

**Десятый арбитражный апелляционный суд**

**от ответчика:** ООО «ТМР импорт»  
140072, Московская область,  
Люберецкий район, п.Томилино,  
мкр.Птицефабрика, Литера 6Ш  
корпус К-43, офис 101

**истец:** Ford Motor Company  
1 American Road P.O.  
Box 6248 Dearborn, Michigan, USA

**третьи лица:** ЭмЭкс ДВС-ЛЛС  
почтовый ящик 8323, Жарджа, ОАЭ  
адрес для переписки: 119311, г. Москва,  
ул.Крупской, 4-2-58

Курская таможня  
305004, г.Курск, ул.Коммунистическая, д.3А

**дело №** А41-76139/2015, 10АП-10039/2016

**ДОПОЛНЕНИЕ К ОТЗЫВУ**

**на апелляционную жалобу Ford Motor Company по вопросу применения части второй статьи десятой ГК РФ**

Уважаемый суд,

Тот факт, что официальные импортёры продают автомобильные запчасти по ценам, которые в значительной степени превышают цены неофициальных дистрибьюторов, правообладатели не отрицают.

Происходит это из-за того, что товары поставляются официальным импортёрам по специально установленным для нашей страны завышенным ценам в целях, в том числе, уклонения от уплаты налога на прибыль в Российской Федерации.

Данный факт в отношении автопроизводителей установлен вступившими в законную силу решениями Арбитражного суда города Москвы по делам «Хёндэ» А40-50654/13 и «Мазда» А41-4381/3013.

Но наши оппоненты не признают в том, что поставляют товары по завышенным ценам в целях уклонения от уплаты налога на прибыль и незаконного вывода капитала из Российской Федерации, предлагая вниманию судов другие версии того, почему цены завышены.

Первая версия заключается в том, что товары, предназначенные для, например, Соединённых Штатов Америки, отличаются по качеству от товаров, предназначенных для Российского потребителя.

Так как в настоящем деле представитель Ford Motor Company эту версию вниманию суда не предлагает, опровергать её не будем, отметим только, что данная теория обсуждалась на совещании у

Первого Заместителя Председателя Правительства Российской Федерации Шувалова Игоря Ивановича и была отклонена как несостоятельная (подробности – <http://www.law-paragon.com/#!ГРНАТЫ-У-НИХ-НЕ-ТОЙ-СИСТЕМЫ/cyzh/575074dc0cf2a5fcbcc5f1fe>).

Вторая версия, которая была заявлена Истцом в настоящем деле, состоит в том, что неофициальный импортёр ООО «ТМР импорт» ввозит товары, производимые компанией «Ford Motor Company» в странах с «меньшими издержками», например, на заводах Истца в Мексике, в то время как официальные импортёры ввозят товары, производимые компанией «Ford Motor Company» в странах с «большими издержками», например, на заводах Истца в США.

Это голословное утверждение нашего уважаемого оппонента было опровергнуто доказательствами, представленными в суд первой инстанции компанией «ЭмЭкс ДВС-ЛЛС» в виде дополнения к отзыву с приложениями – том 10<sup>ый</sup> листы 22–30<sup>ый</sup>.

В суд апелляционной инстанции Истец в дополнительных письменных пояснениях представил другое голословное объяснение завышения цен для российского потребителя, а именно:

→ инвестиции в создание и поддержание инфраструктуры для реализации и обслуживания автомобилей в условиях **обширной географии страны и тяжёлых климатических условий**;

→ расходы, связанные с особенностями национальной налоговой и таможенной системы;

→ складские и транспортные расходы,

→ реклама и маркетинг, инвестиции в производство автомобилей и запчастей к ним.

