Repertoriul jurisprudenței

CONCLUZIILE AVOCATULUI GENERAL
DOMNUL GIOVANNI PITRUZZELLA
prezentate la 11 noiembrie 2021 [1]

Cauza C-79/20 P

Yieh United Steel Corp.
împotriva

Comisiei Europene

„Recurs – Dumping – Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2015/1429 – Articolul 2 alineatul (2) din Regulamentul nr. 1225/2009 [devenit articolul 2 alineatul (2) din Regulamentul 2016/1036] – Stabilirea valorii normale – Vânzări ale produsului similar destinat consumului pe piața internă a țării exportatoare – Excluderea din calculul pentru stabilirea valorii normale a vânzărilor interne destinate exportului”

1. În materia taxei antidumping, care este sfera de aplicare a cerinței potrivit căreia pentru calcularea valorii normale, folosită ulterior pentru a stabili existența dumpingului, trebuie de obicei să se utilizeze vânzările produsului similar „destinat consumului pe piața internă” a țării exportatoare? Această cerință presupune să se facă dovada unui element subiectiv în privința producătorului-vânzător al produsului în cauză?

2. Aceasta este în esență problema juridică analizată în prezentele concluzii, care privesc un recurs prin intermediul căruia Yieh United Steel Corp. (denumită în continuare „Yieh United”) solicită anularea Hotărârii Tribunalului Uniunii Europene din 3 decembrie 2019, Yieh United/Comisia (T-607/15, EU:T:2019:831, denumită în continuare „hotărârea atacată”), prin care s-a respins acțiunea în anulare introdusă de societatea menționată împotriva Regulamentului de punere în aplicare (UE) 2015/1429 al Comisiei Europene din 26 august 2015 de instituire a unei taxe antidumping definitive asupra importurilor de produse plate din oțeluri inoxidabile laminate la rece originare din Republica Populară Chineză și Taiwan (denumit în continuare „regulamentul în litigiu”) [2].

[1] Limba originală: italiana.

[2] JO 2015, L 224, p. 10.

I. Cadrul juridic

3. La data faptelor aflate la originea litigiului, dispozițiile care reglementau adoptarea unor măsuri antidumping de către Uniunea Europeană erau cuprinse în Regulamentul (CE) nr. 1225/2009 al Consiliului din 30 noiembrie 2009 privind protecția împotriva importurilor care fac obiectul unui dumping din partea țărilor care nu sunt membre ale Comunității Europene (denumit în continuare „regulamentul de bază”) [3].

4. Articolul 1 din regulamentul de bază prevedea la alineatele (1) și (2):

„(1) Poate fi supus unei taxe antidumping orice produs care face obiectul unui dumping în cazul în care punerea sa în liberă circulație în cadrul [Uniunii] cauzează un prejudiciu.

(2) Se consideră că un produs face obiectul unui dumping atunci când prețul său de export către [Uniune] este mai mic decât prețul comparabil, practicat în cadrul operațiunilor comerciale normale, pentru produsul similar în țara exportatoare.”

5. Potrivit articolului 2 alineatele (1) și (2) din regulamentul de bază:

„(1) Valoarea normală se stabilește de obicei pe baza prețurilor plătite sau care urmează să fie plătite, în cadrul operațiunilor comerciale normale, de către cumpărători independenți din țara exportatoare. […]

(2) Vânzările produsului similar destinat consumului pe piața internă a țării exportatoare se utilizează în mod normal la stabilirea valorii normale în cazul în care volumul acestor vânzări reprezintă cel puțin 5 % din volumul vânzărilor produsului în cauză în [Uniune]. Cu toate acestea, se poate utiliza un volum de vânzări mai mic, de exemplu, atunci când prețurile practicate sunt considerate reprezentative pentru piața respectivă.”

II. Istoricul cauzei și regulamentul în litigiu

6. Yieh United este o societate cu sediul în Taiwan, care își desfășoară activitatea în special în domeniul fabricării și al distribuirii de produse plate din oțeluri inoxidabile laminate la rece.

7. În urma unei reclamații depuse de Eurofer, Association européenne de l’acier, ASBL (denumită în continuare „Eurofer”), Comisia a inițiat, la 26 iunie 2014, o procedură antidumping privind importurile de produse plate din oțeluri inoxidabile laminate la rece originare din Republica Populară Chineză și Taiwan [4]. Ancheta privind dumpingul și prejudiciul a acoperit perioada cuprinsă între 1 ianuarie și 31 decembrie 2013.

8. La 24 martie 2015, prin Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2015/501 [5] (denumit în continuare „regulamentul provizoriu”), Comisia a instituit o taxă antidumping provizorie de 10,9 % asupra produsului în cauză, în ceea ce privea Yieh United.

[3] JO 2009, L 343, p. 51, rectificare în JO 2010, L 7, p. 22. Acest regulament a fost abrogat prin Regulamentul (UE) 2016/1036 al Parlamentului European și al Consiliului din 8 iunie 2016 privind protecția împotriva importurilor care fac obiectul unui dumping din partea țărilor care nu sunt membre ale Uniunii Europene (JO 2016, L 176, p. 21).

[4] A se vedea avizul de deschidere a procedurii publicat în JO 2014, C 196, p. 9.

[5] Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2015/501 al Comisiei din 24 martie 2015 de instituire a unei taxe antidumping provizorii privind importurile de produse plate din oțeluri inoxidabile laminate la rece originare din Republica Populară Chineză și din Taiwan (JO 2015, L 79, p. 23).

9. La 26 august 2015, Comisia a adoptat regulamentul în litigiu.

10. În ceea ce privește în mod specific metoda de calculare a valorii normale pentru importurile produsului în cauză originare din Taiwan, din regulamentul în litigiu reiese că metoda utilizată inițial în regulamentul provizoriu nu ținea seama de vânzările pe piața internă către distribuitori și comercianți [6].

