

ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОТЧУЖДЕНИЯ ПРАВ НА КЛИЕНТСКУЮ БАЗУ ДАННЫХ LEGAL PROBLEMS IN THE ALIENATION OF RIGHTS TO A CLIENT DATABASE

Виктория Геннадьевна СИНЕЛЬНИКОВА

Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Российская Федерация,
vika.sinel@yandex.ru,
ORCID: 0000-0001-9607-6875

Информация об авторе

В.Г. Синельникова — аспирантка юридического факультета Санкт-Петербургского государственного университета

Аннотация. Развитие информационных технологий привело к возникновению ряда важных правовых вопросов, в том числе связанных с возможностью передачи данных клиентов. Используя общенаучные методы (анализ, синтез и др.), а также частнонаучные методы, а именно исторический, сравнительно-правовой и формально-юридический, автор стремится комплексно исследовать вопросы, связанные с отчуждением прав на клиентскую базу.

Для достижения указанной цели автор статьи поставила задачи: изучить понятие «клиентская база»; рассмотреть особенности охраны сведений о клиентах в зарубежных правовых системах; выявить условия, при которых информация о клиентах может быть признана базой данных; установить, как соотносятся права на клиентскую базу и исключительное право на секрет производства (ноу-хау); проанализировать иные способы передачи информации о клиентах.

В результате исследования автор пришла к следующим выводам. Прежде всего можно констатировать, что клиентская база является ценным активом и востребована участниками гражданского оборота. Анализ зарубежного права демонстрирует широкое понимание отдельных понятий, связанных с интеллектуальной собственностью, что предоставляет больше возможностей для распоряжения правами на клиентскую базу.

В соответствии с отечественным правовым регулированием возможно рассмотрение и отчуждение

- клиентской базы как базы данных. Кроме того, информация о клиентах и методах их привлечения с учетом ее коммерческой ценности в отдельных случаях может рассматриваться как ноу-хау. Также передача информации о клиентах осуществляется посредством заключения таких договоров, как договор возмездного оказания услуг и агентский договор.

- **Ключевые слова:** клиентская база, база данных, секрет производства, договор оказания услуг, распоряжение исключительным правом, персональные данные

- **Для цитирования:** Синельникова В. Г. Правовые проблемы отчуждения прав на клиентскую базу данных // Труды по интеллектуальной собственности (Works on Intellectual Property). 2023. Т. 47, № 4. С. 41–53; DOI: 10.17323/fis.2023.18211

Victoria G. SINELNIKOVA

- St. Petersburg State University, St. Petersburg city, Russia, vika.sinel@yandex.ru, ORCID: 0000-0001-9607-6875

Information about the author

- V.G. Sinelnikova — postgraduate student at the Faculty of Law of the St. Petersburg State University

- **Abstract.** The development of information technology has led to a number of important legal issues, including those related to the transmission of client data. Using general scientific methods (analysis, synthesis, etc.), as well as specific scientific methods, namely historical, comparative legal and formal legal, the author seeks to comprehensively investigate issues related to the disposal of rights to the client base.

- In order to achieve this goal the author has set the objectives: to study the concept of client base; to consid-

er the specifics of client information protection in foreign legal orders; to identify the conditions under which client information can be recognized as a database; to determine how the rights to the client base and the exclusive right to know-how are connected; to analyze other ways to transfer information about clients.

As a result, the author comes to the following conclusions. First of all, it can be stated that the client base is a valuable asset and is in demand by participants in civil turnover. Analysis of foreign law demonstrates a broad understanding of certain concepts related to intellectual property, which provides more opportunities to dispose of client base rights.

On the basis of the domestic legal regulation, it is possible to consider and dispose of the client base as a database. In addition, information about clients and methods of attracting them, taken into account the commercial value of this information, can in some cases be considered a trade secret. The transfer of client information is also carried out through the conclusion of contracts such as contracts for the provision of services and agency contracts.

Keywords: client database, database, trade secret, service contract, personal data, disposal of the exclusive right, personal data

For citation: *Sinelnikova V.G. Legal problems in the alienation of rights to a client database // Trudi po Intellectualnoy Sobstvennosti (Works on Intellectual Property). 2023. Vol. 47 (4). P. 41–53; DOI: 10.17323/tis.2023.18211*

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Для многих современных организаций одним из главных показателей эффективности является клиентская база, поскольку для продвижения и реализации товаров и услуг прежде всего необходимо найти тех, кто будет заинтересован в их получении. Сведения о клиентах давно превратились в самостоятельный ресурс [1, с. 1], обладающий собственными ценностью и преимуществами [2]. Закономерно желание защиты клиентской базы, повышения ее ценности и отчуждения прав на клиентскую базу [3].

С точки зрения маркетологов и экономистов, клиентская база — это информация о клиентах, которую собирают менеджеры компании [4]. Она содержит сведения о каждом, кто покупал товары или услуги компании, а также зачастую о тех, кто только интересовался их приобретением. Систематизация и правильное использование клиентской базы способны увеличивать продажи [5].

С позиций права вопрос о месте клиентской базы неоднозначен. Она не поименована в перечне результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации (далее по тексту — РИД и СИ), которым предоставляется правовая охрана в соответствии с п. 1 ст. 1225 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее по тексту — ГК РФ).

• ОТЧУЖДЕНИЕ ПРАВ НА КЛИЕНТСКУЮ БАЗУ КАК БАЗУ ДАННЫХ

Несмотря на сходство названий, клиентская база далеко не всегда относится к базам данных, это зависит от того смысла, который вкладывает в последнее понятие законодатель. Согласно российскому законодательству, базы данных могут рассматриваться в качестве объектов правовой охраны как авторских, так и смежных прав [6]. Подобным образом в Европейском союзе в отношении баз данных действует авторское право, направленное на защиту оригинального подбора и расположения материалов базы данных [7, с. 29].

В то же время право *suī generis* предполагает охрану базы данных ввиду финансовых и профессиональных вложений ее изготовителя в получение, проверку или расположение содержимого базы [7, с. 29]. Это также отсылает нас к традиционной доктрине стран

общего права «sweat of the brow», обеспечивающей защиту существенных усилий, которые прикладывались для сбора данных [1].

База данных как объект авторского права представляет собой составное произведение, являющееся результатом творческого труда по подбору или расположению материалов в соответствии с подп. 2 п. 2 ст. 1259 ГК РФ. Она охраняется независимо от достоинств, назначения и способа выражения произведения (п. 1 ст. 1259 ГК РФ). При этом важно помнить, что вне зависимости от содержания сведений, составляющих базу данных, в ней как в объекте авторского права должно присутствовать творческое начало [8].

Соответственно, если компоновка сведений носит исключительно технический характер [9] и база данных клиентов не является результатом творческого труда, а представляет собой простое перечисление клиентов компании (например, в соответствии с хронологией их обращения за оказанием услуг или приобретением товаров), то такой перечень едва ли можно признать базой данных, которая охраняется авторским правом.

Вместе с тем следует согласиться с Е.С. Гринь, которая пишет, что к числу примеров базы данных могут относиться справочные правовые системы, электронные картотеки, клиентские базы и др. [10, с. 91]. Действительно, возможно, существуют базы данных клиентов, которые представлены оригинально и являются результатом творческого труда, однако далеко не все участники гражданского оборота прикладывают столько усилий для систематизации и обработки сведений о клиентах.