Перед тем, как перейти к инвестициям, полагаем необходимым убрать из анализа вышеприведённого голословного утверждения нашего уважаемого оппонента три последних довода:

→ расходы, связанные с особенностями национальной налоговой и таможенной системы – очевидно, что данные расходы одинаковые у любого предпринимателя, осуществляющего свою деятельность в российской «налоговой и таможенной системе», а значит, эти расходы у ООО «ТМР импорт» и у Ford Motor Company идентичны.

Истец не представил доказательств того, что ООО «ТМР импорт» полностью или частично освобождено от уплаты таможенных платежей либо пользуется льготами в налогообложении, предоставляющими преимущество по отношению к компании «Ford Motor Company» или её дочерним компаниями в России.

→ складские и транспортные расходы несут все участники внешнеэкономической деятельности, в том числе общество «ТМР импорт» и компания «ЭмЭкс ДВС-ЛЛС», данные расходы не являются уникальными расходами компании «Ford Motor Company», а значит, не могут служить обоснованием более высоких цен.

→ реклама и маркетинг, инвестиции в производство автомобилей и запчастей – всегда включаются в себестоимость товаров.

Инвестиции в строительство и обеспечения функционирования предприятия, а также рекламные и маркетинговые затраты относятся производителем на себестоимость производимой и реализуемой продукции. Доказательств того, что рекламные и маркетинговые затраты компании «Ford Motor Company» в Российской Федерации выше, чем в странах, где были произведены спорные товары, истец также не представил.

Более того, реклама и маркетинг, инвестиции в производство автомобилей и запчастей – всегда включаются в себестоимость товаров.

Включение инвестиционных затрат на создание производства в себестоимость производимых товаров в бухгалтерской отчетности называется амортизационными отчислениями.

Аналогичным образом включаются в себестоимость товаров и рекламные расходы.

Иными словами, не стоит верить тому, что:

товары, реализуемые Ford Motor Company на территории США и стран Евросоюза, не включают в свою себестоимость амортизационные отчисления и рекламные затраты, в то время как товары, поставляемые российскому потребителю включают в себя амортизационные отчисления, а также рекламные затраты, которые производитель вынужден нести, чтобы объяснить не очень сообразительному российскому потребителю, что нужно покупать как можно больше товаров данного производителя.

Переходя к главному – инвестициям в создание и поддержание инфраструктуры для реализации и обслуживания автомобилей в условиях **обширной географии страны и тяжёлых климатических условий**.

Таких инвестиций у Ford Motor Company и у других автопроизводителей в России нет, так как Ford Motor Company и другие автопроизводители не вкладывают никаких средств в создание «инфраструктуры для реализации и обслуживания автомобилей», обязывая осуществлять данные инвестиции лиц, которые хотят стать дилерами автопроизводителей.

Из представленных в открытом доступе материалов:

→ как стать дилером Ford

<http://www.ford.ru/AboutFord/Dealers/BecomeDealer>

→ как стать дилером Nissan –

<https://www.nissan.ru/network/become-a-dealer.html> ?

→ как стать дилером KIA –

<https://www.kia.ru/kiamotorsrus/becomedealer/> –

- видно, что дилеры принуждаются не только к инвестированию в создание инфраструктуры для реализации и обслуживания автомобилей, но и в продвижение торговых марок наших оппонентов, при этом сами автопроизводители предоставляют дилерам не инвестиции, а только «консультационную поддержку».

Дополнительно отметим:

→ утверждение нашего оппонента о невозможности в принципе применить к истцам-правообладателям положения ч.2 ст.10 ГК РФ опровергаются практикой Суда по интеллектуальным правам (приложение № 5);

→ только **незаконное размещение** нескольких товарных знаков - есть нарушение исключительных прав - последний абзац лист 128<sup>ой</sup> том 10<sup>ый</sup> дела;

→ суд не может не принимать во внимание с использованием какого именно товарного знака спорный товар **был введён** в гражданский оборот на территории Российской Федерации - листы 34- 37<sup>ый</sup> том 10<sup>ый</sup> дела.

Сосов М.А.

31.08.2016г.