11. În urma argumentelor prezentate în cursul anchetei antidumping de unii dintre producătorii-exportatori în cauză, Comisia, deși a considerat că necunoașterea destinației finale a unei vânzări nu era un element determinant, a reanalizat totuși situația pe baza elementelor de probă disponibile în cadrul anchetei [7]. După ce a examinat observațiile și informațiile suplimentare primite după comunicarea concluziilor provizorii [8], Comisia a revizuit vânzările care trebuiau excluse din calculul pentru stabilirea valorii normale pentru a reflecta cât mai exact posibil situația individuală a producătorilor-exportatori care au făcut obiectul anchetei. În urma analizei menționate, în cazuri justificate, unele dintre vânzările care au fost excluse în etapa provizorie în scopul calculării valorii normale au fost utilizate în calcularea valorii normale [9].

12. Din considerentul (59) al regulamentului în litigiu reiese că, „[î]n loc să excludă vânzările către distribuitori în ansamblu pe baza prezumției conform căreia toate vânzările către distribuitori erau destinate exportului, Comisia a exclus doar acele vânzări către distribuitor pentru care [existau] suficiente elemente de probă obiective pentru a dovedi că acestea [fuseseră] exportate în mod real. Comisia a examinat vânzările declarate în cauză și le-a clasificat ca fiind vânzări interne sau la export pe baza situației și datelor specifice ale fiecărui producător-exportator în cauză. Existența unor reduceri legate de export a fost, de exemplu, utilizată ca element de probă relevant. Dimpotrivă, elemente subiective precum intenția sau cunoașterea sau lipsa acestora nu au jucat niciun rol în evaluarea obiectivă realizată de Comisie”.

III. Procedura în fața Tribunalului și hotărârea atacată

13. La 27 octombrie 2015, Yieh United a introdus la Tribunal o acțiune în anulare împotriva regulamentului în litigiu.

14. În susținerea acțiunii formulate, Yieh United a invocat două motive ale acțiunii, întemeiate pe încălcarea articolului 2 alineatele (3) și (5) din regulamentul de bază și, respectiv, pe încălcarea articolului 2 alineatele (1) și (2) din același regulament [10].

15. În special, în cadrul celui de al doilea motiv al acțiunii, Yieh United a susținut în esență că Comisia ar fi încălcat articolul 2 alineatele (1) și (2) din regulamentul de bază atunci când a considerat, fără o justificare adecvată, că anumite vânzări ale produsului în cauză către cumpărători independenți, efectuate în cadrul unor operațiuni comerciale normale în țara exportatoare, ar trebui excluse în vederea determinării valorii normale, pentru simplul motiv că produsele în cauză au fost exportate ulterior. Având în vedere în special formularea articolului 2 alineatul (2) din regulamentul de bază, potrivit căruia vânzările produsului în cauză „destinat

[6] A se vedea considerentul (50) al regulamentului în litigiu, care face trimitere în mod explicit la considerentele (63)-(66) ale regulamentului provizoriu.

[7] A se vedea considerentul (56) al regulamentului în litigiu.

[8] A se vedea considerentul (57) al regulamentului în litigiu.

[9] A se vedea considerentul (56) al regulamentului în litigiu.

[10] Devenite articolul 2 alineatele (3) și (5) din Regulamentul 2016/1036 și, respectiv, articolul 2 alineatele (1) și (2) din Regulamentul 2016/1036.

consumului pe piața internă a țării exportatoare” se utilizează în mod obișnuit pentru stabilirea valorii normale, Comisia ar fi putut să excludă vânzările menționate din calculul valorii normale numai după ce ar fi stabilit că, la momentul vânzării, vânzătorul a avut cunoștință de exportul produselor respective sau a anticipat că cumpărătorul le va exporta.

16. În hotărârea atacată, după ce a respins primul motiv al acțiunii [11], Tribunalul a respins, la punctele 114-145, și al doilea motiv.

17. Tribunalul a arătat mai întâi că, din punct de vedere literal, diverse versiuni lingvistice ale dispoziției cuprinse la articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază fac referire la „destinația” produsului în cauză, fără să se raporteze la intenția producătorului la momentul vânzării în ceea ce privește destinația menționată [12]. În această privință, în hotărârea atacată [13], Tribunalul a apreciat că, contrar celor susținute de Yieh United, nu se poate deduce vreo concluzie definitivă nici dintr-o cauză soluționată de grupul special al Organizației Mondiale a Comerțului (OMC) [14], nici dintr-un regulament anterior al Comisiei din anul 1997 de instituire a unei taxe provizorii cu privire la anumite produse [15].

18. În continuare, Tribunalul a considerat că interpretarea sintagmei „destinat consumului pe piața internă”, potrivit căreia nu este necesar să se verifice o intenție sau o cunoaștere specifică din partea vânzătorului cu privire la destinația finală a produsului respectiv, este confirmată printr-o analiză a contextului dispoziției în cauză. Astfel, nici noțiunea de „dumping”, nici cele de „prejudiciu” și de „circumvenție” în sensul regulamentului de bază nu presupun, ca o condiție de aplicare, constatarea unei anumite intenții a persoanei în cauză, ci impun întrunirea unor condiții obiective, indiferent de vreo intenție sau cunoaștere specifică din partea acesteia [16].

19. Tribunalul a considerat de asemenea că interpretarea menționată este conformă cu finalitatea anchetei antidumping, care constă, pentru instituțiile Uniunii, în căutarea unor elemente de probă obiective, prin utilizarea instrumentelor puse la dispoziția lor de regulamentul de bază și pe baza unei cooperări voluntare din partea operatorilor economici. Potrivit Tribunalului, această interpretare este de asemenea compatibilă cu principiile previzibilității și securității juridice [17].

