История судебного кейса Melon Fashion Group изнутри: как выглядела атака и на каком этапе воронки тролли нашли уязвимость

Melon Fashion Group против Башкортостанского УФАС

Дарья Ефимова,
заместитель директора по правовым вопросам,
руководитель практики интеллектуальной собственности и персональных данных

АО «Мэлон Фэшн Груп»

КОЛЕСО «ФОРТУНЫ» МФГ

В период с января по сентябрь 2024 года МФГ проводило классическую маркетинговую акцию ДЛЯ НОВЫХ пользователей: подпись на рассылку и получи бонус в подарок

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ В РАМКАХ ЗАКОНА:

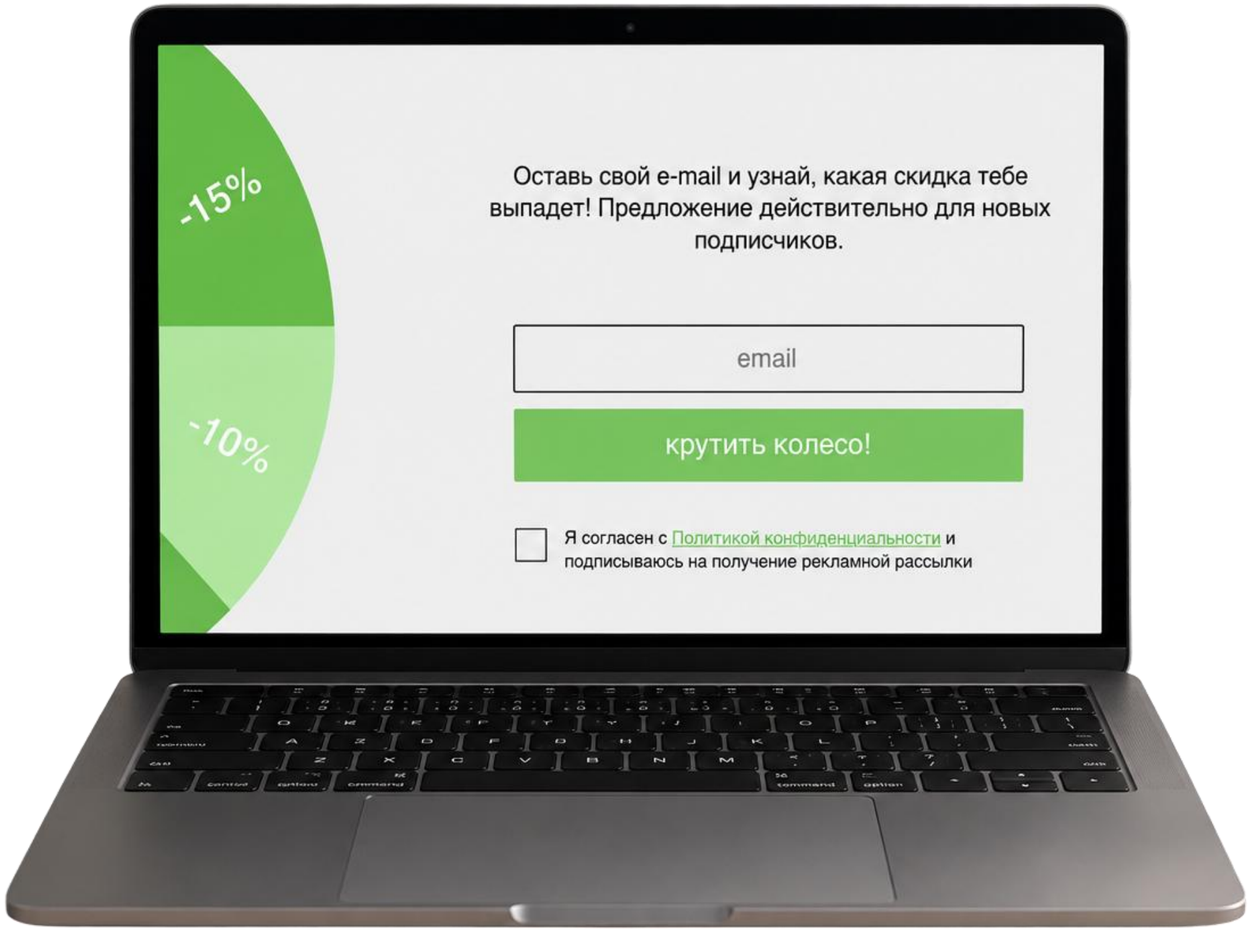
01 | Отдельный интерфейсный элемент

02 | «Галочка» не предустановлена

03 | Активная ссылка на политику

04 | Указание в тексте на рекламную рассылку

05 | Предоставили бонус клиенту



«ГЕРОЙ» НАШЕГО ВРЕМЕНИ И КАК ЕГО УЗНАТЬ

01 | НЕ СПОРИТ, А ФИКСИРУЕТ

Не пытается решить вопрос с компанией,
а сразу собирает доказательственную базу

02 | НЕ ОДНА ПРЕТЕНЗИЯ, А ПОТОК

Каждое рекламное сообщение — потенциальное доказательство

03 | НЕ ИЩЕТ РЕШЕНИЕ, А ИЩЕТ НАРУШЕНИЕ

Фокус смещен с качества сервиса/услуг/товаров на формальные основания для претензий

04 | НЕ ЖАЛУЕТСЯ ОДИН РАЗ, А МАСШТАБИРУЕТ

