Acest document reprezintă un instrument de documentare, iar instituțiile nu își asumă responsabilitatea pentru conținutul său.

►B REGULAMENTUL DE PUNERE ÎN APLICARE (UE) NR. 875/2013 AL CONSILIULUI

din 2 septembrie 2013

de instituire a unei taxe antidumping definitive la importurile de porumb dulce boabe preparat sau conservat, originar din Thailanda, ca urmare a unei reexaminări efectuate în perspectiva expirării măsurilor în conformitate cu articolul 11 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 1225/2009

(JO L 244, 13.9.2013, p. 1)

Astfel cum a fost modificat prin:

		Jurnalul Oficial		
		NR.	Pagina	Data
►M1	Regulamentul de punere în aplicare (UE) nr. 307/2014 al Consiliului din 24 martie 2014	L 91	1	27.3.2014

▼B

REGULAMENTUL DE PUNERE ÎN APLICARE (UE) NR. 875/2013 AL CONSILIULUI

din 2 septembrie 2013

de instituire a unei taxe antidumping definitive la importurile de porumb dulce boabe preparat sau conservat, originar din Thailanda, ca urmare a unei reexaminări efectuate în perspectiva expirării măsurilor în conformitate cu articolul 11 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 1225/2009

CONSILIUL UNIUNII EUROPENE,

având în vedere Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, în special articolul 291 alineatul (2),

având în vedere 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 [1] (denumit în continuare „regulamentul de bază”), în special articolul 9 și articolul 11 alineatul (2),

având în vedere propunerea prezentată de către Comisia Europeană după consultarea Comitetului consultativ,

întrucât:

A. PROCEDURA

1. Măsuri în vigoare

(1) În urma unei anchete antidumping (denumită în continuare „ancheta inițială”), Consiliul a instituit, prin Regulamentul (CE) nr. 682/2007 [2], o taxă antidumping definitivă privind importurile de porumb dulce boabe preparat sau conservat încadrate în prezent la codurile NC ex 2001 90 30 și ex 2005 80 00 originar din Thailanda (denumită în continuare „măsurile antidumping definitive”). Măsurile au luat forma unei taxe *ad valorem* cuprinsă între 3,1 % și 12,9 %.

(2) Regulamentul (CE) nr. 954/2008 [3] a modificat Regulamentul (CE) nr. 682/2007 în ceea ce privește nivelul taxei aplicate unei societăți și „tuturor celorlalte societăți”. Nivelurile taxelor modificate sunt cuprinse între 3,1 % și 14,3 %. Importurile provenind de la doi producători-exportatori thailandezi ale căror angajamente au fost acceptate prin Decizia 2007/424/CE a Comisiei [4] au fost scutite de taxă.

---

[1] JO L 343, 22.12.2009, p. 51.

[2] Regulamentul (CE) nr. 682/2007 al Consiliului din 18 iunie 2007 de impunere a unei taxe antidumping definitive și de percepere definitivă a taxei provizorii aplicate la importurile de porumb dulce boabe preparat sau conservat, originar din Thailanda (JO L 159, 20.6.2007, p. 14).

[3] Regulamentul (CE) nr. 954/2008 al Consiliului din 25 septembrie 2008 de modificare a Regulamentului (CE) nr. 682/2007 de impunere a unei taxe antidumping definitive și de percepere definitivă a taxei provizorii aplicate la importurile de porumb dulce boabe preparat sau conservat, originar din Thailanda (JO L 260, 30.9.2008, p. 1).

[4] Decizia 2007/424/CE a Comisiei din 18 iunie 2007 privind acceptarea angajamentelor oferite în cadrul procedurii antidumping cu privire la importurile anumitor preparate sau conserve de porumb zaharat boabe originare din Thailanda (JO L 159, 20.6.2007, p. 42).

▼B

(3) Consiliul, prin Regulamentul (CE) nr. 847/2009 ([1]), a considerat că angajamentele de preț cu prețuri minime de import fixe nu mai erau adecvate pentru a compensa efectul prejudiciabil al dumpingului. Prin urmare, angajamentele acceptate au fost retrase și ofertele de angajamente ale altor 10 producători-exportatori thailandezi au fost respinse.