20. În ceea ce privește prezenta speță, Tribunalul a arătat mai întâi că, în regulamentul în litigiu, Comisia a înlocuit abordarea inițială adoptată în regulamentul provizoriu cu o abordare bazată pe existența unor probe obiective ale exportului produsului respectiv de către distribuitorul în cauză [18]. În mod concret, Tribunalul a constatat, *primo*, că un anumit număr de vânzări declarate de Yieh United ca fiind interne au făcut obiectul unei reduceri la export în temeiul unui sistem destinat să ofere un stimulent distribuitorilor care exportau în continuare produsele lor din oțel, *secundo*, că s-a făcut dovada că Yieh United a aplicat efectiv o astfel de reducere la export, în special în privința unei părți substanțiale din vânzările către cumpărătorul său independent cu privire la care ea contesta includerea în calculul valorii normale, și, *tertio*, că au putut fi colectate

[11] A se vedea punctele 29-113 din hotărârea atacată.

[12] A se vedea punctele 128 și 129 din hotărârea atacată.

[13] A se vedea punctele 130 și 131.

[14] Raportul din 16 noiembrie 2007, în litigiul „Comunitățile europene – Măsură antidumping privind somonul de crescătorie cu proveniență din Norvegia” (WT/DS 337/R), în special nota de subsol de la pagina 339.

[15] Regulamentul (CE) nr. 1023/97 al Comisiei din 6 iunie 1997 de instituire a unei taxe antidumping provizorii la importurile de paleți unici, din lemn, originari din Polonia și de acceptare a angajamentelor oferite de anumiți exportatori în ceea ce privește aceste importuri (JO 1997, L 150, p. 4).

[16] A se vedea punctul 132 din hotărârea atacată.

[17] A se vedea punctele 133-135 din hotărârea atacată.

[18] A se vedea punctele 137 și 138 din hotărârea atacată.

alte probe obiective care atestă că, în realitate, cumpărătorul în cauză a exportat marea majoritate a produselor care au făcut obiectul vânzărilor menționate și care au fost declarate ca fiind vânzări interne [19].

21. Având în vedere aceste considerații, Tribunalul a concluzionat că Comisia a putut să excludă vânzările în cauză în mod legal și fără să săvârșească o eroare vădită de apreciere de la determinarea valorii normale în aplicarea articolului 2 alineatele (1) și (2) din regulamentul de bază [20].

IV. Concluziile părților

22. În cadrul recursului formulat, Yieh United solicită Curții anularea hotărârii atacate, admiterea acțiunii în primă instanță și, prin urmare, anularea regulamentului în litigiu în măsura în care acesta o privește, precum și obligarea Comisiei și a Eurofer la plata cheltuielilor de judecată efectuate în procedura în primă instanță și în procedura de recurs.

23. Comisia solicită Curții respingerea recursului și obligarea Yieh United la plata cheltuielilor de judecată.

24. Eurofer solicită Curții respingerea recursului, cu titlu subsidiar, respingerea acțiunii formulate în primă instanță, cu titlu încă mai subsidiar, trimiterea cauzei la Tribunal spre rejudecare, precum și obligarea Yieh United la plata cheltuielilor de judecată, inclusiv a celor efectuate în procedura în primă instanță.

V. Analiza recursului

A. Cu privire la recursul formulat de Yieh United

25. În susținerea recursului formulat, Yieh United invocă trei motive. Prin intermediul primului și al celui de al doilea motiv de recurs, aceasta susține că, în hotărârea atacată, Tribunalul a încălcat articolul 2 alineatul (3) și, respectiv, articolul 2 alineatul (5) din regulamentul de bază. Prin intermediul celui de al treilea motiv de recurs, Yieh United susține, în schimb, că Tribunalul a încălcat articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază.

26. Conform solicitării Curții, ne vom concentra analiza asupra celui de al treilea motiv de recurs.

B. Cu privire la al treilea motiv de recurs

1. Argumentele părților

27. În cadrul celui de al treilea motiv de recurs, prin care se urmărește contestarea punctelor 129-135 din hotărârea atacată, Yieh United susține că Tribunalul a încălcat articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază. Tribunalul ar fi statuat în mod eronat că această dispoziție, în special sintagma „destinat consumului pe piața internă”, nu impunea Comisiei să

[19] A se vedea punctele 138-142 din hotărârea atacată.

[20] A se vedea punctul 144 din hotărârea atacată.

facă dovada unei intenții sau a unei cunoașteri specifice din partea producătorului-vânzător cu privire la destinația finală a produselor în cauză. Potrivit interpretării Tribunalului, dispoziția menționată ar permite Comisiei să excludă în mod legal din calculul valorii normale vânzările interne către un cumpărător independent pentru simplul fapt că produsele în cauză au fost exportate ulterior, fără a trebui să verifice dacă producătorul-vânzător a avut vreo intenție sau cel puțin a cunoscut că aceste produse vândute cumpărătorului intern ar fi fost în final exportate.

28. Poziția Tribunalului, care ar fi confirmat-o pe cea a Comisiei, ar avea însă drept consecință faptul că un producător trebuie să răspundă întotdeauna și în mod iremediabil pentru politicile comerciale ale cumpărătorilor săi independenți, deși acesta nu are niciun control asupra lor și nu cunoaște destinația finală reală a produsului. Această interpretare ar permite Comisiei să impună taxe antidumping unui producător independent de politicile sale de prețuri, ceea ce ar fi contrar obiectivului global al regulamentului antidumping.

29. Yieh United contestă cele trei motive pe care s-ar fi întemeiat Tribunalul, în hotărârea atacată, pentru a confirma interpretarea adoptată de Comisie cu privire la articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază.

30. În primul rând, Yieh United contestă că analiza diverselor versiuni lingvistice ale regulamentului de bază, efectuată la punctele 129 și 130 din hotărârea atacată, poate conduce în mod valabil la concluzia Tribunalului potrivit căreia trebuie luată în considerare dovada destinației finale a produsului, iar nu cunoașterea sau intenția din partea producătorului, la momentul vânzării, cu privire la această destinație finală. Astfel, nimic din termenul „destinat” nu ar împiedica o apreciere a percepției producătorului-vânzător la momentul vânzării cu privire la destinația produsului în cauză. În plus, versiunile lingvistice menționate de Tribunal la punctul 129 din hotărârea atacată nu ar conține sintagma „destinație finală”, ci ar presupune mai degrabă o justă apreciere de către producătorul-vânzător cu privire la destinația produselor care rezultă din vânzarea pe care o realizează.