Судебная практика подтверждает тот факт, что доказать творческий характер базы данных затруднительно. В частности, в Постановлении от 29 августа 2012 г. № 09АП-22440/12 Девятый арбитражный апелляционный суд указал, что не всякая база данных является объектом охраны авторских прав, а только та, что создана творческим трудом автора. В то же время тексты объявлений о продаже товаров носят информационный характер, составлены по шаблону и не являются творческими [11].

Восемнадцатый арбитражный апелляционный суд подчеркнул, что автор должен особым образом отобрать материалы для базы данных из большого массива информации и проявить оригинальность в систематизации и упорядочении материалов внутри базы данных. Из материалов дела следует, что истец размещал пространственные объекты с помощью специального программного обеспечения, то есть расположение сведений не определялось творческими усилиями. Суд постановил, что совокупность таких данных не может получить охрану как составное произведение [12].

Содержание базы данных может выступать в качестве объекта смежных прав. Исходя из положений ст. 1334 ГК РФ лицо, претендующее на правовую охрану базы данных как объекта смежных прав, должно представить доказательства того, что подбор данных потребовал существенных финансовых, материальных, организационных или иных затрат [3]. При этом в случае отсутствия доказательств иного базой данных признается база, содержащая не менее десяти тысяч самостоятельных информационных элементов (материалов).

Судебная практика подчеркивает необходимость установить, осуществлялась ли работа по сбору материалов в целях формирования содержания базы данных, были ли понесены существенные затраты изготовителем базы данных, является ли база данных результатом целенаправленных инвестиций, а не побочным продуктом коммерческой деятельности [13]. Таким образом, для защиты своих прав на базу данных как объект смежных прав необходимо подтвердить существенность затрат [14].

Например, Арбитражный суд Ульяновской области в Решении от 10 февраля 2020 г. по делу № А72-18468/2019 пришел к выводу, что клиентская база (список учеников) автономной некоммерческой организации в рассматриваемом случае не является объектом интеллектуальной деятельности, поскольку носит информационный характер, содержит данные учеников (407 человек), которые не систематизированы таким образом, чтобы эти материалы могли быть найдены и обработаны с помощью электронной вычислительной машины [15].

В другом решении суд подчеркнул, что как такое создание графической части генерального плана поселения не было целью деятельности истца, инвестиционного характера не имело, а являлось лишь частью общей работы по созданию проекта в рамках договорных обязательств. Кроме того, истец не представил доказательств того, что он понес существенные затраты, связанные именно со структурированием материалов [16].

Безусловно, признание клиентской базы в качестве базы данных в смысле ч. 4 ГК РФ имеет ряд достоинств. Защита такого объекта по смыслу п. 4 ст. 1259 и п. 3 ст. 1334 ГК РФ осуществляется без обязательной государственной регистрации. Исключительное право изготовителя базы данных возникает в момент завершения ее создания и действует в течение пятнадцатилетнего срока, который восстанавливается каждый раз, когда база данных обновляется.

Однако доказать тот факт, что база клиентов является объектом авторского права, зачастую затруднительно, поскольку отсутствует четкое понимание

того, какая база данных считается созданной творческим трудом. Что касается охраны содержания базы данных как объекта смежных прав, то изготовитель должен доказать существенность понесенных затрат.

На основании проанализированных судебных решений можно заключить, что перспективы такой защиты могут быть у клиентской базы, которая включает в себя большое количество элементов (как в примере с социальной сетью «ВКонтакте») [17], содержит не простое перечисление, а оригинальным образом собранную информацию, потребовала привлечения для систематизации большого количества работников, машиночитаемая и т.д.

Если клиентская база отвечает указанным в законе признакам базы данных, отчуждение прав на нее будет оформлено по правилам ч. 4 ГК РФ. Так, в зависимости от объема передаваемых прав сделка может быть оформлена в виде договора об отчуждении исключительных прав, если передаются исключительные права на клиентскую базу, а также лицензионным договором, если передаются права на использование результата интеллектуальной деятельности [18].

Отдельно следует остановиться на случае, когда база данных создана на основании договора, предметом которого было ее создание по заказу. Исключительное право на такую базу данных принадлежит заказчику, если договором между подрядчиком (исполнителем) и заказчиком не предусмотрено иное (п. 1 ст. 1296 ГК РФ) [19]. Положения ст. 1296 ГК РФ применяются к случаям, когда подрядчиком (исполнителем) договора заказа на создание произведения выступает лицо, которое само не является автором заказанного произведения.

В тех случаях, когда база данных как объект авторских прав создается по заказу, отношения сторон договора, в котором стороной является изготовитель, регулируются ст. 1288 ГК РФ (договор авторского заказа) [20]. Согласно п. 2 ст. 1288 ГК РФ, договором авторского заказа может быть предусмотрено отчуждение заказчику исключительного права на произведение, которое должно быть создано автором, или предоставление заказчику права использования этого произведения в установленных договором пределах.

Таким образом, в отличие от создания произведения по заказу в рамках ст. 1296 ГК РФ, где по общему правилу исключительное право принадлежит заказчику, в договоре авторского заказа для перехода исключительного права от автора это необходимо отдельно предусмотреть в договоре. Обратим внимание на то, что указанные договоры применимы к объектам авторского права.

Иногда база данных создается работником при исполнении своих служебных обязанностей в отношении работодателя в качестве служебного произ-

ведения. Согласно ст. 1295 ГК РФ, исключительное право на служебное произведение принадлежит работодателю, если трудовым или гражданско-правовым договором между работодателем и автором не предусмотрено иное. Как отмечает В.О. Калятин, по трудовому договору «работник обязуется создать не конкретную базу данных, а в целом работать по своей трудовой функции» [21].

Признание произведения служебным не лишает работодателя возможности отчуждения прав на него третьим лицам. Более того, согласно ст. 1295 ГК РФ, сделать это необходимо в определенный срок: если работодатель в течение трех лет со дня, когда служебное произведение было предоставлено в его распоряжение, не начнет использовать это произведение, не передаст исключительное право на него другому лицу или не сообщит автору о сохранении произведения в тайне, исключительное право на служебное произведение переходит к автору.

В случае создания клиентской базы данных работником важно отразить это в трудовом договоре, локальных нормативных актах, с которыми следует ознакомить работника. Все это позволит доказать, что база данных была создана в рамках трудовой функции работника, а значит, исключительное право, если иное не сказано в договоре, принадлежит работодателю.

Таким образом, рассмотрение клиентской базы в качестве базы данных как объекта авторских прав и заключение соответствующих договоров кажется затруднительным из-за необходимости доказывать ее творческий характер. В то же время охрана содержания клиентской базы как объекта смежных прав представляется более эффективным вариантом при условии, что у изготовителя базы данных будут доказательства существенности затрат на ее создание, или если рассматриваемая клиентская база будет состоять более чем из десяти тысяч самостоятельных информационных элементов.

СООТНОШЕНИЕ ПРАВ НА КЛИЕНТСКУЮ БАЗУ И ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОГО ПРАВА НА НОУ-ХАУ

Клиентская база может охраняться в соответствии с нормами о секрете производства (ноу-хау), а именно ст. 1465–1472 ГК РФ. Этот вариант имеет несколько преимуществ. В частности, срок действия исключительного права на секрет производства фактически неограничен во времени и зависит от срока сохранения всех признаков ноу-хау, указанных в ст. 1465 ГК РФ [22, с. 581].