2. **Cererea de reexaminare în perspectiva expirării măsurilor**

(4) Ca urmare a publicării unui aviz de expirare iminentă ([2]) a măsurilor antidumping definitive în vigoare, Comisia a primit, la 19 martie 2012, o cerere de inițiere a unei reexaminări efectuate în perspectiva expirării acestor măsuri, în conformitate cu articolul 11 alineatul (2) din regulamentul de bază. Cererea a fost depusă de către*Association Européenne des Transformateurs de Maïs Doux* (AETMD) (denumită în continuare „reclamantul”), în numele producătorilor care reprezintă o proporție majoră din producția totală a Uniunii de porumb dulce preparat sau conservat, în acest caz mai mult de 50 %.

(5) Cererea s-a bazat pe faptul că expirarea măsurilor ar conduce probabil la continuarea sau reapariția dumpingului și a prejudiciului pentru industria Uniunii.

3. **Inițierea unei reexaminări în perspectiva expirării măsurilor**

(6) Stabilind, în urma consultării comitetului consultativ, existența unor elemente de probă suficiente pentru inițierea unei reexaminări în perspectiva expirării măsurilor, Comisia a anunțat la 19 iunie 2012, printr-un aviz publicat în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene* ([3]) (denumit în continuare „aviz de inițiere”), inițierea unei reexaminări în perspectiva expirării măsurilor în conformitate cu articolul 11 alineatul (2) din regulamentul de bază.

4. **Ancheta**

4.1. *Perioada anchetei de reexaminare și perioada examinată*

(7) Ancheta privind continuarea dumpingului a vizat perioada cuprinsă între 1 aprilie 2011 și 31 martie 2012 (denumită în continuare „perioada anchetei de reexaminare” sau „PAR”). Examinarea tendințelor relevante pentru evaluarea probabilității unei continuări a prejudiciului a vizat perioada cuprinsă între 1 ianuarie 2008 și sfârșitul perioadei anchetei de reexaminare („perioada luată în considerare”).

4.2. *Părțile vizate de procedură*

(8) Comisia a anunțat oficial reclamantul, ceilalți producători cunoscuți din Uniune, producătorii-exportatori din Thailanda, importatorii neafiliați, utilizatorii cunoscuți ca fiind interesați,

([1]) Regulamentul (CE) nr. 847/2009 al Consiliului din 15 septembrie 2009 de modificare a Regulamentului (CE) nr. 682/2007 de impunere a unei taxe antidumping definitive la importurile de porumb dulce boabe preparat sau conservat, originar din Thailanda (JO L 246, 18.9.2009, p. 1).

([2]) JO C 258, 2.9.2011, p. 11.

([3]) JO C 175, 19.6.2012, p. 22.

▼B

precum și reprezentanții țării exportatoare despre inițierea reexaminării efectuate în perspectiva expirării măsurilor. Părțile interesate au avut posibilitatea de a-și face cunoscute opiniile în scris și de a solicita o audiere în termenul menționat în avizul de inițiere.

(9) S-a acordat o audiere tuturor părților interesate care au solicitat acest lucru și au arătat că există motive speciale pentru care ar trebui să fie audiate.

(10) Având în vedere numărul relativ mare de producători-exportatori din Thailanda și de importatori neafiliați din Uniune implicați în anchetă, în avizul de inițiere s-a prevăzut să se recurgă la eșantionare, în conformitate cu articolul 17 din regulamentul de bază. Pentru a permite Comisiei să decidă dacă eșantionarea ar fi necesară și, în caz afirmativ, să selecteze un eșantion, s-a cerut părților menționate anterior să se facă cunoscute Comisiei în termen de 15 zile de la inițierea reexaminării și să furnizeze Comisiei informațiile solicitate în avizul de inițiere.

(11) În ceea ce privește selectarea eșantionului de producători-exportatori din Thailanda, Comisia a primit informații complete de la 17 producători-exportatori, dintre care nouă au exportat către Uniune în cursul PAR. S-a decis selectarea unui eșantion de trei producători-exportatori, ale căror exporturi combinate au reprezentat 90 % din cantitățile totale exportate către Uniune de către producătorii-exportatori cooperanți în cursul PAR.

(12) Având în vedere faptul că a fost primit un singur răspuns de la un importator neafiliat, pentru importatorii neafiliați nu s-a aplicat eșantionarea.