31. În al doilea rând, Yieh United contestă interpretarea contextuală și teleologică a regulamentului de bază efectuată de Tribunal la punctele 132 și 135 din hotărârea atacată. În opinia sa, pe de o parte, faptul că dumpingul, prejudiciul și circumvenția pot fi constatate independent de intenția producătorului sau a exportatorului nu ar justifica neluarea în considerare a vânzărilor interne efectuate de Yieh United. În domeniul taxei antidumping ar trebui să existe un element subiectiv, din moment ce ar fi vorba despre sancționarea unui comportament „neloial” al producătorilor-exportatori în cauză. Pe de altă parte, interpretarea alternativă a articolului 2 alineatul (2) din regulamentul de bază propusă de Yieh United nu ar interzice Comisiei să găsească elemente de probă obiective cu privire la condițiile care permit instituirea unei taxe antidumping. În plus, alte instrumente de protecție comercială, prevăzute în special în alte dispoziții ale regulamentului de bază, în acordurile OMC sau în normele antisubvenții, ar impune autorității însărcinate cu ancheta să verifice cunoașterea subiectivă și intenția din partea producătorilor-exportatori. Prin urmare, nu s-ar putea susține, așa cum a afirmat Tribunalul, că o asemenea probă ar fi „aleatorie” sau imposibil de prezentat.

32. În al treilea rând, raționamentul urmat de Tribunal la punctul 134 din hotărârea atacată ar fi circular. Astfel, dacă un producător-exportator își gestionează în mod adecvat prețurile și aplică prețuri similare pentru vânzările sale interne și pentru cele destinate exportului, nu ar exista niciun dumping.

33. Comisia și Eurofer contestă argumentele formulate de Yieh United și susțin că al treilea motiv de recurs trebuie respins.

2. Apreciere

a) Observații introductive

34. În cadrul celui de al treilea motiv de recurs, Yieh United susține că Tribunalul ar fi încălcat articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază. Societatea menționată repune în discuție în special interpretarea sintagmei „destinat consumului pe piața internă” efectuată de Tribunal la punctele 129-135 din hotărârea atacată.

35. În această privință, trebuie amintit mai întâi că, în cadrul articolului 2 din regulamentul de bază, care cuprinde dispozițiile privind stabilirea existenței dumpingului, alineatele (1)-(7) prevăd dispozițiile care permit identificarea valorii normale care va face ulterior obiectul unei comparații echitabile cu prețul de export pentru a stabili existența dumpingului [21].

36. Conform alineatului (1) al articolului 2 din regulamentul de bază, valoarea normală se stabilește de obicei pe baza prețurilor plătite sau care urmează să fie plătite, în cadrul operațiunilor comerciale normale, de către cumpărători independenți din țara exportatoare. Potrivit alineatului (2) al aceluiași articol, „[v]ânzările produsului similar destinat consumului pe piața internă a țării exportatoare se utilizează în mod normal la stabilirea valorii normale […].”

37. Din această din urmă dispoziție reiese, *a contrario*, că, în schimb, pentru stabilirea valorii normale, nu sunt luate în considerare în mod normal vânzările produsului similar efectuate pe piața internă de producătorii din țara exportatoare în cazul în care produsele care fac obiectul unor astfel de vânzări nu sunt destinate consumului pe piața respectivă, ci au o altă destinație, și anume exportul.

38. În cadrul recursului formulat, Yieh United susține în esență că sintagma „destinat consumului pe piața internă” menționată la articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază presupune un element subiectiv, și anume o intenție sau o cunoaștere din partea producătorului-vânzător cu privire la destinația finală a produsului în cauză. Potrivit abordării susținute de Yieh United, pentru a putea exclude din calculul pentru stabilirea valorii normale vânzările produsului similar efectuate pe piața internă, Comisia ar fi obligată să facă dovada intenției sau cel puțin a cunoașterii specifice din partea producătorului-vânzător, la momentul realizării vânzărilor respective, cu privire la împrejurarea că produsele în cauză urmau să fie exportate ulterior.

39. Pentru a răspunde la al treilea motiv de recurs invocat de Yieh United trebuie, așadar, să se examineze în lumina argumentelor prezentate de această societate interpretarea adoptată de Tribunal cu privire la sintagma „destinat consumului pe piața internă” menționată la articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază.

[21] A se vedea articolul 2 alineatul (10) din regulamentul de bază.

b) Cu privire la articolul 2.1 din acordul antidumping

40. Cu titlu introductiv, trebuie să se observe totuși că – astfel cum, de altfel, a constatat chiar Tribunalul [22] – sintagma „destinat consumului pe piața internă” menționată la articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază corespunde expresiilor utilizate la articolul 2.1 din acordul antidumping [23] al OMC, în cele trei limbi oficiale, și anume „destined for consumption” în limba engleză, „destiné à la consommation” în limba franceză și „destinado al consumo” în limba spaniolă.

41. În acest context, din jurisprudență reiese că dispozițiile regulamentului de bază trebuie interpretate, în măsura posibilului, în lumina dispozițiilor corespunzătoare din acordul antidumping [24], ținând seama de asemenea de interpretarea diferitor dispoziții ale acestui acord efectuată de Organul de soluționare a litigiilor al OMC [25].

42. În această privință, pe de altă parte, singurul caz în care organele OMC au furnizat indicații cu privire la domeniul de aplicare al noțiunii de „destined for consumption” menționate la articolul 2.1. din acordul antidumping pare să fie cazul, evocat la punctul 131 din hotărârea atacată și la punctul 17 [26] de mai sus, în care grupul special al OMC a observat într-o notă de subsol că, „atunci când un producător vinde un produs unui exportator (sau unui comerciant) independent, cunoscând că acest produs ar urma să fie exportat, această vânzare nu poate fi […] clasificată ca o vânzare destinată consumului intern”.

