

Як правильно захистити комерційну таємницю: практичний алгоритм для бізнесу

Клієнтська база, ціни та система знижок, технології, алгоритми роботи, фінансові моделі, бізнес-плани, внутрішня аналітика, умови співпраці з постачальниками можуть мати для бізнесу значно більшу цінність, ніж матеріальні активи.

Проте самого рішення керівника назвати певну інформацію «комерційною таємницею» недостатньо.

Для реального юридичного захисту бізнес має не лише визначити, **яка саме інформація є секретною**, а й запровадити систему її охорони та бути здатним довести, що така система фактично працювала.

Що вважається комерційною таємницею

Стаття 505 Цивільного кодексу України пов'язує статус комерційної таємниці з одночасною наявністю ключових ознак: інформація є секретною, не є легкодоступною для осіб, які зазвичай мають справу з відповідним видом інформації, має комерційну цінність саме через свою секретність та була предметом адекватних заходів щодо збереження секретності.

Комерційною таємницею можуть бути відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру, крім інформації, яка відповідно до закону не може бути віднесена до комерційної таємниці.

Комерційна таємниця виникає не лише тому, що компанія назвала інформацію таємною. Необхідно фактично забезпечити режим її секретності.

Що бізнес може захищати

Залежно від специфіки діяльності до комерційної таємниці можуть бути віднесені, наприклад:

- клієнтські та партнерські бази;
- індивідуальні комерційні умови;
- закупівельні та продажні ціни;
- система знижок і бонусів;
- бізнес-плани та стратегії;
- бюджети і внутрішня фінансова аналітика;
- технології та виробничі процеси;
- формули, рецептури, креслення;
- програмні рішення та внутрішні алгоритми;
- маркетингові стратегії;
- результати внутрішніх досліджень;
- інформація про переговори та майбутні проекти;
- внутрішні методики організації бізнес-процесів.

Перелік має формуватися індивідуально для конкретної компанії. Надмірно загальне формулювання на кшталт «усі відомості про діяльність підприємства є комерційною таємницею» саме по собі не створює ефективної системи захисту.

Що не можна просто оголосити комерційною таємницею

Постанова Кабінету Міністрів України від 09.08.1993 № 611 встановлює перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці.

До них, зокрема, віднесено установчі документи, документи, що дозволяють здійснювати господарську діяльність та її окремі види, інформацію за встановленими формами державної звітності, дані, необхідні для перевірки обчислення і сплати податків та інших обов'язкових платежів, документи про їх сплату, документи про платоспроможність та інші визначені постановою

відомості.

Тому перед затвердженням внутрішнього переліку комерційної таємниці потрібно перевірити, чи законодавство не встановлює для відповідної інформації інший режим.

NDA недостатньо

Одна з типових помилок бізнесу: укласти з працівником або контрагентом NDA і вважати питання захисту інформації закритим.

NDA є важливим елементом системи, але не замінює її.

Якщо компанія заявляє, що певна база клієнтів є комерційною таємницею, але одночасно:

- доступ до неї мають практично всі працівники;
- файли зберігаються без обмежень;
- працівники пересилають їх на особисту пошту;
- документи не маркуються;
- доступ колишніх працівників своєчасно не припиняється;
- не ведеться журналювання дій користувачів,

у судовому спорі закономірно виникне питання: **які саме адекватні заходи компанія вживала для збереження секретності цієї інформації?**

Як побудувати систему захисту

1. Провести аудит інформації

Спочатку необхідно визначити, яка інформація дійсно має економічну цінність для бізнесу і розголошення якої може завдати шкоди.

Не потрібно намагатися засекретити все.

Чим точніше визначено об'єкт захисту, тим простіше встановити

правила доступу та в майбутньому довести порушення.

2. Затвердити перелік комерційної таємниці

Доцільно оформити внутрішній документ, у якому визначити конкретні категорії інформації, що становлять комерційну таємницю.

Працівники, які працюють з такими даними, повинні розуміти, **які саме відомості вони зобов'язані не розголошувати.**

3. Запровадити Положення про комерційну таємницю

Це один із базових документів системи.