(13) Având în vedere numărul mare al producătorilor din Uniune implicați în această procedură, potrivit avizului de inițiere, Comisia a selectat, în mod provizoriu, un eșantion de producători din Uniune în vederea stabilirii prejudiciului, în conformitate cu articolul 17 din regulamentul de bază. Această preselecție a fost făcută prin utilizarea informațiilor de care Comisia dispunea în etapa de inițiere și a fost bazată pe volumul vânzărilor, volumul producției și localizarea geografică a producătorilor în Uniune. Eșantionul propus corespunde celui mai mare volum reprezentativ de producție care ar putea face, în mod rezonabil, obiectul anchetei, ținând seama de timpul disponibil, ceea ce reprezintă 58 % din producția totală a industriei Uniunii. În plus, eșantionul propus este reprezentativ în ceea ce privește localizarea geografică a întreprinderilor, deoarece acoperă trei state membre diferite. Producătorii din Uniune au fost consultați cu privire la eșantionul propus la data publicării avizului de inițiere. Dat fiind că niciun alt producător nu s-a făcut cunoscut și nu au fost primite observații cu privire la eșantion, eșantionul propus a fost confirmat.

(14) Două părți interesate au afirmat că eșantionul de producători din Uniune a fost selectat doar din rândul solicitanților și că ar fi trebuit să se facă un efort de a eșantiona producătorii din afara grupului de solicitanți.

▼B

(15) Cu toate acestea, toți producătorii cunoscuți din Uniune, atât solicitanți, cât și nesolicitanți, au fost invitați să coopereze. 10 producători din Uniune, atât solicitanți, cât și nesolicitanți, au prezentat informații referitoare la eșantionare. După cum se explică în considerentul 13, eșantionul selecționat corespunde celui mai mare volum reprezentativ de producție care ar putea constitui, în mod rezonabil, obiectul anchetei, ținând seama de timpul disponibil, ceea ce reprezintă 58 % din producția totală a industriei Uniunii. Comisia consideră că eșantionul selecționat este reprezentativ în ceea ce privește localizarea geografică, indiferent dacă producătorii sunt sau nu solicitanți. Afirmația a fost, prin urmare, respinsă.

(16) Comisia a căutat și a verificat toate informațiile pe care le-a considerat necesare pentru a determina probabilitatea continuării sau reapariției dumpingului, a prejudiciului care rezultă din acesta și interesul Uniunii. În acest scop, Comisia a trimis chestionare producătorilor-exportatori, producătorilor din Uniune incluși în eșantion și importatorului neafiliat. S-au efectuat vizite de verificare la sediile următoarelor societăți:

(a) Producători din Uniune:

— Bonduelle Conserve International SAS, Renescure, Franța;

— Compagnie Générale de Conserve France SA, Theix, Franța;

— Compagnie Générale de Conserve Hungary, Debrecen, Ungaria;

— Conserve Italia SCA, San Lazzaro di Savena, Italia;

(b) Producători-exportatori din Thailanda:

— Agri Sol., Ltd., Pathumthani City;

— Lampang Food Products co, Ltd., Bangkok;

— Sun Sweet Co., Ltd., Chiang Mai City.

(17) Au fost audiate toate părților interesate care au solicitat acest lucru și care au demonstrat că există motive speciale care justifică audierea.

B. **PRODUSUL ÎN CAUZĂ ȘI PRODUSUL SIMILAR**

1. **Produsul în cauză**

(18) Produsul în cauză este porumbul dulce (*Zea mays* var. *saccharata*) boabe preparat sau conservat în oțet sau acid acetic, necongelat, încadrat în prezent la codul NC ex 2001 90 30, și porumbul dulce (*Zea mays* var. *saccharata*) boabe preparat sau conservat altfel decât în oțet sau acid acetic, necongelat, altul decât produsele de la poziția 2006, încadrat în prezent la codul NC ex 2005 80 00, originar din Thailanda.

▼B

(19) Ancheta a indicat că, în pofida diferențelor de conservare, diversele tipuri ale produsului în cauză au aceleași caracteristici biologice și chimice esențiale și au practic aceleași aplicații.

(20) Două părți interesate au afirmat că codurile NC pentru porumb dulce nu reprezintă doar produsul în cauză, ci includ cantități considerabile de conserve de porumb pitic care nu este produs în Uniune și care nu este produsul similar. Acestea au sugerat că porumbul pitic este inclus de Comisie în datele sale.