Повторяет один и тот же сценарий в отношении разных компаний. Систематичность и массовость становятся ключевыми признаками модели поведения.

04 | НЕ СЛУЧАЙНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ,
А ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЖАЛОБЩИК

Знает, куда направить обращение, какие документы приложить и какие требования заявить. Знает закон, но использует его для извлечения прибыли

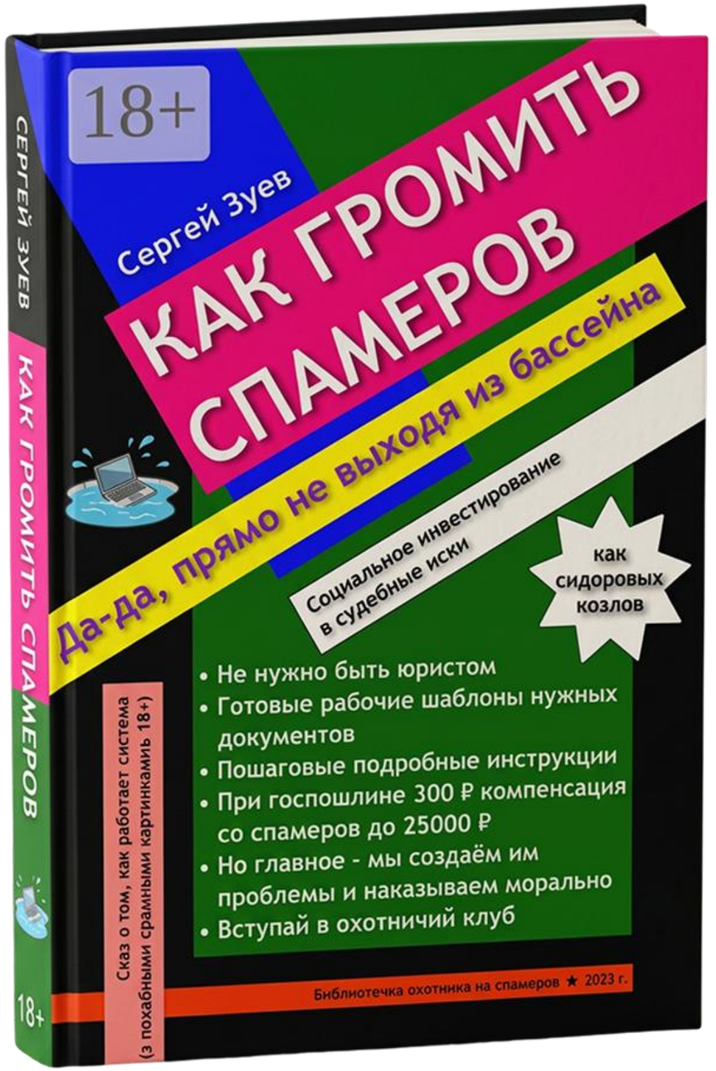


СХЕМА «ЗОЛОТОЙ ЖИЛЫ»

MELON FASHION GROUP

01	СОГЛАСИЕ	Добровольно и осознанно участвует в акции, ставит галочку, оставляет свои контакты и получает бонус от компании (скидку, баллы и пр.)
02	НАКОПЛЕНИЕ	Сознательно не пользуется кнопкой «Отписаться», продолжает получать письма, сохраняет их как потенциальные доказательства
03	МАССОВЫЕ ЖАЛОБЫ	Подаёт жалобу в УФАС на каждое письмо: единый сценарий обращения, каждое письмо – отдельное заявление. По итогу формируется серия однотипных заявления по однотипным основаниям
04	МОНЕТИЗАЦИЯ	Переходит от административной процедуры к судебному взысканию и требует: компенсацию, штраф, судебные расходы

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

СОГЛАСИЕ → СКИДКА → РАССЫЛКИ →

ЖАЛОБЫ → РЕШЕНИЯ УФАС → ИСКИ →

ВЗЫСКАНИЕ

НЕ ТОЛЬКО МЫ: КОГО ЕЩЕ «АТАКОВАЛ» ЗАЯВИТЕЛЬ?