Согласно положениям ГК РФ, для этого информация о клиентах должна соответствовать нескольким признакам.

Во-первых, она должна представлять собой сведения любого характера (производственные, технические, экономические, организационные и другие) о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере и о способах осуществления профессиональной деятельности.

Сужая круг сведений, охраняемых в качестве ноу-хау, российские законодатели по существу исключили возможность коммерциализации прав на иную коммерчески ценную информацию, кроме как в научно-технической сфере и в способах осуществления профессиональной деятельности [23]. Представляется, что в зависимости от обстоятельств дела клиентская база может иметь отношение к последней категории, а именно к сведениям о способах осуществления профессиональной деятельности. В законодательстве нет легального определения профессиональной деятельности, что свидетельствует о возможном многообразии сведений, которые могут относиться к ноу-хау [9]. В то же время речь идет именно о «способе», который представляет не просто информацию, а идею, имеющую практическое применение и потенциальный результат [22, с. 575]. Правоприменительная практика свидетельствует о том, что обычно в соответствии с договором об отчуждении исключительного права на ноу-хау передается не только сама информация о клиентах с указанием контактных данных, но и целые системы и методики по привлечению клиентов и расширению клиентской базы, правила работы с клиентской базой и т.д. [24].

Во-вторых, база клиентов должна иметь действительную или потенциальную коммерческую ценность вследствие неизвестности третьим лицам, если к таким сведениям у третьих лиц нет свободного доступа на законном основании и обладатель таких сведений принимает разумные меры для соблюдения их конфиденциальности, в том числе путем введения режима коммерческой тайны.

Актуальное правовое регулирование значительно облегчает задачу потенциального обладателя исключительного права на секрет производства, предъявляя требования по соблюдению разумных мер, а не режима коммерческой тайны (в том числе в части нанесения на материальные носители (документы), которые содержат информацию, составляющую коммерческую тайну, специального грифа), как это было ранее [25]. Новый подход законодателя направлен на эффективную защиту прав участников гражданского оборота, а не на излишний формализм [22, с. 577].

Соотносится такой подход и с международной практикой регулирования исключительного права на секрет производства. Так, в соответствии со ст. 39 Соглашения по торговым аспектам прав интеллекту-

альной собственности (ТРИПС) информация может быть защищена как конфиденциальная, если: она является секретной в том смысле, что не общеизвестна или легкодоступна для лиц, которые обычно имеют дело с такой информацией; она имеет коммерческую ценность, поскольку является секретной; в ее отношении были приняты надлежащие при конкретных обстоятельствах меры в целях сохранения ее в секрете [1, с. 12].

Регулирование секрета производства (trade secret) различается на уровне ЕС из-за специального законодательства, а также судебной практики [26, с. 6–7]. В частности, Федеральный верховный суд Германии (Bundesgerichtshof) определяет секрет производства как любой факт, связанный с предпринимательской деятельностью, неочевидный, известный только определенной группе людей, обладающий экономическим значением, а также который владелец желает сохранить в тайне и который имеет экономическое значение [26, с. 6–7].

Согласно итальянскому прецедентному праву, объем защиты секрета производства очень широк и касается любого типа информации о компании, включая списки клиентов — как реальных, так и потенциальных. При этом в отдельных судебных решениях подчеркивается, что для обеспечения охраны ноу-хау базы клиентов должны содержать контакты и дополнительную информацию, что исключает защиту простых списков [26, с. 8]. В Китае секретом производства могут признаваться разнообразные сведения: клиентская база, информация о производителях (партнерах, поставщиках) и др. [27].

С одной стороны, охрана того или иного решения как ноу-хау предполагает ряд преимуществ такого решения. Прежде всего зачастую такая охрана возможна тогда, когда не удастся доказать, что конкретная информация охраняется как база данных или иные РИД и СИ. Кроме того, секрет производства не предполагает обязательную государственную регистрацию и не ограничен в сроке охраны [28, с. 8]. Наконец, преимущество секрета производства — в самой его сущности: лицо имеет возможность сохранить неизвестными определенные сведения [29]. Например, заявка на патент требует полного раскрытия информации в отличие от ноу-хау [1, р. 12].

С другой стороны, могут возникнуть трудности, связанные с доказыванием того, что та или иная информация обладает действительной или потенциальной коммерческой ценностью в силу своей неизвестности третьим лицам [30]. Впрочем, представляется, что коммерческая ценность клиентской базы, включающей актуальные сведения о многих клиентах компании, едва ли может быть подвергнута сомнению.

В соответствии с законодательством РФ в отношении секрета производства может заключаться договор об отчуждении исключительного права на секрет производства, согласно которому одна сторона (правообладатель) передает или обязуется передать принадлежащее ей исключительное право на секрет производства в полном объеме другой стороне — приобретателю исключительного права на этот секрет производства. Существенными условиями такого договора являются условия о предмете, цене, а также условие о конфиденциальности [22, с. 601].

При отчуждении исключительного права на секрет производства лицо, распорядившееся своим правом, обязано сохранять конфиденциальность секрета производства. Обязанность по сохранению конфиденциальности действует до прекращения действия исключительного права на секрет производства [31]. Сохранение сведений в тайне является краеугольным камнем исключительного права на ноу-хау, поскольку с утратой конфиденциальности исключительное право на ноу-хау прекращается [22, с. 581].

Итак, примером гражданских правоотношений, где объектом выступает секрет производства, может служить договор об отчуждении исключительного права на секрет производства [32]. Во избежание признания договора незаключенным в нем необходимо максимально раскрыть содержание секрета производства [33]. Кроме того, если речь идет о возмездном договоре об отчуждении исключительного права, важно зафиксировать цену передаваемого исключительного права на секрет производства. В таком договоре цена не может быть установлена исходя из положений ст. 424 ГК РФ, поскольку ценность ноу-хау очень субъективна [33].

Кроме того, возможно заключение лицензионного договора о предоставлении права использования секрета производства (ст. 1469 ГК РФ). Правоотношения, в основе которых лежит такой договор, являются «уязвимыми», как отмечается в научной литературе, поскольку секрет производства доверяется с тем условием, что он используется только в течение определенного срока [29]. Вместе с тем едва ли можно предсказать действия лица, получившего доступ к определенной информации, после прекращения лицензионного договора.

В таких случаях необходимо определить в договоре условие об уведомлении правообладателя о фактах разглашения или угрозе разглашения информации, а также об обязанности не разглашать информацию [34, с. 9]. Кроме того, необходимо помнить о положениях ст. 1472 ГК РФ, согласно которой нарушитель исключительного права на секрет производства обязан возместить убытки, причиненные нарушением ис-

ключительного права на секрет производства. Более того, данная норма сформулирована диспозитивно, а это значит, что стороны могут предусмотреть иные санкции [22, с. 582].

Секрет производства может быть получен при выполнении работ по договору подряда и договору на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ. При этом по общему правилу исключительное право на такой секрет производства принадлежит подрядчику (исполнителю). Сохраняет актуальность вопрос создания секрета производства при выполнении трудовых обязанностей или конкретного задания работодателя (ст. 1470 ГК РФ). В целом, со всеми сотрудниками, имеющими доступ к информации о секретах производства, следует подписать отдельные соглашения о неразглашении, уточняющие и конкретизирующие трудовой договор и локальные нормативные акты [35, 36].