(21) Cu toate acestea, ancheta s-a concentrat exclusiv asupra produsului care face obiectul măsurilor, ceea ce exclude porumbul pitic, utilizând codurile TARIC corespunzătoare ca bază pentru analiză. Prin urmare, afirmația a fost respinsă, ca fiind incorectă.

2. **Produsul similar**

(22) S-a constatat că porumbul dulce produs și vândut în Uniune de către industria din Uniune și porumbul dulce produs și vândut în Thailanda prezintă, în principal, aceleași caracteristici fizice și chimice, precum și aplicații de bază identice cu cele ale porumbului dulce produs în Thailanda și vândut la export către Uniune. Acestea sunt, prin urmare, considerate produse similare în sensul articolului 1 alineatul (4) din regulamentul de bază.

C. **PROBABILITATEA CONTINUĂRII SAU REAPARIȚIEI DUMPINGULUI**

(23) În conformitate cu articolul 11 alineatul (2) din regulamentul de bază, s-a examinat dacă este probabil ca expirarea măsurilor existente să determine continuarea sau reapariția dumpingului.

1. **Observații preliminare**

(24) După cum s-a menționat în considerentul 10, având în vedere numărul potențial mare de producători-exportatori care și-au exprimat intenția de a coopera, avizul de inițiere prevede efectuarea unei eșantionări. Pentru determinarea probabilității continuării sau reapariției dumpingului a fost selectat un eșantion de trei producători-exportatori, reprezentând aproximativ 90 % din exporturile totale în rândul producătorilor-exportatori care și-au exprimat intenția de a coopera.

(25) Întrucât cantitățile combinate ale exporturilor celor trei producători-exportatori incluși în eșantion reprezentau aproximativ 25 % din toate exporturile din Thailanda către Uniune în cursul PAR, a fost necesar să fie utilizate informații din alte surse, cum ar fi cererea de reexaminare și statisticile comerciale disponibile privind exporturile (de la serviciile vamale thailandeze) și privind importurile (de la Eurostat) pentru evaluarea probabilității unei continuări sau reapariții a dumpingului.

▼B

(26) Vânzările către comercianți în Thailanda, în cazul în care mărfurile erau destinate unor destinații de export necunoscute, nu au fost incluse în determinarea marjei de dumping.

(27) Ca în ancheta inițială, s-a constatat că o parte din vânzările produsului în cauză realizate de anumiți producători-exportatori provine de la producători externi. În scopul anchetei, vânzările de produs în cauză care nu a fost fabricat de producătorii-exportatori înșiși nu au fost luate în considerare la stabilirea marjelor lor de dumping respective.

2. **Importurile care au făcut obiectul unui dumping în cursul PAR**

2.1. *Determinarea valorii normale*

(28) În conformitate cu articolul 2 alineatul (2) prima teză din regulamentul de bază, pentru determinarea valorii normale, s-a stabilit mai întâi, pentru fiecare dintre cei trei producători-exportatori, dacă vânzările lor interne totale de produs similar în timpul PAR au fost reprezentative în comparație cu totalitatea vânzărilor lor la export către Uniune, adică dacă volumul vânzărilor produsului similar destinat consumului pe piața internă reprezintă cel puțin 5 % din volumul exporturilor lor de produs în cauză către Uniune.

(29) Vânzările interne ale produsului similar au fost considerate reprezentative pentru una dintre cele trei societăți incluse în eșantion.

(30) Ulterior, s-a analizat dacă tipurile de produs similar comercializate de această societate și destinate consumului pe piața internă erau identice sau direct comparabile cu tipurile destinate exportului către Uniune. Pentru fiecare din respectivele tipuri, s-a stabilit dacă vânzările de produs similar destinate consumului pe piața internă erau suficient de reprezentative în sensul articolului 2 alineatul (2) din regulamentul de bază. Vânzările destinate consumului pe piața internă au fost suficient de reprezentative atunci când acestea au reprezentat 5 % sau mai mult din volumul total al vânzărilor produsului de tip comparabil exportat către Uniune.

(31) S-a constatat că, în ceea ce privește această societate, numai un tip de produs similar era direct comparabil cu tipul exportat în Uniune. În plus, acest tip specific a fost vândut, de asemenea, în cantități suficient de reprezentative pe piața internă.

