

# Победа Melon Fashion Group при поддержке Comply в Верховном суде

23.06.2026

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

Legal Insight **Comply.**

## ПОБЕДА MELON FASHION GROUP В ВЕРХОВНОМ СУДЕ ПРИ ПОДДЕРЖКЕ COMPLY



**Максим Али**

Партнер, руководитель практики интеллектуальной собственности



**Сергей Сайганов**

Партнер, руководитель практики Technology & Product Comply

Melon Fashion Group (бренды ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC, SELA, IDOL), более двух лет спорит с Федеральной антимонопольной службой по поводу механики «подписка на рекламу за скидку».

Вчера ВС РФ поставил точку в этом споре: отменил судебные акты по делу А07-5689/2025 и

решение Башкортостанского УФАС, вынесенные против Melon Fashion Group. ВС РФ разрешил спор по существу, без передачи дела на новое рассмотрение.

## **Суть спора**

Наш клиент столкнулся с серийным жалобщиком, который дал согласие на рекламу взамен на скидку. Факт дачи согласия не оспаривался, но ФАС расценил невозможность получения скидки без подписки на рекламу как «принудительное» согласие, расширительно истолковав ст. 18 ФЗ «О рекламе». Эту позицию поддержали суды трех инстанций, отвергнув, среди прочего, доводы Melon Fashion Group о злоупотреблении правом со стороны жалобщика.

## **Позиция Melon Fashion Group**

Механика «скидка за подписку» – обычная рыночная практика. Потребитель сам решает, хочет ли он подписаться на рассылку. Melon Fashion Group при этом соблюдала все необходимые требования: получала явное согласие на рекламу и предоставляла возможность отписки в каждом письме, начиная с первого. Иной подход («скидка всем просто так») сделал бы подобную маркетинговую механику бессмысленной.

При этом мы подчеркивали, что в рассматриваемом случае Melon Fashion Group не ставило предоставление согласия на рекламу в качестве обязательного условия для нормального использования сайта, заказа товара или получения услуги. Обратная практика, конечно же, была бы недобросовестной.

Более того, действия жалобщика, который искусственно увеличивает количество жалоб и задействован в сотнях аналогичных дел, суды и ФАС должны были оценить с точки зрения добросовестности и признаков злоупотребления правом.

## **Последствия решения**

Позиция суда будет играть значимую роль для всего рекламного рынка. Штрафы за спам

достигают 1 млн рублей за одно нарушение, а активность так называемых «рекламных троллей», которые зарабатывают на жалобах в ФАС и компенсации морального вреда, за последние два года на пике. Это увеличивает административную нагрузку и на бизнес, и на антимонопольную службу, и на суды.

Определение еще не готово, но как минимум стоит ожидать окончательной легализации механики «подписка за скидку», в том числе, когда такая скидка определяется «колесом фортуны».

Как максимум, у Верховного Суда появилась возможность высказаться на тему добросовестности в рекламных спорах. Представитель ФАС в заседании прямо заявил, что их позиция исходит из отсутствия норм о злоупотреблении в законе. Тогда как позиция бизнеса во многих спорах – категория добросовестности является общеправовой и не должна «исчезать» в спорах о рекламе.

Команда Comply консультировала Melon Fashion Group по вопросам, возникающим в данном споре, партнеры Сергей Сайганов и Максим Али оказали поддержку при выступлении в ВС РФ.