У ньому доцільно визначити:

- поняття та категорії захищеної інформації;
- перелік осіб, які можуть отримувати доступ;
- порядок надання та припинення доступу;
- правила копіювання та передачі інформації;
- правила використання корпоративної та особистої електронної пошти;
- порядок роботи з паперовими документами;
- правила зберігання електронних файлів;
- порядок роботи з інформацією поза офісом;
- процедуру повернення або знищення носіїв;
- порядок дій при виявленні витоку;
- відповідальних за організацію режиму конфіденційності.

4. Укласти NDA та передбачити конфіденційність у договорах

Зобов'язання щодо нерозголошення доцільно встановлювати не лише для штатних працівників.

Вони можуть бути необхідними у відносинах із:

- підрядниками;
- консультантами;
- бухгалтерами;
- ІТ-фахівцями;
- маркетинговими агентствами;
- потенційними інвесторами;
- постачальниками;
- дистриб'юторами;
- іншими особами, які отримують доступ до чутливої інформації.

У договорі важливо не обмежуватися фразою «сторона зобов'язується не розголошувати конфіденційну інформацію».

Необхідно визначити, **яка інформація охороняється, як її можна використовувати, кому дозволено її передавати, протягом якого строку діють відповідні обмеження та які наслідки матиме порушення.**

5. Обмежити доступ за принципом «необхідно для роботи»

Менеджеру з продажу не обов'язково мати доступ до всієї фінансової інформації підприємства, а бухгалтеру до технологічної документації виробництва.

Доцільно застосовувати принцип мінімально необхідного доступу: працівник отримує тільки ті дані, які потрібні йому для виконання конкретних функцій.

Це одночасно зменшує ризик витоку та полегшує встановлення джерела інциденту.

6. Забезпечити технічний захист

Юридичні документи повинні доповнюватися ІТ-заходами.

Залежно від масштабів бізнесу це можуть бути:

- персоналізовані облікові записи;
- багатофакторна автентифікація;
- розмежування прав доступу;
- шифрування;
- журналювання операцій;
- резервне копіювання;
- контроль зовнішніх носіїв;
- обмеження можливості завантаження або копіювання файлів;
- корпоративні системи обміну інформацією;
- моніторинг аномальної активності.

7. Встановити процедуру звільнення працівників

Окремою зоною ризику є припинення трудових або договірних відносин.

У день припинення доступу до інформації варто забезпечити:

- блокування корпоративних облікових записів;
- зміну необхідних паролів;
- відкликання прав доступу;
- повернення ноутбуків, телефонів, накопичувачів та документів;
- перевірку корпоративних сховищ;
- документальне підтвердження повернення майна та носіїв;
- нагадування про збереження чинних зобов'язань щодо конфіденційності.

Що робити, якщо витік уже стався

Перші дії компанії можуть визначити результат майбутнього судового спору.

Насамперед потрібно **зафіксувати докази**, а не просто видалити файл, заблокувати користувача чи провести усну розмову з

працівником.

Доцільний алгоритм:

1. Локалізувати інцидент.

Обмежити подальший несанкціонований доступ та поширення інформації.

2. Зафіксувати цифрові докази.

Зберегти журнали доступу, електронне листування, файли, історію завантажень, інформацію про користувачів, резервні копії та інші цифрові сліди.

3. Провести внутрішнє розслідування.

Встановити, хто мав доступ до інформації, коли відбулося копіювання чи передача та кому могла бути передана інформація.

4. Оцінити шкоду.

Необхідно встановити не лише факт витоку, але й його економічні наслідки.

5. Визначити правовий механізм реагування.

Це може бути договірна претензія, судовий захист або, залежно від характеру порушення, звернення до компетентних державних органів.

Судова практика: наявність NDA ще не означає перемогу в суді

Показовою є постанова Верховного Суду від 28.02.2019 у справі № 752/5775/16-ц.

ТОВ «Смайл-Експо» звернулося до суду у зв'язку з можливим неправомірним використанням комерційної таємниці працівницею.

При цьому в компанії існував наказ про віднесення певних відомостей до комерційної таємниці, а працівниця підписала угоду про нерозголошення. Під час службового розслідування було також зафіксовано її доступ до корпоративної системи Redmine.

Однак цього виявилось недостатньо.

Верховний Суд погодився з висновком про відмову в позові, оскільки позивач не надав належних та допустимих доказів неправомірного використання працівницею комерційної таємниці.

Сам факт входу працівника до корпоративної системи не доводив факту розголошення комерційної таємниці.