43. În opinia noastră, din această observație se deduce că cunoașterea de către producătorul-vânzător a faptului că produsele care fac obiectul vânzărilor erau destinate exportului nu este lipsită de relevanță pentru a stabili dacă produsele în cauză pot fi considerate sau nu ca fiind „destined for consumption” în sensul articolului 2.1 din acordul antidumping și dacă, prin urmare, vânzările respective pot fi luate în considerare sau nu la stabilirea valorii normale. Astfel, din observația menționată reiese că cunoașterea efectivă de către producătorul-vânzător a unei asemenea destinații exclude calificarea bunurilor în discuție ca fiind „destined for consumption” și exclude, așadar, vânzările respective din calculul valorii normale.

44. Acestea fiind spuse, suntem totuși de acord cu analiza efectuată de Tribunal la punctul 131 din hotărârea atacată, citat mai sus, potrivit căreia nu se poate deduce numai din această observație, în sens contrar, că lipsa dovezii cunoașterii efective de către producătorul-vânzător a faptului că produsele în cauză erau destinate exportului trebuie să conducă în mod necesar la concluzia că produsele respective sunt destinate consumului intern. Cu alte cuvinte, împrejurarea că cunoașterea de către producătorul-vânzător a faptului că produsele erau destinate exportului poate justifica excluderea vânzărilor respective din calculul valorii normale nu presupune în mod necesar că, în cazul în care autoritatea însărcinată cu ancheta nu dovedește o astfel de cunoaștere efectivă, vânzările în cauză trebuie în mod inevitabil să fie incluse în calculul menționat.

22 A se vedea punctul 130 din hotărârea atacată și jurisprudența citată.

23 Acordul privind aplicarea articolului VI din Acordul general pentru tarife și comerț din 1994 (JO 1994, L 336, p. 103, Ediție specială, 11/vol. 10, p. 112).

24 Hotărârea din 9 ianuarie 2003, Petrotub și Republica (C-76/00 P, EU:C:2003:4, punctul 57).

25 A se vedea prin analogie Hotărârea din 6 octombrie 2020, Comisia/Ungaria (Învățământ superior) (C-66/18, EU:C:2020:792, punctul 92), precum și, cu referire la articolul 3 alineatele (1), (2) și (3) din Regulamentul (UE) 2016/1036, Concluziile noastre prezentate recent în cauza Comisia/Hubei Xinyegang Special Tube (C-891/19 P, EU:C:2021:533, punctul 24).

26 Este vorba despre nota de subsol de la pagina 339 a raportului citat la nota de subsol 14 de mai sus.

45. Astfel, cunoașterea efectivă de către producătorul-vânzător, la momentul vânzării, a faptului că produsele care fac obiectul acestei vânzări vor fi exportate ulterior permite să se prezume că prețul și condițiile de vânzare (în vederea exportului) nu sunt cele proprii pieței interne, ceea ce justifică excluderea vânzării în cauză din calculul valorii normale, care trebuie să reflecte în cel mai precis mod posibil prețul de vânzare din țara exportatoare. Totuși, contrariul nu este neapărat adevărat. Astfel, după cum vom arăta mai pe larg în cele ce urmează, este posibil ca excluderea vânzărilor din calculul valorii normale să poată fi justificată pe baza unor elemente obiective referitoare la aceste vânzări, independent de dovada intenției sau a cunoașterii efective din partea producătorului-vânzător cu privire la faptul că produsele vor fi exportate ulterior.

46. Prin urmare, acesta este contextul în care trebuie să se examineze interpretarea dată de Tribunal dispoziției de drept al Uniunii care figurează la articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază și în special sintagmei „destinat consumului pe piața internă” conținute în dispoziția menționată.

c) Cu privire la interpretarea sintagmei „destinat consumului pe piața internă” în sensul articolului 2 alineatul (2) din regulamentul de bază

47. În această privință, astfel cum a arătat Tribunalul, în ceea ce privește interpretarea dispozițiilor de drept al Uniunii, dintr-o jurisprudență constantă reiese că trebuie să se țină seama nu numai de formularea acestora, ci și de contextul lor și de obiectivele urmărite de reglementarea din care fac parte aceste dispoziții [27].

48. Referitor la acest aspect, în ceea ce privește, în primul rând, interpretarea literală a dispoziției în discuție, arătăm că, astfel cum a observat, de altfel, și Tribunalul [28], versiunea în limba engleză a articolului 2 alineatul (2) din regulamentul de bază utilizează – într-un mod diferit însă față de textul în limba engleză al articolului 2.1 din acordul antidumping – sintagma „intended for domestic consumption”, care ar putea fi interpretată în sensul că intenția vânzătorului cu privire la destinația produsului care face obiectul vânzării trebuie să fie criteriul relevant. Totuși, nici celelalte versiuni lingvistice ale dispoziției în discuție amintite de Tribunal, nici textul menționat mai sus al celor trei versiuni oficiale ale articolului 2.1 din acordul antidumping nu fac referire în mod expres la o astfel de intenție, ci se referă mai degrabă la „destinație”.

49. În această privință, din jurisprudența Curții reiese că determinarea semnificației și a sferei de aplicare a termenilor pentru care, precum în speță, dreptul Uniunii nu oferă nicio definiție trebuie realizată conform sensului lor obișnuit în limbajul curent, ținând seama de contextul în care sunt utilizați și de obiectivele urmărite de reglementarea în cauză [29].

50. Termenul „a destina” derivă din cuvântul latin „destinare” și înseamnă, exact, „a stabili în mod fatal și irevocabil, ca act al unei voințe superioare” [30]. Această raportare la o voință superioară și inevitabilă este reflectată în mod clar în termenul „destin”, care corespunde termenilor „destiny”

[27] A se vedea printre altele Hotărârea din 29 iulie 2019, Vethanayagam și alții (C-680/17, EU:C:2019:627, punctul 42), precum și punctul 127 din hotărârea atacată și jurisprudența citată.