Наконец, в соответствии со ст. 1027 ГК РФ предоставление одной стороной другой стороне за вознаграждение права использовать в предпринимательской деятельности комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау), возможно в рамках договора коммерческой концессии.

Он предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определенном объеме. Закономерно в некоторых правопорядках подобный договор называется договором комплексной предпринимательской лицензии [37]. В странах общего права существует общее понятие «goodwill», которое объединяет репутацию предприятия, деловые связи с клиентурой, наименование фирмы и особенности ее имиджа [38].

Представляется, что в рамках договора коммерческой концессии клиентская база может рассматриваться, во-первых, как объект права на «другие предусмотренные законом объекты исключительных прав», в случае если она относится к ноу-хау или базе данных, а также как характеристика «коммерческого опыта правообладателя».

На практике нередко имеют место случаи, когда предприниматели прибегают к указанной конструкции, поскольку передают целый комплекс, состоящий из исключительного права на товарный знак, а также описания бизнес-процессов, бизнес-моделей, информации о методах оказания услуг, обучения работников, способах ведения рекламной деятельности и деятельности по продвижению, а также из сведений

о контрагентах ответчика, в том числе о поставщиках и клиентах, как в Решении Арбитражного суда Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 28 ноября 2021 г. по делу № А56-61666/2021 [39].

В Постановлении Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 18 августа 2020 г. по делу № А60-14881/2020 сказано, что после заключения предварительного договора коммерческой концессии истцу было предоставлено право пользования доменным именем, CRM-системой для ведения бизнес-процесса, порталом обучения и консультирования, а также клиентской базой на 800 человек, базой поставщиков в количестве 1250 компаний [40].

Таким образом, можно сделать вывод, что исходя из действующего российского законодательства саму по себе клиентскую базу едва ли возможно охранять и соответственно передавать права на нее как на секрет производства (ноу-хау). Вместе с тем, учитывая, что клиентская база имеет действительную или потенциальную ценность вследствие неизвестности, можно представить ее не просто в виде перечня с контактными данными, а привести в нее сведения о способах осуществления профессиональной деятельности, в частности об особенностях работы с теми или иными категориями клиентов, конкретными способами повышения эффективности продаж.

В таком случае, как свидетельствует судебная практика, будет возможным заключение договоров об отчуждении исключительного права на ноу-хау, лицензионного договора или договора коммерческой концессии.

ИНЫЕ СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ О КЛИЕНТАХ

Зачастую на основании конкретных обстоятельств дела суды приходят к выводу, что клиентская база носит информационный характер, включает в себя данные, которые, хоть и содержат имена клиентов и номера телефонов, не систематизированы таким образом, чтобы эти материалы могли быть найдены и обработаны с помощью электронной вычислительной машины, и как следствие не является базой данных или секретом производства (ноу-хау) в том смысле, который вкладывает в это понятие ГК РФ [41].

В случае если информация о клиентах компании не относится ни к базе данных, ни к ноу-хау, следует рассмотреть иные варианты легальной передачи такой информации. В данном контексте интересно вспомнить, что долгое время информация отдельно была поименована в качестве объекта гражданских прав в ст. 128 ГК РФ. Однако данное упоминание было исключено из текста этой статьи.

Вместе с тем в научной литературе все еще обсуждается вопрос о том, является ли информация объектом гражданских прав и гражданских правоотношений, а многие ученые и вовсе предлагают вернуть указание на информацию в текст ст. 128 ГК РФ. Обосновывается это тем, что информация зачастую в том или ином качестве выступает предметом договоров, обладает самостоятельной ценностью, ее использование способно создать конкурентные преимущества [42] и далеко не всегда охватывается перечнем, указанным в ст. 128 ГК РФ [43].

Некоторые гражданско-правовые договоры регулируют отношения сторон по поводу информации, которая не является объектом исключительных прав, не имеет режима коммерческой тайны и не подпадает под сложившееся понятие «нематериального блага». Нередко в указанных случаях заключается договор на оказание информационных или маркетинговых услуг, по которому исполнитель передает заказчику информацию о клиентах компании с указанием адресов, телефонов и прочих данных [18], то есть клиентской базы.

Де-юре предметом такого договора являются действия по поиску, предоставлению, распространению информации или иные манипуляции с ней, а де-факто заказчика интересует именно результат — сама информация [32]. Такие договоры предполагают ряд сложностей, связанных с необходимостью доказать реальность оказания информационных услуг. В этом может помочь, например, акт сдачи-приемки оказанных услуг [44] или иной документ, где необходимо отразить, какая информация была передана и ее стоимость. При этом отсутствие акта сдачи-приемки услуг не освобождает от обязанности исполнить обязательство по оплате оказанных услуг [12].

В таком договоре необходимо прямо указывать конкретные характеристики передаваемой информации, поскольку в судебной практике суды иногда отклоняют требования об уплате цены договора из-за использования при описании предмета договора обтекаемых формулировок и отсутствия убедительных пояснений, в чем именно заключались информационные услуги. Очевидной становится фиктивность оказания услуги, если акты выполненных работ не позволяют определить перечень услуг, стоимость услуг и период их выполнения [45].

Есть способ дополнительно нивелировать данные риски, задокументировав полученную информацию о клиентах, которую можно предъявить суду в случае спора или контролирующим органам в случае проверки реальности хозяйственных операций субъекта предпринимательства [44].

Существуют и другие способы передачи информации, составляющей клиентскую базу, в частности

агентский договор, согласно которому компания (агент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) иные действия (а именно действия по поиску клиентов) от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала. Обязательным в ходе исполнения агентского договора является предоставление отчета, в котором обычно указывается, в какие сроки и с какими клиентами благодаря агенту принципал заключил договоры. Так, в Постановлении Арбитражного суда Республики Татарстан от 6 июля 2022 г. по делу № А65-30459/2021 взаимоотношения между ИП и ООО «Ростфранч» возникли в рамках агентского договора, согласно которому ООО «Ростфранч», действуя на основании агентского договора и по поручению ИП, осуществляло от имени и за счет ИП поиск потенциальных клиентов, заинтересованных в заключении лицензионного договора о передаче секрета производства (ноу-хау) принципала [46].

Нередко возникают споры относительно того, к какой договорной конструкции относится то или иное соглашение. Так, согласно Решению Арбитражного суда Иркутской области от 12 мая 2022 г. по делу № А19-25912/2021, стороны заключили «договор о технологии ведения бизнеса», по условиям которого правообладатель обязуется предоставить пользователю за вознаграждение право использовать в предпринимательской деятельности сведения о заказах, о работе с клиентами, технику продаж, базу (контактные данные), помощь в привлечении клиентов и т.п.» [47].

В рассматриваемом деле истец настаивал на том, что заключенный между сторонами договор по своей правовой природе является договором возмездного оказания услуг, в то время как ответчик полагал, что договор «о технологии ведения бизнеса» представляет собой смешанный договор, который содержит в себе элементы лицензионного договора о предоставлении права использования ноу-хау и предварительного договора [47].

Суд согласился с позицией ответчика, что сделало невозможным применение ст. 782 ГК РФ, наделяющей заказчика правом отказаться от исполнения договора возмездного оказания услуг при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов, на чем настаивал истец.

