведения о принадлежности почты [redacted] к [redacted]

2) письменные пояснения по факту распространения на электронную почту [redacted] 04.08.2026 в 18:52, 06.08.2026 в 13:17 сообщений рекламного характера;

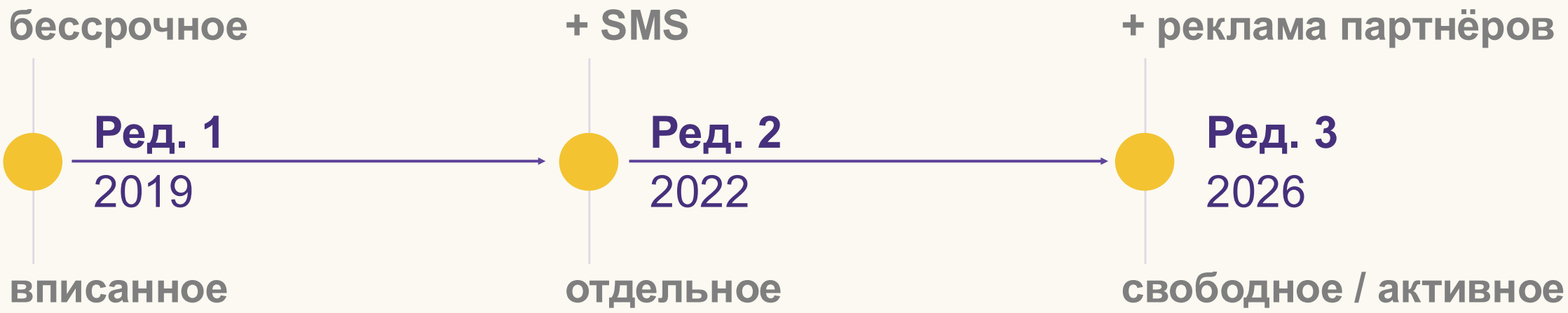
3) сведения о наличии согласия адресата с электронной почтой [redacted] на получение рассылки, содержащей рекламную фармацию, с приложением подтверждающих документов;

4) сведения о наличии лог-файлов, фиксирующих последовательные действия адресата с электронной почтой [redacted] позволяющие идентифицировать факт и момент получения добровольного согласия;

5) сведения о направлении на адрес с электронной почтой [redacted] проверочного (верификационного) кода или уникальной ссылки для подтверждения согласия на рекламную рассылку;

6) в случае отправки такого кода или ссылки — был ли осуществлен переход по уникальной ссылке или ввод проверочного кода адресата с электронной почтой [redacted] с приложением соответствующих лог-файлов, фиксирующих данное действие;

2.2.2 Орг-баги: Версионность согласий



- Сегментация базы для коммуникаций по периметру разрешенного использования
  Не пересбор, но постепенное проникновение / исторический риск

2.2.2 Орг-баги: Зрелость процедур



Учет и контроль

- Маппинг источников, каналов, сообщений
- Периодические контроли, план и ретро
- Change-control



Стандартизация / оптимизация…

- Чек-лист для типов изменений
- Селф-сервисы для бизнеса
- Playbook’и и тренинги для 1-й линии

2.2.3 Тех-баги: Логи по каналам

- Дата предоставления согласия
- Атрибут предоставления согласия (должен быть назван очевидно)
- Номер телефона / email
- ID пользователя / IP-адрес, MAC-адрес в неавторизованной зоне
- Адрес страницы с согласием (архив страницы)
- Авторизационная ссылка / код и лог ее успешной активации

Канал	Типичный провал
Веб-форма	Недостаточные логи / сроки
Telegram-бот	Только time-stamp и сами данные
Чат / плагин	Логи отсутствуют
Звонок в КЦ	Нет записи или транскрибации

2.2.3 Тех-баги: Отписка в интеграциях



- Мастер-система
- Синхронизация сразу
- Лог исполнения

2.2.3 Тех-баги: Склейка карточек

1. **Ключи: телефон, e-mail, ID**
2. **Конфликт статусов – побеждает отказ**
3. **История согласий сохраняется**
4. **Дедупликация до каждой рассылки**
5. **Обогащение контактами партнера: зона риска**

До склейки

Карточка 1

Иван И. · +7 9XX · ivan@…

Согласие: отозвано

Карточка 2

И. Иванов · ivan@…

Согласие: активно → рассылка идёт

После склейки

Единая карточка

Иван Иванов · +7 9XX · ivan@…

Согласие: отозвано → История согласий сохранена

3 Подготовиться заранее

Каналы и точки сбора

реестр: где, кто и что собирает, front-end комплаенс

Каналы отписки & DSR

каждый путь отказа описан и под контролем

База данных

нормализация, дубли, отписки

Логи и интеграции

что доказуемо, куда доходит отписка

Ретро-анализ

уже собранные базы и старые формы



Артем Дмитриев

Управляющий партнер

Comply

artem.dmitriev@comply.ru
+7 (961) 806-2776
t.me/comply_ru | comply.ru