СТАТИСТИКА РАБОТЫ ЗАЯВИТЕЛЯ

>1 100

Исков

о защите прав потребителя в судах общей юрисдикции

>1 600

Дел

о взыскании судебных расходов в мировых судах

>20

Дел

об оспаривании решений УФАС в Арбитражных судах

MELON 20
FASHION GROUP

ВЫВОДЫ УФАС И АРБИТРАЖНЫХ СУДОВ

По мнению УФАС и Арбитражных судов, мы нарушили закон, потому что:

Наличие условий = нарушение

Предоставление потребителю скидки в обмен на согласие получать рекламу рассматривается как нарушение законодательства о рекламе. Компания должна давать бонусы «просто так», без условий

Добровольность становится спорной

Потребитель сам выбирает: получить скидку и согласиться
на рассылку или отказаться. Однако, если потребитель хочет получить скидку и соглашается на рассылку - это уже не его свободный выбор,
а наше «принуждение»

Бонус за подписку = потенциальный риск

Скидка, баллы или подарок за согласие на рекламную рассылку могут быть расценены не как программа лояльности, а как способ получения согласия
на рекламу, что создает риск претензий и взысканий

ВЫВОД: вся современная экономика и программы лояльности — вне закона!

Критерий сравнения	Наша позиция (МФГ)	Позиция УФАС РБ и судов	Позиция Верховного суда
Как понимаем «добровольность» согласия	Пользователь сам поставил галочку, ввел email и получил скидку. Это его свободный выбор	Согласие - вынужденное, потому что без него нельзя участвовать в акции и получить скидку .	Согласие явно выражено, «поэтапное совершение целого ряда волевых действий» .
Что такое скидка за подписку?	Законный маркетинговый инструмент - встречное предоставление (данные в обмен на бонус).	Недопустимо ставить скидку в зависимость от согласия на рекламу — это «покупка» согласия.	Допустимо. Продавец вправе делать адресные предложения под условием. Закон не запрещает .
Что считаем «принуждением»?	Принуждение - когда нет альтернативы (например, подписка обязательна для покупки). Здесь альтернатива есть.	Принуждение - когда скидка дается только за подписку. Это автоматически делает согласие недобровольным .	Принуждения нет. Отказ от адресной скидки при отказе от рассылки - это право продавца, а не принуждение
Итоговый вердикт	Акция законна, согласие получено надлежащим образом	Акция нарушает ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.	Решения нижестоящих судов отменены. Решения УФАС - недействительны .

ВЕРХОВНЫЙ СУД

01

Добровольность согласия

Клиент самостоятельно указал e-mail и поставил галочку, подтвердив согласие на получение рекламы. Условия акции были изложены понятно и доступно, поэтому волеизъявление было явно выражено.

02

Отказ от скидки ≠ принуждение

Если клиент не согласен с условиями акции, он вправе от них отказаться. Непредоставление адресной скидки при отсутствии необходимого согласия само по себе не означает понуждения.

03

Продавец ≠ благотворитель

Предоставление скидки — это право продавца, а не безусловная обязанность. Продавец вправе определять условия и критерии, при соблюдении которых клиент получает специальную цену.

MEL20N
FASHION GROUP

«**Стратегию маркетинговой акции**, недвусмысленно выражающую отказ общества от заключения договора на условиях адресного снижения цены при отказе покупателя от получения рассылки рекламного характера, учитывая свободу волеизъявления участников гражданских правоотношений, **нельзя расценивать как вынуждающую контрагента к совершению каких-либо действий**»

Определение ВС РФ (№ 309-ЭС26-2103)

MELON FASHION GROUP

ПОБЕДА

ОТМЕНЕНЫ

Решения судов трех инстанций

НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНО

Решение Башкортостанского УФАС

ПО СУЩЕСТВУ

Разрешен спор. Без передачи на новое рассмотрение

ПРЕКРАЩЕНО

Очередное дело по заявлению Заявителя в отношении МФГ

ПРАВО НА ВОЗВРАТ

Всех ранее присужденных Заявителю и выплаченных нами сумм по искам/заявлениям

MEL20N
FASHION GROUP

MELON 20
FASHION GROUP

ZARINA Befree LOVE REPUBLIC sela. IDOL

Спасибо за внимание!

КОНТАКТЫ:

Ефимова Дарья
efimovads@melonfashion.com