(32) Ulterior, s-a examinat dacă tipul de produs pentru societatea menționată în considerentul 31 a fost vândut în cadrul unor operațiuni comerciale normale, în conformitate cu articolul 2 alineatul (4) din regulamentul de bază. Acest lucru a fost efectuat prin determinarea proporției de vânzări rentabile pe piața internă către clienți neafiliați, pentru tipul de produs în cauză.

▼B

(33) S-a constatat că peste 80 % din volumul vânzărilor destinate consumului pe piața internă a fost rentabil și, în conformitate cu articolul 2 alineatul (4), toate tranzacțiile de acest tip specific au fost utilizate pentru a determina valoarea normală.

(34) Pentru tipul de produs în cauză, pentru care vânzările pe piața internă au fost reprezentative și au fost efectuate în cadrul operațiunilor comerciale normale, valoarea normală a fost stabilită pe baza prețului intern real, calculat sub forma unei medii ponderate a tuturor vânzărilor de acest tip de pe piața internă în cursul PAR.

(35) Pentru ceilalți doi producători-exportatori, ale căror vânzări pe piața internă nu au fost considerate reprezentative (dintre care unul nu a vândut deloc produsul similar pentru consum pe piața internă) și pentru cel de al treilea producător-exportator al cărui ansamblu de vânzări a fost considerat reprezentativ, dar la care, pentru o serie de tipuri de produs similar, cantitățile vândute pe piața internă nu au fost considerate reprezentative, valoarea normală a trebuit să fie construită în conformitate cu articolul 2 alineatul (3) din regulamentul de bază.

(36) Valoarea normală a fost construită prin adăugarea la costul de producție pentru fiecare tip de produs exportat către Uniune a unei sume rezonabile pentru costurile de vânzare, cheltuielile administrative și alte costuri generale (costuri VAG), precum și pentru profit.

(37) În conformitate cu articolul 2 alineatul (6) din regulamentul de bază, pentru cei doi producători-exportatori care au efectuat vânzări destinate consumului pe piața internă – în cantități mai mici sau mai mari decât 5 % din cantitățile vânzărilor lor către Uniune – costurile VAG și marja de profit au fost stabilite în funcție de vânzările societății respective în cadrul operațiunilor comerciale normale pe piața internă.

(38) În cazul celui de al treilea producător-exportator care nu a vândut produsul similar pentru consumul intern, în conformitate cu articolul 2 alineatul (6) litera (a) din regulamentul de bază, SG&A, precum și profitul corespunzătoare acestui al treilea producător-exportator au constituit media ponderată a SG&A și a profitului pentru ceilalți doi producători-exportatori menționați în considerentul 37.

(39) Două părți interesate au contestat metodologia folosită, astfel cum este prevăzută în considerentul 37, și anume utilizarea profitului în scopul de a construi o valoare normală atunci când acest profit se bazează pe vânzările interne la volume mai mici de 5 % din cantitățile vânzărilor către Uniune. Se consideră că, în cazul în care operațiunile de vânzare pe piața internă nu sunt considerate a fi în cantități suficiente pentru a fi reprezentative, nici profitul din aceste tranzacții nu ar trebui să fie utilizat.

▼B

(40) Cu toate acestea, aceeași metodologie a fost utilizată în ancheta inițială și, în absența modificării circumstanțelor, Comisia consideră că această metodologie este încă valabilă în sensul prezentei proceduri.

2.2. *Determinarea prețului de export*

(41) Toate vânzările producătorilor-exportatori eșantionați au fost realizate direct către clienți neafiliați din Uniune. Astfel, prețul de vânzare a fost stabilit în conformitate cu articolul 2 alineatul (8) din regulamentul de bază, pe baza prețurilor plătite efectiv sau care urmează a fi plătite de către acești clienți neafiliați din Uniune.

2.3. *Comparație și ajustări*

(42) Comparația dintre valoarea normală construită și prețul de export a fost efectuată pe o bază franco fabrică. Pentru a asigura o comparație echitabilă, s-au luat în considerare diferențele care afectează comparabilitatea prețurilor, în conformitate cu articolul 2 alineatul (10) din regulamentul de bază.