Также нередко стороны называют соглашение договором купли-продажи «готового бизнеса», подразумевая передачу в распоряжение покупателя различных объектов, в том числе нематериальных [48], включая доступ к рекламным профилям, клиентской базе и списку договоров [49]. Безусловно, ст. 421 ГК РФ позволяет заключать иные договоры, не предусмотренные законом или другими правовыми актами, но не проти-

воречащие им. Также возможно заключение смешанных договоров.

Вместе с тем необходимо понимать, что заключение непоименованного договора, в котором информация будет указана в качестве предмета, может быть сопряжено с рисками признания его несоответствующим законодательству, поскольку информация не относится к объектам гражданских прав по ст. 128 ГК РФ [50].

Итак, вследствие коммерческой ценности информации о клиентах в научной литературе предлагаются различные варианты правового закрепления перехода таких сведений: от договоров об оказании информационных услуг, агентских договоров, направленных на поиск клиентов и заключение договоров, до весьма нетривиальных и спорных [51].

ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИИ О КЛИЕНТАХ КАК ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Важно обратить внимание на то, что информация о клиентах в соответствующей базе содержит сведения, которые относятся к персональным данным. Так, согласно ст. 3 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», персональные данные — это любая информация, относящаяся к определенному или определяемому на основании такой информации физическому лицу (субъекту персональных данных), в том числе его фамилия, имя, отчество, год, месяц, дата и место рождения, адрес, семейное, социальное, имущественное положение, образование, профессия, доходы и другая информация.

В соответствии со ст. 6 Закона № 152-ФЗ обработка персональных данных может осуществляться оператором только с согласия субъектов персональных данных. Однако данная статья также устанавливает ряд исключений из правила, когда обязательно получение согласия. Вместе с тем представляется, что ни один из указанных в данной статье случаев-исключений не подходит к ситуации, когда компания, которой стали доступны персональные данные ее клиентов, намеревается передать эти сведения третьему лицу без согласия субъектов персональных данных [52].

Отдельно следует остановиться на ситуации, указанной в ст. 6, когда обработка персональных данных необходима для исполнения договора, стороной которого либо выгодоприобретателем или поручителем по которому является субъект персональных данных. Вопрос, когда обработка персональных данных осуществляется в интересах субъекта, а когда — в интересах оператора, рассматривался в судебной практике.

Так, Семнадцатый арбитражный апелляционный суд в Постановлении от 11 декабря 2017 г. со ссылкой на ст. 6 Закона № 152-ФЗ подчеркнул, что суду не

представлено документов (соглашений, уведомлений, согласия на передачу персональных данных), свидетельствующих о том, что приобретение клиентской базы направлено на извлечение экономической выгоды [53]. Очевидно, что применительно к передаче клиентской базы субъект персональных данных не является стороной или выгодоприобретателем договора, а передача сведений осуществляется оператором в своих собственных интересах [53].

Нередко в таких ситуациях оператор ссылается на то обстоятельство, что лицо ранее предоставило согласие на обработку своих персональных данных в связи с существующими между ними гражданскими отношениями. Однако этот факт не подтверждает правомерность действий оператора, поскольку последующее использование персональных данных и передача их третьим лицам никак не связаны с исполнением первоначального договора между оператором и субъектом персональных данных [54].

Например, в деле № А79-1621/2021, рассмотренном Арбитражным судом Чувашской Республики с вынесением решения 17 августа 2021 г., истец ссылался на то, что предметом договора купли-продажи среди прочего было предоставление доступа к программе, содержащей паспортные данные, адреса регистрации, номера телефонов и другие сведения, доступ к которым ограничен законом. Суд обратил внимание на то, что ни один клиент не давал ответчику согласие на передачу информации о своей деятельности другому лицу, а значит, она была передана незаконно [55].

Показательно и другое дело, в котором суд встал на сторону потерпевшей в вопросе о причинении морального вреда и возложении обязанности по исключению ее персональных данных из базы банка, поскольку на ее номер телефона банком постоянно осуществлялись звонки и направлялись СМС-сообщения, что причиняло неудобства и нравственные переживания. При этом потерпевшая не являлась стороной какого-либо договора, заключенного с данным банком, и согласия на обработку персональных данных ответчику не давала [56].

Достаточно часто кредитные организации, операторы сотовой связи, магазины розничной торговли и иные хозяйствующие субъекты допускают нарушения требований законодательства о защите персональных данных при использовании персональных данных физических лиц в маркетинговых целях [56]. Способствует этому и то, что зачастую пользователи не имеют возможности отследить, кто способен осуществлять доступ к их персональным данным [57]. Вместе с тем в соответствии с законодательством лицо может передать новому владельцу личные данные клиентов только с их предварительного согласия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования были проанализированы отечественная и зарубежная научные доктрины, судебная практика. В результате можно сделать следующие выводы и сформулировать определенные тенденции.

Анализ судебной практики свидетельствует о востребованности отчуждения с точки зрения гражданского оборота такого актива, как права на клиентскую базу. В ряде зарубежных правовых систем те или иные институты права интеллектуальной собственности понимаются шире, чем их видят отечественные законодатели, что предполагает больше возможностей для распоряжения правами на клиентскую базу.

Представляется, что казуистичность и возврат к редакциям норм, от которых законодатели отказались (в частности, речь идет о ст. 128 ГК РФ), не всегда является единственным возможным выходом. Согласно текущему законодательному регулированию, в РФ в определенных случаях возможно рассмотрение и отчуждение клиентской базы данных как объекта авторских прав, однако необходимо осознавать сложности доказывания того, что она создана творческим трудом.

В то же время охрана содержания клиентской базы как объекта смежных прав представляется более вероятной при условии существенности затрат на создание такой базы данных. Кроме того, информацию о клиентах, методах их привлечения и прочем (с учетом коммерческой ценности данной информации) в случае толкования ее как сведений о способах осуществления профессиональной деятельности и принятия разумных мер по сохранению их конфиденциальности можно передавать как исключительное право на секрет производства (ноу-хау).

Наконец, получение контрагентом информации о клиентах возможно в результате заключения договоров об оказании информационных услуг, агентских договоров, направленных на поиск клиентов и заключение с ними договоров, смешанных или непоименованных договоров, которые не противоречат законам и иным правовым актам. Также необходимо помнить о важности соблюдения законодательства о персональных данных и запрашивать согласие клиентов на обработку их персональных данных.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Scassa Teresa. Data Ownership // Ottawa Faculty of Law Working. September 4, 2018. CIGI Papers No 187. 29 p.
2. Ульянова Е.В. Big Data: технология, принципы и архитектура // Журнал Суда по интеллектуальным правам. 2020. № 4 (30). С. 32–41.