Практичний висновок із цієї справи

Для судового захисту недостатньо показати:

«Працівник мав доступ до секретної інформації».

Потрібно сформулювати доказовий ланцюг:

яка конкретно інформація була комерційною таємницею → який режим захисту щодо неї діяв → хто отримав доступ → які конкретні дії ця особа вчинила → у чому полягає порушення прав компанії → які наслідки воно спричинило.

Саме доказова база часто стає слабким місцем компанії у спорі.

Чекліст для бізнесу

Перевірте, чи має ваша компанія:

- затверджений перелік відомостей, що становлять комерційну таємницю;
- внутрішнє положення про порядок роботи з такою інформацією;
- визначене коло осіб із доступом;
- NDA та умови про конфіденційність у договорах;
- підтвердження ознайомлення працівників із правилами;
- технічне розмежування прав доступу;
- журналювання дій користувачів;
- правила передачі та копіювання інформації;
- процедуру припинення доступу при звільненні;

- порядок реагування на витоки;
- процедуру збереження електронних доказів.

Якщо частина цих елементів відсутня, режим захисту комерційної таємниці варто переглянути **до виникнення інциденту**, а не після нього.

Головний висновок

Ефективний захист комерційної таємниці складається щонайменше з трьох рівнів:

- **юридичного:** внутрішні документи, NDA, договори та визначення режиму інформації;
- **організаційного:** обмеження доступу, навчання персоналу, процедури прийняття і звільнення працівників, внутрішній контроль;
- **технічного:** управління доступом, журналювання, шифрування, резервування та інші засоби інформаційної безпеки.

І лише їх поєднання дозволяє компанії не просто назвати інформацію комерційною таємницею, а створити реальний механізм її захисту.

Компанія «Вікторія» може допомогти провести юридичний аудит системи захисту конфіденційної інформації, розробити Положення про комерційну таємницю, NDA, договірні положення про конфіденційність та алгоритм дій на випадок витоку інформації.

Детальніше про юридичний супровід:

Ваше ім'я (обов'язково)

Ваш email (обов'язково)

Ваш номер телефону (обов'язково)

Ваше повідомлення

Відправити

Приєднуйтесь до нашого ТГ каналу: [Компанія Вікторія – юридичні та бухгалтерські рішення для бізнесу в Україні та за кордоном.](#)

[victorija.ua](#)

Про особливості Договору комерційної концесії (франчайзингу)

Договір комерційної концесії (франчайзингу) укладається відповідно до статей 1115–1122 Цивільного кодексу України і має бути оформлений письмово. Наявність усіх необхідних умов договору є обов'язковою: за законом контракт має містити опис предмета франшизи (об'єкти ІВ, ноу-хау, бізнес-модель тощо), терміни, територію, фінансові умови, права та обов'язки сторін. Сторони договору мають рівні права й обов'язки, що сприяє збалансованості інтересів. Однак на практиці детальне наповнення договору часто робить його біксторонньо вигідним: багато важливих умов (зокрема, щодо контролю, звітності, якості) залежать від волі правоволодільця.

Загальна збалансованість умов

Правова доктрина підкреслює **принцип рівності сторін**: договір франчайзингу має закріплювати збалансовані права й обов'язки

франчайзера і франчайзі. При цьому сторони зазвичай мають асиметричні інтереси: франчайзер передає користувачеві цінні права (торговельну марку, бізнес-модель, секрети виробництва) і зацікавлений отримати роялті, а франчайзі отримує готову «систему бізнесу» й сплачує винагороду. Договір має передбачати адекватну компенсацію франчайзеру (вступний внесок, роялті, рекламні відрахування тощо) та водночас не обтяжувати франчайзі непомірними зобов'язаннями. У збалансованому договорі чітко прописані: **права ІВ** (торговельних марок, ноу-хау тощо), **територія і строк дії** франшизи, **фінансові умови**, обов'язки франчайзера з підтримки і навчання, а також обов'язки франчайзі з дотримання стандартів і звітності.