[28] A se vedea în special punctele 128-130 din hotărârea atacată, contestate de Yieh United.

[29] A se vedea printre altele Hotărârea din 26 mai 2016, Envirotec Denmark (C-550/14, EU:C:2016:354, punctul 27 și jurisprudența citată).

[30] A se vedea Treccani.it

în limba engleză, „destin” în limba franceză și „destino” în limbile italiană, spaniolă și portugheză. În sens figurativ, termenul „a destina” are în limbajul curent semnificația, fără raportare la voința superioară, de „alocat”, „rezervat” sau „menit” unui anumit scop [31].

51. Înțeleasă în acest sens, sintagma „destinat consumului pe piața internă” înseamnă că, pentru ca vânzările din țara exportatoare să poată fi incluse în calculul valorii normale, produsele care fac obiectul acestor vânzări trebuie să fie „alocate”, „rezervate” sau „menite” consumului intern.

52. De aici se deduce că, în conformitate cu cele arătate la punctele 42 și 43 de mai sus, intenția și cunoașterea din partea exportatorului cu privire la destinația reală a produsului final nu sunt elemente irelevante în analiza prin care se urmărește să se stabilească dacă produsul similar care face obiectul anumitor vânzări este sau nu „destinat consumului pe piața internă”. Astfel, destinația finală a produsului care face obiectul vânzărilor, care poate avea o influență asupra prețului și a condițiilor de vânzare, poate fi determinată de producătorul-vânzător sau, în orice caz, poate fi cunoscută de acesta și, prin urmare, poate condiționa prețul sau condițiile respective.

53. Totuși, contrar celor susținute de Yieh United în cadrul recursului formulat, dovada intenției sau a cunoașterii efective din partea producătorului-vânzător cu privire la destinația reală a produselor care fac obiectul vânzărilor nu este un element necesar pentru excluderea vânzărilor respective din calculul valorii normale. Astfel, este posibil ca, independent de dovada unei asemenea intenții sau cunoașteri efective, concluzia cu privire la faptul că produsele menționate sunt destinate, adică „alocate” sau „menite”, exportului se poate deduce în mod obiectiv pe baza anumitor elemente referitoare la vânzări sau la cumpărătorul care cumpără produsele în cauză. Din această perspectivă, de exemplu, dovada că vânzările au fost efectuate la un preț sau în termeni și în condiții speciale în vederea favorizării exporturilor sau dovada că vânzările au fost efectuate către un client care desfășoară în principal activități în domeniul exportului de produse precum cele care fac obiectul vânzărilor pot fi suficiente, în opinia noastră, pentru a se putea considera că vânzările în cauză privesc produse „destinate” exportului și că acestea trebuie, așadar, să fie excluse din calculul valorii normale [32]. Dovada unor astfel de împrejurări este suficientă independent de dovada intenției sau a cunoașterii din partea producătorului-vânzător cu privire la destinația produselor.

54. Pe baza dovezii unor astfel de elemente, Comisia poate, așadar, să prezume că vânzările au avut ca obiect produse cu o altă destinație decât consumul pe piața internă și, prin urmare, le poate exclude din calculul valorii normale, fără a fi necesar ca aceasta să facă dovada cunoașterii efective de către producătorul-vânzător a destinației produselor în cauză. Este totuși necesar să se facă dovada existenței unui element de legătură obiectivă între vânzări și o altă destinație a produselor în cauză decât consumul pe piața internă care să poată justifica excluderea unor astfel de vânzări din calculul valorii normale.

55. Interpretarea prezentată mai sus a sintagmei „destinat consumului pe piața internă”, menționată la articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază, potrivit căreia, deși intenția sau cunoașterea specifică din partea producătorului-vânzător cu privire la destinația produselor care fac obiectul vânzărilor nu este lipsită de relevanță, nu este totuși necesar ca, în cazul în care se

[31] *Ibidem*. În mod similar, în limba franceză verbul „destiner” este definit astfel: „fixer la destination de quelque chose, le réserver à cet usage, à cet emploi; affecter” (Larousse.fr), iar în limba engleză verbul „to destine” este definit astfel: „[with object] intend or choose for a particular purpose or end” [Oxford Dictionary of English, Ediția a treia (revizuită), Oxford University Press, 2015].

[32] După cum s-a arătat mai în detaliu la punctul 61 și la nota de subsol 38 de mai jos, o abordare similară, deși nu identică, a fost adoptată în jurisprudența americană referitoare la dispoziția internă privind stabilirea valorii normale în materia taxei antidumping. A se vedea în special hotărârea United States Court of International Trade din 3 februarie 1997, INA Walzlager Schaeffler KG v. United States [957 F. Supp. 251 (Ct. Int'l Trade 1997), p. 265].

face dovada existenței unuia sau mai multor elemente de legătură obiectivă între vânzare și exportul ulterior, Comisia să facă dovada existenței unui element subiectiv în privința producătorului-vânzător pentru a exclude vânzările din calculul valorii normale este confirmată, în opinia noastră, de analiza contextuală și de finalitatea acestei dispoziții.

56. Din punct de vedere contextual, după cum s-a arătat la punctul 35 de mai sus, dispoziția în discuție se înscrie în cadrul alineatelor (1)-(7) ale articolului 2 din regulamentul de bază, care prevăd dispozițiile ce permit identificarea valorii normale care trebuie să facă obiectul unei comparații echitabile cu prețul de export pentru a stabili existența dumpingului. Din niciuna dintre aceste dispoziții nu reiese că, pentru calcularea valorii normale în vederea stabilirii existenței dumpingului, ar fi necesar să se facă dovada elementului subiectiv invocat de Yieh United. În plus, astfel cum a arătat Tribunalul la punctul 132 din hotărârea atacată, fără ca acest aspect să fi fost contestat de Yieh United în cadrul recursului formulat, nici textul articolului 2 alineatul (8) din regulamentul de bază, privind determinarea prețului de export, nu conține vreo referire la criteriul „cunoașterii” de către persoana în cauză.