3. Капитализация клиентской базы [электронный ресурс]. — URL: <https://legal-support.ru/information/blog/advice/kapitalizaciya-klientskoi-bazy/> (дата обращения: 25.04.2023).
4. Клиентская база: как ее собрать и правильно вести [электронный ресурс]. — URL: <https://www.bitrix24.ru/journal/klientskaya-baza-kak-ee-sobrat-i-pravilno-vesti/> (дата обращения: 20.04.2023).
5. Как заставить клиентскую базу работать на вас [электронный ресурс]. — URL: http://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/klientskaja-baza-kak-sozdat-i-upravljat/ (дата обращения: 20.04.2023).
6. Гаврилов Э.П. Какие изменения предлагается внести в главу 70 ГК РФ «Авторское право»? // Патенты и лицензии. 2012. № 1. С. 2–10.
7. Gervais Daniel J. Exploring the Interfaces Between Big Data and Intellectual Property Law // Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law. March 26, 2019. No 10. P. 19–36.
8. Рожкова М.А. Интеллектуальная собственность: основные аспекты охраны и защиты: учеб. пособие. М., 2014. 248 с.
9. Сергеев А.П., Терещенко Т.А. Большие данные: в поисках места в системе гражданского права // Закон. 2018. № 11. С. 106–123.
10. Право интеллектуальной собственности. Т. 2. Авторское право: учебник / под общей редакцией д.ю.н. проф. Л.А. Новосёловой. М.: Статут, 2017. 367 с.
11. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 29 августа 2012 г. № 09АП-22440/12, № 09АП-22470/2012. — URL: clck.ru/34QPWw.
12. Постановление Восемнадцатого арбитражного апелляционного суда от 13 июня 2017 г. № 18АП-3697/2017 // СПС «Гарант».
13. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 8 февраля 2016 г. № С01-1002/2015 по делу № А79-3190/20 // СПС «Гарант».
14. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 6 апреля 2015 г. № С01-138/2015 по делу № А45-595/2014 // СПС «Гарант».
15. Решение Арбитражного суда Ульяновской области от 10 февраля 2020 г. по делу № А72-18468/2019. — URL: clck.ru/34QPXx.
16. Постановление Восемнадцатого арбитражного апелляционного суда от 25 октября 2021 г. № 18АП-13664/2021 // СПС «КонсультантПлюс».
17. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 24 июля 2018 г. № С01-201/2018 по делу № А40-18827/2017 // СПС «Гарант».
18. Покупка клиентской базы [электронный ресурс]. — URL: <https://www.glavbukh.ru/hl/285349-pokupka-klientskoy-bazy> (дата обращения: 25.04.2023).
19. ИТ-компания реализует исключительные права на базы данных по договору об отчуждении исключительного права [электронный ресурс]. — URL: clck.ru/34QPY0 (дата обращения: 20.04.2023).
20. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс».
21. Калятин В.О. Право интеллектуальной собственности. Правовое регулирование баз данных: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2018. 186 с.
22. Право интеллектуальной собственности. Т. 4. Патентное право: учебник / под общей редакцией д.ю.н., проф. Л.А. Новосёловой. М.: Статут, 2019. 659 с.
23. Нестерова Н.В. Ноу-хау в свете недавних изменений гражданского законодательства Российской Федерации // Актуальные проблемы российского права. 2016. № 10. С. 102–109.
24. Решение Арбитражного суда Калининградской области от 9 апреля 2021 г. по делу № А21-10501/2020. — URL: clck.ru/34QPZV.
25. Гаврилов Э.П. Гражданско-правовая защита и охрана секретов производства и коммерческой тайны // Хозяйство и право. 2014. № 7. С. 41–56.
26. Francesco Banterle. The Interface between Data Protection and IP law: The Case of Trade Secrets and Database Sui Generis Right in Marketing Operations, and the Ownership of Raw Data in Big Data Analysis (December 2, 2016) // Personal Data in Competition, Consumer Protection and Intellectual Property Law Towards a Holistic Approach? / Eds. By M. Bakhoum, B. Conde Gallego, M.-O. Mackenrodt, G. Surblytė-Namavičienė, 2016. 39 p.
27. E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование): сборник статей / рук. авт. кол. и отв. ред. М.А. Рожкова. М.: Статут, 2019 // СПС «КонсультантПлюс».
28. Ацапина Л.А. Коммерческая тайна как объект гражданских прав: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Рязань, 2005. 24 с.
29. Штумпф Г. Договор о передаче ноу-хау. М.: Прогресс, 1976. С. 23–30.
30. Войниканис Е.А. Защита прав изготовителей баз данных // Законодательство. 2007. № 10 // СПС «Гарант».
31. Михалевич Е.В. Как сохранить коммерческую тайну: анализ законодательства и практические рекомендации: Библиотечка «Российской газеты». 2020 // СПС «Гарант».
32. Комментарий к Федеральному закону от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информацион-

- ных технологиях и о защите информации» / С.А. Куликова, Х.В. Пешкова (Белогорцева), Р.В. Амелин и др. // СПС «Гарант».
33. Зверева Е.А. Договоры о передаче информации, составляющей коммерческую тайну (секрет производства) // Право и экономика. 2007. № 5. С. 92–97.
 34. Гаврилов Э.П. Вопросы правовой охраны коммерческой тайны // Хозяйство и право. 2004. № 11. С. 3–13.
 35. Гришаев С.П., Амосова О.С. Справочные правовые системы как объект гражданских прав. 2014 г. // СПС «Гарант».
 36. Бычков А. Режим коммерческой тайны в организации // Юридический справочник руководителя. 2021. № 6 // СПС «КонсультантПлюс».
 37. Афанасьева Е.Г., Долгих М.Г., Афанасьева Е.А. Средства индивидуализации в предпринимательской деятельности: правовые вопросы: учеб. пособие; отв. ред. Е.В. Алферова; 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНИОН РАН, 2020 // СПС «Гарант».
 38. Ершова Е.А. Гражданско-правовая роль особых нематериальных активов в странах общего права // Законодательство. 2002. № 12. С. 24–29.
 39. Решение Арбитражного суда Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 28 ноября 2021 г. по делу № А56-61666/2021. — URL: clck.ru/34QPaR.
 40. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 18 августа 2020 г. по делу № А60-14881/2020. — URL: clck.ru/34QPas.
 41. Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 21 января 2021 г. № Ф06-69251/20 по делу № А72-18468/2019 // СПС «Гарант».
 42. Маркина М.В., Березин Д.А. Информация // Журнал Суда по интеллектуальным правам. 2015. № 10. С. 21–27.
 43. Абрамова Е.Н., Аверченко Н.Н., Алферова Ю.Н., Арсланов К.М., Байгушева Ю.В., Вошатко А.В., Грачев В.В., Иванов И.В., Крашенинников Е.А., Мазур О.В., Никифоров И.В., Павлов А.А., Сергеев А.П., Скворцов О.Ю., Смирнов В.И., Терещенко Т.А., Тынчинин С.В., Цепов Г.В., Шевченко А.С., Шевченко Г.Н. Гражданское право: учебник; в трех томах. Т. 1; 2-е изд., перераб. и доп.; под ред. д.ю.н. проф. А.П. Сергеева). М.: Проспект, 2018 // СПС «Гарант».
 44. Договорное распространение информации и его доказательства [электронный ресурс]. — URL: <https://urfac.ru/?p=763> (дата обращения: 15.04.2023).
 45. Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 24 декабря 2012 г. по делу № А29-3690/2012 // СПС «Гарант».
 46. Постановление Арбитражного суда Республики Татарстан от 6 июля 2022 г. по делу № А65-30459/2021. — URL: clck.ru/34QPbj.
 47. Решение Арбитражного суда Иркутской области от 12 мая 2022 г. по делу № А19-25912/2021. — URL: clck.ru/34QPc8.
 48. Шиткина И.С., Филиппова С.Ю. Продажа или приобретение бизнеса: правовое сопровождение сделки // Хозяйство и право. 2018. № 4 // СПС «КонсультантПлюс».
 49. Апелляционное определение Московского городского суда от 20 марта 2017 г. по делу № 33-7883 // СПС «КонсультантПлюс».
 50. Савельев А.И. Криптовалюта в системе объектов гражданских прав // Закон. 2017. № 8 // СПС «КонсультантПлюс».
 51. Новикова Н.А. Поделимся клиентской базой... (бухгалтерские и налоговые аспекты купли-продажи клиентской базы при общем режиме налогообложения и при УСНО) // Главная книга. 2010. № 16 // СПС «КонсультантПлюс».
 52. Является ли клиентская база интеллектуальной собственностью [электронный ресурс]. — URL: <https://www.law.ru/question/130190-yavlyayetsya-li-klientskaya-baza-intellektualnoy-sobstvennostyu?ysclid=lc9v8see6139875153> (дата обращения: 10.14.2022).
 53. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 11 декабря 2017 г. по делу № А50-6563/2016. — URL: clck.ru/34QPcN (дата обращения: 02.05.2023).
 54. Компания использует персональные данные клиентов. Кому их можно передать без согласия субъекта? [электронный ресурс]. — URL: https://www.vegaslex.ru/analytics/publications/the_company_uses_your_personal_data_to_whom_they_can_be_transferred_without_the_consent_of_the_subje/ (дата обращения: 02.05.2023).
 55. Решение Арбитражного суда Чувашской Республики от 17 августа 2021 г. по делу № А79-1621/2021. — URL: clck.ru/34QPcu (дата обращения: 02.05.2023).
 56. Определение Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 25.07.2022 № 88-12635/2022, 2-1720/2021. // СПС «КонсультантПлюс».
 57. Рожкова М.А., Исаева О.В. Понятие сайта (веб-сайта) для целей права // Журнал Суда по интеллектуальным правам. 2021. № 2 (32). С. 46–54.