У разі, якщо умови договору формулюються нечітко або викладені лише в інтересах однієї сторони, це призводить до спорів і ризиків їх перегляду судом. Наприклад, суди вимагають від франчайзера стягнення штрафів саме за **конкретно встановлені порушення договору**. Тому з погляду франчайзера важливо впевнитися, що договір містить усі необхідні положення (про порядок ведення бізнесу, рекламу, конфіденційність, інтелектуальну власність тощо) і не містить суперечливих чи двозначних норм. При цьому необхідно врахувати, що деякі умови законодавством заборонені: так, стаття 1122 ЦК анулює будь-яку норму, за якою правоволоділець (франчайзер) призначає ціну товарів чи встановлює цінові межі.

Висновок: договір має бути юридично збалансованим: всі істотні права та обов'язки обох сторін повинні бути чітко визначені. Необхідно переконатися, що контракт не містить «порожніх» посилань чи заборонених законом умов (наприклад, щодо ціноутворення). Сторонам слід передбачити ефективний механізм узгодження змін і вирішення спорів (зокрема, арбітраж чи медіацію), аби уникнути невизначеності.

Ступінь контролю франчайзера над діяльністю франчайзі

Франчайзер юридично має **широке право контролю** діяльності франчайзі, оскільки від цього залежить репутація і цінність бренду. Закон прямо надає франчайзеру право перевіряти дотримання франчайзі встановлених стандартів якості та корпоративних правил. У договорі це реалізується низкою положень:

- **Аудити та перевірки.** Франчайзер повинен мати право проводити періодичні і позапланові інспекції офісів/закладів франчайзі, перевіряти облік, сховище товарів, фінансову та управлінську звітність. У договорі доцільно передбачити можливість «таємних покупок» і ревізій як спосіб виявлення порушень. Такі перевірки мають підтверджуватися актами з фотографіями або іншим документальним доказом.
- **Затвердження операційних рішень.** Для збереження стандартного вигляду мережі договір має передбачати узгодження франчайзером місцезнаходження офісу франчайзі, внутрішнього і зовнішнього оформлення приміщень, вивісок і рекламних матеріалів. Франчайзер може забороняти окремі регіональні маркетингові кампанії, якщо ті можуть зашкодити бренду (приклад: право «вето» на рекламні акції). У договорі слід чітко прописати умови «вето» та процедури погодження реклами.
- **Дотримання інструкцій і методик.** Франчайзер повинен мати право вимагати від франчайзі суворого дотримання технологічної карти, рецептур, стандартів обслуговування тощо. Укладений договір обов'язково містить вимоги про користування франчайзинговим пакетом за методиками франчайзера і заборону на самовільні зміни в технології чи асортименті без письмової згоди.

- **Охорона ІВ та конфіденційність.** Франчайзер забезпечує права на бренди і знаки, тому договором має бути передбачено жорстке дотримання правил використання торгових марок та передачі інформації. Франчайзі зобов'язаний використати ТМ винятково в обумовлений спосіб та не розголошувати ноу-хау і комерційні таємниці франчайзера. Конфіденційні положення є надзвичайно важливими для захисту ноу-хау, а їх порушення – підставою для негайного розірвання договору і стягнення збитків.

Висновок: договір повинен гарантувати франчайзеру **максимальний контроль**: правоволоділець має право у будь-який час здійснювати перевірки франчайзі та примусити дотримання стандартів. Умови про перевірки (аудити, огляди, приховані купівлі) слід закріпити детально, вказавши строки та умови їх проведення, а також відповідальність за перешкоджання перевіркам (відшкодування збитків, штрафи). Доречно передбачити в договорі **умови негайного розірвання** за повторні або тяжкі порушення стандартів якості чи ІВ, а також визначити порядок надання франчайзі сертифікату (ліцензії) на використання бренда після проходження контролю якості.

Прозорість діяльності франчайзі для франчайзера

Для підтримки контролю за бізнесом франчайзі франчайзер повинен мати доступ до інформації про фінанси і операційну діяльність франчайзі. Типові механізми «прозорості»:

- **Звітування.** Договір слід зобов'язати франчайзі регулярно надавати **детальні звіти**. Це можуть бути щомісячні фінансові звіти (баланс, звіт про прибутки та збитки), дані про обсяги продажів, кількість клієнтів тощо. Наприклад, консультанти вказують, що договором франчайзі передбачено надавати франчайзеру звітність про свою

діяльність – фінансові звіти, звіти про продажі та інші документи. За потреби можна вимагати й онлайн-доступ до систем обліку франчайзі.