57. Din punct de vedere teleologic, trebuie să se arate că raportarea la produsul similar destinat consumului pe piața internă care figurează la articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază este inerentă stabilirii valorii normale și are ca obiectiv să asigure că valoarea normală corespunde în cea mai mare măsură posibilă prețului normal al produsului similar pe piața internă a exportatorului [33]. O astfel de corespondență este necesară pentru a garanta o comparație echitabilă cu prețul de export al produsului în cauză în vederea stabilirii existenței dumpingului. Rezultă că vânzările care privesc produse care nu sunt destinate consumului pe piața internă nu constituie un temei adecvat pentru calcularea valorii normale și, prin urmare, trebuie excluse din calculul acestei valori [34].

58. Din finalitatea amintită a dispoziției în discuție se deduce necesitatea de a face dovada existenței unei legături între vânzarea internă și o altă destinație decât consumul intern pentru a putea exclude vânzarea în cauză din calculul valorii normale. În schimb, din finalitatea menționată nu reiese nicidecum cerința potrivit căreia Comisia trebuie neapărat să facă dovada existenței unui element subiectiv în privința producătorului-vânzător pentru a putea proceda la o astfel de excludere.

59. De altfel, Yieh United nu își întemeiază pe niciun element juridic precis afirmația cu caracter general potrivit căreia „ar trebui să existe un element subiectiv în domeniul taxei antidumping”. Dimpotrivă, astfel cum susține Comisia și cum reiese din jurisprudență, finalitatea instituirii unei taxe antidumping, de care este legată stabilirea valorii normale, nu are caracter de sancțiune, ci urmărește să restabilească condiții echitabile de piață în Uniune [35]. Rezultă că, în acest domeniu al dreptului, nu este necesar, în principiu, să se determine un element subiectiv.

60. În plus, astfel cum a arătat în esență Tribunalul la punctele 133 și 134 din hotărârea atacată, a condiționa excluderea vânzărilor de produse, al căror export ulterior se poate prezuma, din calculul pentru stabilirea valorii normale a produsului în cauză exclusiv de dovada intenției sau a

[33] A se vedea prin analogie, în ceea ce privește noțiunea de operațiuni comerciale normale care figurează la articolul 2 alineatul (1) din regulamentul de bază, Concluziile avocatului general Mengozzi prezentate în cauza Consiliul/Alumina (C-393/13 P, EU:C:2014:2105), punctul 43, menționat în mod expres de Curte la punctul 28 din Hotărârea din 1 octombrie 2014, Consiliul/Alumina (C-393/13 P, EU:C:2014:2245).

[34] *Ibidem*, tot prin analogie.

[35] A se vedea în această privință, în acest sens, Hotărârea din 3 octombrie 2000, Industrie des poudres sphériques/Consiliul (C-458/98 P, EU:C:2000:531, punctul 91), și Concluziile avocatului general Van Gerven prezentate în cauza Nölle (C-16/90, nepublicate, EU:C:1991:233, punctul 11).

cunoașterii efective din partea vânzătorului, la momentul vânzării, cu privire la destinația finală a produsului în cauză ar fi contrar obiectivului propriu anchetelor antidumping. În această privință, pe de o parte, am avut deja ocazia să arătăm că, spre deosebire de alte domenii ale dreptului Uniunii, cum ar fi, de exemplu, în materia încălcării dreptului concurenței, în cadrul anchetelor antidumping, instituțiile Uniunii dispun de competențe destul de limitate și, prin urmare, sunt tributare cooperării voluntare a părților interesate pentru a le furniza informațiile necesare pentru constatările anchetei [36]. Pe de altă parte, suntem de acord cu Tribunalul în ceea ce privește faptul că a solicita instituțiilor o astfel de dovadă, care, în acest context procedural, se poate dovedi imposibil de realizat, ar însemna în definitiv să se permită luarea în considerare, în vederea determinării valorii normale în conformitate cu articolul 2 din regulamentul de bază, a unor prețuri ale produselor exportate de natură să denatureze și să compromită determinarea corectă a valorii normale menționate [37].

61. În sfârșit și doar cu titlu incident, arătăm că interpretarea dispozițiilor articolului 2 alineatul (2) din regulamentul de bază potrivit căreia, pentru a stabili dacă un produs similar care face obiectul vânzărilor este „destinat consumului pe piața internă”, intenția sau cunoașterea efectivă din partea producătorului-vânzător cu privire la faptul că produsele în cauză erau destinate exportului poate fi relevantă, dar nu este decisivă, în cazul în care se face dovada existenței unor elemente de legătură obiectivă între vânzare și exportul ulterior care să poată justifica excluderea faptului că produsele care fac obiectul vânzării sunt destinate consumului pe piața internă este în esență conformă cu interpretarea adoptată în practica administrativă și jurisdicțională din Statele Unite referitoare la dispoziția internă privind stabilirea valorii normale în materia taxei antidumping [38].

62. Hotărârea atacată trebuie analizată în lumina ansamblului considerațiilor care precedă.

d) Cu privire la hotărârea atacată

63. În hotărârea atacată, în cadrul analizei celui de al doilea motiv al acțiunii invocat de Yieh United, Tribunalul a procedat mai întâi, la punctele 127-135, la interpretarea dispoziției de la articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază și a sintagmei „destinat consumului pe piața internă” conținute în această dispoziție. În continuare, la punctele 136-144 din hotărârea atacată, Tribunalul a examinat prezenta speță și a concluzionat că Comisia nu a săvârșit nicio eroare vădită de apreciere prin excluderea, în cadrul regulamentului în litigiu, a vânzărilor efectuate de Yieh United către cel mai mare client al acesteia din Taiwan.

[36] A se vedea Concluziile noastre prezentate în cauza Comisia/Kolachi Raj Industrial (C-709/17 P, EU:C:2019:303, punctul 46, unde se fac alte trimiteri).

[37] A se vedea punctul 134 din hotărârea atacată.