REFERENCES

1. Scassa Teresa. Data Ownership // Ottawa Faculty of Law Working. September 4, 2018. — CIGI Papers No 187. 29 p.
2. Ul`yanova E.V. Big Data: texnologiya, principy` i arhitektura // Zhurnal Suda po intellektual`ny`m pravam. 2020. No 4 (30). S. 32–41.
3. Kapitalizaciya klientskoj bazy` [e`lektronny`j resurs]. — URL: <https://legal-support.ru/information/blog/ad->

- vice/kapitalizaciya-klientskoi-bazy (data obrashheniya: 25.04.2023).
4. Klientskaya baza: kak ee sobrat` i pravil` no vesti [e`lektronny` j resurs]. — URL: <https://www.bitrix24.ru/journal/klientskaya-baza-kak-ee-sobrat-i-pravilno-ves-ti/> (data obrashheniya: 20.04.2023).
 5. Kak zastavit` klientskuyu bazu rabotat` na vas [e`lektronny` j resurs]. — URL: http://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/klientskaja-baza-kak-sozdat-i-upravljat/ (data obrashheniya: 20.04.2023).
 6. Gavrilov E`.P. Kakie izmeneniya predlagaetsya vnesti v glavu 70 GK RF "Avtorskoe pravo"? // Patentny` i licenzii. 2012. No 1. S. 2–10.
 7. Gervais Daniel J. Exploring the Interfaces Between Big Data and Intellectual Property Law // Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law. 2019. No 10. P. 19–36.
 8. Rozhkova M.A. Intellektual`naya sobstvennost`: osnovny`e aspekty` ohrany` i zashhity`: ucheb. posobie. M.: Prospekt, 2014. 248 s.
 9. Sergeev A.P., Tereshhenko T.A. Bol`shie dannyy`e: v poiskax mesta v sisteme grazhdanskogo prava // Zakon. 2018. No 11. S. 106–123.
 10. Pravo intellektual`noj sobstvennosti. T. 2. Avtorskoe pravo: Uchebnik / pod obshej redakciej dokt. jur. nauk, prof. L.A. Novoselovoj. M.: Statut, 2017. 367 s.
 11. Postanovlenie Devyatogo arbitrazhnogo apellyacionnogo suda ot 29 avgusta 2012 g. No 09AP-22440/12, No 09AP-22470/2012. — URL: clck.ru/34QPWw.
 12. Postanovlenie Vosemnadczatogo arbitrazhnogo apellyacionnogo suda ot 13 iyunya 2017 g. No 18AP-3697/2017 // SPS "Garant".
 13. Postanovlenie Suda po intellektual`ny`m pravam ot 8 fevralya 2016 g. No S01-1002/2015 po delu No A79-3190/2014 // SPS "Garant".
 14. Postanovlenie Suda po intellektual`ny`m pravam ot 6 aprelya 2015 g. No S01-138/2015 po delu No A45-595/2014 // SPS "Garant".
 15. Reshenie Arbitrazhnogo suda Ul`yanovskoj oblasti ot 10 fevralya 2020 g. po delu No A72-18468/2019. — URL: clck.ru/34QPXx.
 16. Postanovlenie Vosemnadczatogo arbitrazhnogo apellyacionnogo suda ot 25 oktyabrya 2021 g. No 18AP-13664/2021 // SPS "Konsul`tantPlyus".
 17. Postanovlenie Suda po intellektual`ny`m pravam ot 24 iyulya 2018 g. No S01-201/2018 po delu No A40-18827/2017 // SPS "Garant".
 18. Pokupka klientskoj bazy` [e`lektronny` j resurs]. — URL: <https://www.glavbukh.ru/hl/285349-pokupka-klientskoj-bazy/> (data obrashheniya: 25.04.2023).
 19. IT-kompaniya realizuet isklyuchitel`ny`e prava na bazy` dannyy`x po dogovoru ob otchuzhdenii isklyuchitel`nogo prava [e`lektronny` j resurs]. — URL: clck.ru/34QPYo (data obrashheniya: 20.04.2023).
 20. Postanovlenie Plenuma Verxovnogo Suda RF ot 23 aprelya 2019 g. No 10 "O primenenii chasti chetvertoj Grazhdanskogo kodeksa Rossijskoj Federacii" // SPS "Konsul`tantPlyus".
 21. Kalyatin V.O. Pravo intellektual`noj sobstvennosti. Pravovoe regulirovanie baz dannyy`x: ucheb. posobie dlya bakalavriata i magistratury`. M.: Yurajt, 2018. 186 s.
 22. Pravo intellektual`noj sobstvennosti. T. 4. Patentnoe pravo: Uchebnik / pod obshej redakciej dokt. jur. nauk, prof. L.A. Novoselovoj. M.: Statut, 2019. 659 s.
 23. Nesterova N.V. Nou-xau v svete nedavnix izmenenij grazhdanskogo zakonodatel`stva Rossijskoj Federacii // Aktual`ny`e problemy` rossijskogo prava. 2016. No 10. S. 102–109.
 24. Reshenie Arbitrazhnogo suda Kaliningradskoj oblasti ot 9 aprelya 2021 g. po delu No A21-10501/2020. — URL: clck.ru/34QPZV.
 25. Gavrilov E`.P. Grazhdansko-pravovaya zashhita i ohrana sekretov proizvodstva i kommercheskoj tajny` // Hozyajstvo i pravo. 2014. No 7. S. 41–56.
 26. Banterle Francesco. The Interface between Data Protection and IP law: The Case of Trade Secrets and Database Sui Generis Right in Marketing Operations, and the Ownership of Raw Data in Big Data Analysis (December 2, 2016) // Personal Data in Competition, Consumer Protection and Intellectual Property Law Towards a Holistic Approach? / Eds. M. Bakhoum, B. Conde Gallego, M.-O. Mackenrodt, G. Surblytė-Namavičienė. 2016. 39 p.
 27. E-commerce i vzaimosvyazanny`e oblasti (pravovoe regulirovanie): sbornik statej / ruk. avt. kol. i otv. red. M.A. Rozhkova. M.: Statut, 2019 // SPS "Konsul`tantPlyus".
 28. Aczapina L.A. Kommercheskaya tajna kak ob`ekt grazhdanskix prav: avtoref. dis. ... kand. jur. nauk. Ryazan`, 2005. 24 s.
 29. Shtumpf G. Dogovor o peredache nou-xau. M.: Progress, 1976. S. 23–30.
 30. Vojnikanis E.A. Zashhita prav izgotovitelej baz dannyy`x // Zakonodatel`stvo. 2007. № 10 // SPS "Garant".
 31. Mixalevich E.V. Kak soxranit` kommercheskuyu tajnu: analiz zakonodatel`stva i prakticheskie rekomendacii. Bibliotekha "Rossijskoj gazety`. 2020 // SPS "Garant".
 32. Kommentarij k Federal`nomu zakonu ot 27 iyulya 2006 g. No 149-FZ "Ob informacii, informacionny`x texnologiyax i o zashhite informacii" / S.A. Kulikova, X.V. Peshkova (Belogorceva), R.V. Amelin, e.a. // SPS "Garant".