- **Доступ для перевірок.** Франчайзі зобов'язаний допускати уповноважених представників франчайзера до своїх приміщень і документів для проведення ревізій. Договір має передбачати обов'язок повідомляти франчайзера про всі господарські факти, що суттєво впливають на бізнес (зміна адреси, продаж активів, відкриття нових точок тощо), і надавати необхідні відомості (наприклад, у формі щомісячних чи квартальних звітів). Такий прозорий обмін інформацією дозволяє франчайзеру своєчасно виявляти недобросовісну поведінку франчайзі.
- **Участь у навчанні та програмах.** Франчайзер може вимагати, щоб франчайзі та його працівники брали участь у навчальних семінарах, тренінгах і маркетингових програмах франчайзера. Договір має передбачати обов'язок франчайзі проходити обов'язкові тренінги та підвищення кваліфікації за графіком франчайзера, а також звітувати про результати (наприклад, складання контрольних тестів після семінарів).

Висновок: щоб забезпечити прозорість діяльності, договір франчайзингу повинен встановлювати систему регулярної звітності та відкритості. Франчайзі повинен зобов'язаний вести бухгалтерський облік за українськими стандартами чи за стандартами франчайзера (відповідно до умов договору), щомісяця подавати фінансову та управлінську звітність і давати франчайзеру доступ до цих даних. Необхідно прописати вимоги до участі у навчальних і маркетингових програмах франчайзера (наприклад, зобов'язання брати участь у щорічних нарадах, тренінгах) для контролю знань стандартів. Таким чином франчайзер зможе оперативно реагувати на будь-які відхилення у роботі франчайзі.

Механізми забезпечення стандартів, звітності, навчання та санкції

Договір франчайзингу має містити конкретні інструменти забезпечення виконання стандартів і обов'язків франчайзі:

- **Стандарти та технологічні карти.** У договорі слід деталізувати обов'язки франчайзі щодо дотримання встановлених технологій, рецептур, переліку продуктів чи послуг, оформлення. Часто додають «Посібник із корпоративного стилю» як невід'ємну частину договору: лише при відповідності посібнику франчайзі отримує сертифікат якості.
- **Навчання та тестування.** Передбачити обов'язок франчайзі пройти початкове стажування та сертифікацію, а також проходити періодичне повторне навчання. Можливі санкції за відмову від навчання (наприклад, штраф чи блокування видачі сертифікату). Франчайзер відповідно до закону зобов'язаний надавати постійну технічну допомогу і навчання, тому договір має формалізувати обсяг і порядок цих зобов'язань.
- **Обов'язкова участь у програмах.** Договір можна доповнити умовою про участь франчайзі в маркетингових чи рекламних кампаніях франчайзера (наприклад, внесок у рекламний фонд або обов'язкові дії під час акцій). Це гарантує єдність просування бренду.
- **Конкретні санкції за порушення.** Рекомендовано встановити систему штрафів або пені за кожне порушення договору. Судова практика підтверджує, що штрафні санкції, передбачені договором, можуть бути стягнуті в повному обсязі. Наприклад, договір може передбачати штраф за розкриття конфіденційної інформації, за невиконання мінімальних обсягів закупівель чи невчасну сплату платежів. Крім штрафів, необхідно закріпити право

франчайзера на **термінове припинення договору** при системних порушеннях стандартів: якщо після попереджень і додаткового навчання франчайзі не виправляє ситуацію, франчайзер може розірвати угоду з вимогою відшкодування збитків.

- **Гарантії та забезпечення.** Для мотивації франчайзі до сумлінного виконання договору доцільно вимагати гарантійних внесків (депозит) чи банківської гарантії, які можуть бути конфісковані при суттєвому порушенні. Це дасть франчайзеру фінансові важелі тиску у разі недобросовісної поведінки партнера.

Висновок: слід детально регламентувати **становлення стандартів** та передбачити механізми контролю і навчання. Договір має фіксувати обов'язок франчайзі не відхилятися від технологій франчайзера, проходити навчання, звітувати про результати. За недотримання цих умов – відсутність сертифікату, штрафи, тимчасове припинення дії договору. Як підтверджує практика, наявність чітких санкцій і процесуальних процедур (фіксація порушень, доказова база) посилює захист прав франчайзера.