[38] Și anume 19 U. S. Code § 1677b, în special litera (a) alineatul (1). Astfel, din jurisprudența referitoare la această dispoziție reiese că se aplică un criteriu potrivit căruia autoritatea însărcinată cu ancheta antidumping trebuie să facă dovada faptului că producătorul *„knew or should have known that the merchandise was not for home consumption based upon the particular facts and circumstances surrounding the sales”* (adică știa sau *ar fi trebuit să știe* că produsele nu erau destinate consumului intern pe baza elementelor de fapt și a împrejurărilor specifice referitoare la vânzări); a se vedea hotărârile United States Court of International Trade din 3 februarie 1997, INA Walzlager Schaeffler KG v. United States [957 F. Supp. 251 (Ct. Int'l Trade 1997), p. 264] și din 3 iulie 2001, Tung Mung Development Co. Ltd. and Yieh United Steel Corp. v. United States [219 F. Supp. 2d 1333 (Ct. Int'l Trade 2002), p. 46]. Această jurisprudență a fost în esență confirmată prin hotărârea din 17 iunie 2020, Coalition of American Flange Producers v. United States [448 F. Supp. 3d 1340 (Ct. Int'l Trade 2020), p. 1354 și urm.]. Din jurisprudența menționată reiese, așadar, că nu este necesar să se facă dovada cunoașterii efective de către producătorul-exportator a faptului că produsele care fac obiectul vânzărilor erau destinate exportului atunci când o astfel de cunoaștere poate fi prezumată pe baza unor elemente obiective (*constructive knowledge*) care permit să se concluzioneze că producătorul „ar fi trebuit să știe” că produsele urmau să fie exportate.

64. În această privință, observăm, în primul rând, că, în cadrul celui de al treilea motiv de recurs, Yieh United contestă numai punctele 129-135 din hotărârea atacată, în care, după cum s-a arătat la punctul precedent, Tribunalul a interpretat sintagma „destinat consumului pe piața internă” în sensul articolului 2 alineatul (2) din regulamentul de bază. Totuși, din lectura punctelor menționate reiese că, în esență, Tribunalul s-a limitat să verifice și să respingă interpretarea acestei dispoziții propusă de Yieh United potrivit căreia, pentru a putea exclude anumite vânzări din calculul valorii normale, Comisia ar fi obligată să facă dovada intenției sau a cunoașterii specifice din partea vânzătorului cu privire la faptul că produsul care face obiectul vânzărilor era destinat exportului. În argumentația sa din cadrul celui de al treilea motiv de recurs, Yieh United se limitează să susțină că Tribunalul ar fi săvârșit o eroare de drept prin neadmiterea acestei interpretări.

65. Totuși, din analiza efectuată la punctele 47-60 de mai sus reiese, în opinia noastră, că interpretarea dispoziției în cauză propusă de Yieh United trebuie respinsă și că, deși intenția și cunoașterea efectivă din partea producătorului-vânzător cu privire la destinația finală a produselor nu sunt elemente lipsite de relevanță, dovada acestora nu este un element în mod necesar decisiv pentru a stabili dacă produsul care face obiectul vânzărilor în țara exportatorului este sau nu „destinat consumului pe piața internă” în sensul articolului 2 alineatul (2) din regulamentul de bază.

66. Rezultă că Tribunalul nu a săvârșit nicio eroare de drept prin respingerea, la punctele 129-135 din hotărârea atacată, a interpretării menționate a dispoziției în cauză propuse de Yieh United. În opinia noastră, această considerație este suficientă pentru a respinge al treilea motiv de recurs, întrucât, după cum s-a arătat, în cadrul motivului menționat, Yieh United se limitează să repună în discuție partea amintită a hotărârii, reiterând interpretarea în discuție a normei în cauză.

67. În al doilea rând, observăm, cu titlu suplimentar, că, astfel cum reiese din analiza efectuată la punctele 47-60 de mai sus, interpretarea sintagmei „destinat consumului pe piața internă” în sensul articolului 2 alineatul (2) din regulamentul de bază, efectuată de Tribunal la punctele 129-135 din hotărârea atacată, trebuie completată și clarificată în sensul că intenția sau cunoașterea efectivă din partea producătorului-vânzător cu privire la faptul că produsele care fac obiectul vânzărilor erau destinate exportului poate fi relevantă, dar nu este decisivă, în cazul în care se face dovada existenței unor elemente de legătură obiectivă între vânzările în discuție și o altă destinație a produselor respective decât consumul pe piața internă, care poate exclude luarea în considerare a vânzărilor în cauză din calculul valorii normale.

68. În al treilea rând și tot cu titlu suplimentar, arătăm că din cuprinsul punctelor 138-143 din hotărârea atacată – puncte necontestate de Yieh United – reiese că, în speță, Comisia a exclus din calculul valorii normale vânzările în litigiu efectuate de Yieh United către cel mai mare client al acesteia din Taiwan pe baza împrejurării, dovedită, că, pe de o parte, fusese aplicată o reducere la export unei părți importante din vânzările în cauză [39] și, pe de altă parte, că acest client desfășura în principal activități în domeniul exportului de produse precum cele care fac obiectul vânzărilor [40].

[39] Din cuprinsul punctului 141 din hotărârea atacată reiese că, cu titlu de exemplu, aceste vânzări erau echivalente cu 40 % din vânzările către clientul menționat în cursul lunii decembrie a anului 2013.

[40] Astfel, din cuprinsul punctului 142 din hotărârea atacată reiese că s-a stabilit că acest client a vândut numai o cantitate neglijabilă din produsul în cauză pe piața internă.

69. În aceste condiții, având în vedere interpretarea dispoziției în cauză efectuată la punctele 47-60 de mai sus, Tribunalul a concluzionat în mod corect, în opinia noastră, că Comisia nu a săvârșit nicio eroare vădită de apreciere prin excluderea vânzărilor către acest client din calculul valorii normale.

VI. Concluzie

70. Având în vedere ansamblul considerațiilor care precedă, propunem Curții să respingă ca neîntemeiat al treilea motiv de recurs invocat de Yieh United.