33. Zvereva E.A. Dogovory` o peredache informacii, sostavlyayushhej kommercheskuyu tajnu (sekret proizvodstva) // Pravo i e`konomika. 2007. No 5. S. 92–97.
34. Gavrilov E`.P. Voprosy` pravovoj oxrany` kommercheskoj tajny` // Hozyajstvo i pravo. 2004. № 11. S. 3–13.
35. Grishaev S.P., Amosova O.S. Spravochny` e pravovy` e sistemy` kak ob``ekt grazhdanskix prav. 2014 g. // SPS "Garant".
36. By`chkov A. Rezhim kommercheskoj tajny` v organizacii // Yuridicheskij spravochnik rukovoditelya. 2021. No 6 // SPS "Konsul`tantPlyus".
37. Afanas`eva E.G., Dolgix M.G., Afanas`eva E.A. Sredstva individualizacii v predprinimatel`skoj deyatel`nosti: pravovy` e voprosy` : ucheb. posobie; otv. red. E.V. Alferova; 2-e izd., pererab. I dop. M.: INION RAN, 2020 // SPS "Garant".
38. Ershova E.A. Grazhdansko-pravovaya rol` osoby` x nematerial`ny` x aktivov v stranax obshhego prava // Zakonodatel`stvo. 2002. № 12. S. 24–29.
39. Reshenie Arbitrazhnogo suda Sankt-Peterburga i Leningradskoj oblasti ot 28 noyabrya 2021 g. po delu No A56-61666/2021. — URL: clck.ru/34QPpR.
40. Postanovlenie Semnadczatogo arbitrazhnogo apellyacionnogo suda ot 18 avgusta 2020 g. po delu No A60-14881/2020. — URL: clck.ru/34QPas.
41. Postanovlenie Arbitrazhnogo suda Povolzhskogo okruga ot 21 yanvarya 2021 g. No F06-69251/20 po delu No A72-18468/2019 // SPS "Garant".
42. Markina M.V., Berezin D.A. Informaciya // Zhurnal Suda po intellektual`ny`m pravam. 2015. No 10. S. 21–27.
43. Grazhdanskoe parvo: uchebnik: v 3 tomax. T. 1; 2-e izd., pererab. i dop.: pod red. dokt. jur. nauk prof. A.P. Sergeeva / E.N. Abramova, N.N. Averchenko, Yu.N. Alferova i dr. M.: Prospekt, 2018 // SPS "Garant".
44. Dogovornoe rasprostranenie informacii i ego dokazatel`stva [e`lektronny`j resurs]. — URL: https://urfac.ru/?p=763 (data obrashheniya: 15.04.2023).
45. Postanovlenie FAS Volgo-Vyatskogo okruga ot 24 dekabrya 2012 g. po delu No A29-3690/2012 // SPS "Garant".
46. Postanovlenie Arbitrazhnogo suda Respubliki Tatarstan ot 6 iyulya 2022 g. po delu No A65-30459/2021. — URL: clck.ru/34QPbj.
47. Reshenie Arbitrazhnogo suda Irkutskoj oblasti ot 12 maya 2022 g. po delu No A19-25912/2021. — URL: clck.ru/34QPc8.
48. Shitkina I.S., Filippova S.Yu. Prodazha ili priobretenie biznesa: pravovoe soprovozhdenie sdelki // Hozyajstvo i pravo. 2018. No 4 // SPS "Konsul`tantPlyus".
49. pellyacionnoe opredelenie Moskovskogo gorodskogo suda ot 20 marta 2017 g. po delu No 33-7883 // SPS "Konsul`tantPlyus".
50. Savel`ev A.I. Kriptovalyuty` v sisteme ob``ektov grazhdanskix prav // Zakon. 2017. No 8 // SPS "Konsul`tantPlyus".
51. Novikova N.A. Podelimsya klientskoj bazoj... (buxgalterskie i nalogovy` e aspekty` kupli-prodazhi klientskoj bazy` pri obshhem rezhime nalogooblozheniya i pri USNO) // Glavnaya kniga. 2010. No 16. SPS "Konsul`tantPlyus".
52. Yavlyaetsya li klientskaya baza intellektual`noj sobstvennost`yu [elektronnyj resurs]. — URL: https://www.law.ru/question/130190-yavlyaetsya-li-klientskaya-baza-intellektualnoy-sobstvennostyu?ysclid=lc9v-8see6139875153 (data obrashcheniya: 10.14.2022).
53. Postanovlenie Semnadcatogo arbitrazhnogo apellyacionnogo suda ot 11 dekabrya 2017 g. po delu No A50-6563/2016. Rezhim dostupa: clck.ru/34QPcN (data obrashcheniya: 02.05.2023).
54. Kompaniya ispol`zuet personal`nye dannye klientov. Komu ih mozhno peredat` bez soglasiya sub`ekta? [elektronnyj resurs]. — URL: https://www.vegalex.ru/analytics/publications/the_company_uses_your_personal_data_to_whom_they_can_be_transferred_without_the_consent_of_the_subje/ (data obrashcheniya: 02.05.2023).
55. Reshenie Arbitrazhnogo suda Chuvashskoj Respubliki ot 17 avgusta 2021 g. po delu No A79-1621/2021. Rezhim dostupa: clck.ru/34QPcu (data obrashcheniya: 02.05.2023).
56. Opredelenie Tre`ego kassacionnogo suda obshchej yurisdicii ot 25.07.2022 No 88-12635/2022, 2-1720/2021 // SPS "Konsul`tantPlyus".
57. Rozhkova M.A., Isaeva O.V. Ponyatie sajta (veb-sajta) dlya celej prava // Zhurnal Suda po intellektual`nym pravam. 2021. No 2 (32). S. 46–54.