Юридичні ризики для франчайзера та оперативне реагування

Франчайзер несе низку **юридичних ризиків**, пов'язаних із діяльністю франчайзі:

- **Репутаційні та іміджеві ризики.** Якщо франчайзі порушує стандарти якості чи обслуговування, це шкодить бренду. Правоволоділець ризикує втратити клієнтів і позиції на ринку через дії неналежно дійсного франчайзі. Щоб мінімізувати ці ризики, необхідно забезпечити жорсткий контроль і право негайно реагувати (використовувати штрафи, розірвання, заборону на подальшу діяльність під маркою франчайзера). Необхідно також передбачити

заборону передачі прав третім особам без згоди франчайзера, щоби уникнути їхньої втрати контролю над мережею.

- **Юридична відповідальність за продукцію/послуги франчайзі.** Важливий нюанс: відповідно до теорії та практики, якщо франчайзі продає товар або надає послугу під торговельною маркою франчайзера, останній може нести **субсидіарну відповідальність** перед третіми особами (споживачами) за недоліки продукції франчайзі. Наприклад, суди вказують, що правоволоділець зобов'язаний контролювати якість і солідарно відповідає з франчайзі за невідповідність стандартам. Це потребує від франчайзера особливої уваги до якості: у контракті слід передбачити своєчасну санацію наслідків (страхування якості, вимога усунення недоліків франчайзі тощо).
- **Порушення прав інтелектуальної власності.** Ризик несанкціонованого використання чи копіювання бренду і ноу-хау франчайзером є значним. Як зазначають експерти, без належного захисту франчайзі може «вкрасти» бізнес-ідею і стати прямим конкурентом. Щоб цього уникнути, договір повинен містити суворі заходи охорони ІВ: реєстрація доменних імен, чіткі вимоги до захисту торговельної марки, обмеження права франчайзі на розробку подібних товарів/послуг. Наприклад, доцільно включити пункт про заборону франчайзі вести той же бізнес на «закріплених» території після розірвання договору (не конкуренція).
- **Несвоєчасне виконання зобов'язань франчайзі.** Якщо франчайзі не виконує платіжних чи інших умов, франчайзер повинен мати змогу швидко захистити свої права. Для оперативного реагування договір має встановлювати чіткі терміни сплати, поняття прострочення та негайні наслідки невиконання (наприклад, право тимчасово призупинити дію ліцензії, стягувати пеню). У разі системних порушень

франчайзер має право негайно вимагати усунення порушень або розривати договір із застосуванням передбачених штрафних санкцій. Також важливо визначити компетентний суд чи арбітраж, що забезпечить пріоритетний розгляд спору, і умови для забезпечення позову (наприклад, арешту знака, коштів).

- **Ризик формальної недійсності договору.** Законодавство суворо вимагає письмової форми та реєстрації договору. Якщо ці умови не дотримані, договір є нікчемним. Франчайзер, особливо як фізична особа, має стежити за дотриманням формальностей: укладати договір під найменуванням фізособи-підприємця чи в інший дозвільний спосіб, своєчасно отримувати свідоцтво про реєстрацію договору від Мін'юсту. Також існує ризик податкових претензій, оскільки франчайзинг трактують як підприємництво. Рекомендується попередньо проконсультуватися щодо оподаткування та забезпечити належне оформлення платежів.

Висновок: головні ризики франчайзера – це зловживання франчайзі правами, зниження якості продукції та юридична відповідальність за дії франчайзі. Для оперативного реагування на порушення договір повинен гарантувати можливість негайних заходів: запуск штрафних санкцій, проведення перевірок і, за необхідності, розірвання договору без довгих процедур. Також вкрай важливо документально фіксувати всі порушення (оформлювати акти, звернення, протоколи) для подальшого судового захисту.

**Потребуєте надійного супроводу?
Юристи компанії «Вікторія» забезпечать**

розробку, аудит та юридичний супровід договорів франчайзингу, що максимально захищають інтереси франчайзерів. Ми допоможемо впровадити ефективні механізми контролю, прозорості, відповідальності франчайзі та мінімізувати репутаційні й фінансові ризики. Звертайтеся – ми на вашому боці.

Клієнти Компанії Вікторія завжди можуть розраховувати на ефективне представництво та захист своїх інтересів



Форма швидкого зв'язку :

Ваше ім'я (обов'язково)

Ваш email (обов'язково)

Ваш номер телефону (обов'язково)

Ваше повідомлення

Відправити

Компанія Вікторія