(43) Ajustări pentru diferențele privind costurile de transport, cheltuielile de asigurare, de manipulare și de încărcare, comisioane și taxe bancare au fost acordate atunci când erau aplicabile și justificate în mod corespunzător.

(44) În plus, în conformitate cu articolul 2 alineatul (10) litera (d) din regulamentul de bază și în temeiul metodologiei utilizate în ancheta inițială, au fost operate ajustări pentru diferențele de nivel de comercializare pentru acei producători-exportatori ale căror vânzări pe piața internă se efectuează sub marcă proprie, dar ale căror vânzări către Uniune poartă marca unui distribuitor. Nivelul ajustării – calculat sub forma unei reduceri a marjei de profit utilizate pentru construirea valorii normale, astfel cum s-a menționat în considerentul 33 – a fost estimat pe baza raportului dintre marjele profitului obținut de industria din Uniune de pe urma produselor vândute sub marcă proprie și de pe urma tuturor produselor. Marja de profit a fost, prin urmare, redusă cu 20 %-50 %.

(45) Două părți interesate au considerat că piața internă din Thailanda și piața Uniunii nu pot fi comparate, întrucât dimensiunile pieței diferă și producătorii thailandezi vând sub mărcile proprii pe piața internă.

(46) În primul rând, se reamintește faptul că în considerentul 22 s-a stabilit că porumbul dulce vândut pe piața internă din Thailanda și porumbul dulce vândut pentru export către piața Uniunii sunt similare în sensul articolului 1 alineatul (4) din regulamentul de bază.

▼B

(47) În al doilea rând, din cauza diferențelor dintre nivelul de comercializare, s-a efectuat o ajustare a marjei de profit – o ajustare în sensul diminuării cu 20 %-50 % a marjei de profit generate de vânzările sub mărci proprii pe piața internă. Cazul de față respectă, de asemenea, metodologia utilizată în ancheta inițială.

2.4. *Dumpingul în cursul PAR*

(48) Pe baza celor de mai sus, marjele de dumping, exprimate ca procentaj din prețul franco frontiera Uniunii, înainte de vămuire, s-au situat între 8 % și 44 %.

3. **Evoluția importurilor în cazul abrogării măsurilor**

3.1. *Capacitatea de producție a producătorilor-exportatori*

(49) Producția de porumb dulce depinde de accesul la porumb proaspăt recoltat care este livrat către fabrica de conserve imediat după recoltare. Porumbul proaspăt recoltat trebuie să fie conservat în termen de 24 de ore după recoltare și, prin urmare, capacitatea de a produce produsul în cauză este în mod direct legată de disponibilitatea porumbului proaspăt recoltat.

(50) În Thailanda, sezonul de recoltare este de aproximativ 9-10 luni pe an, cuprinzând două recolte pe an. Atunci când evaluează capacitatea tehnică de fabricare disponibilă, constrângerile materiale sezoniere privind materia primă trebuie să fie incluse în analiză.

(51) Cei trei producători-exportatori care au fost incluși în eșantion aveau o capacitate tehnică combinată situată între 130 000 și 150 000 de tone. Rata efectivă de utilizare a capacității tehnice disponibile s-a situat între 50 % și 80 %.

(52) Mai multe părți interesate au luat act de metodologia utilizată pentru a ține seama de faptul că accesul la materii prime diminuează capacitatea tehnică, susținând însă că a fost exagerată capacitatea disponibilă neutilizată.

(53) Astfel cum s-a subliniat în considerentul 50, capacitatea tehnică nu poate fi utilizată pe deplin din cauza indisponibilității sezoniere a porumbului dulce proaspăt recoltat. Totuși, ancheta a arătat că cifrele de 80 % și mai mult, reprezentând procentajul de utilizare a capacității, sunt obținute de unii dintre producătorii incluși în eșantion, în timp ce pentru alți producători nivelul de utilizare a capacității este mult mai redus. Întrucât toți producătorii au un acces comparabil la materii prime, acest nivel mai scăzut de utilizare a capacității nu poate fi explicat numai prin indisponibilitatea sezonieră a porumbului dulce proaspăt recoltat.

▼B

(54) Conform informațiilor furnizate de Asociația întreprinderilor prelucrătoare de produse alimentare din Thailanda (*Thai Food Processors Association*), volumul total al exporturilor din Thailanda către restul lumii a crescut în mod constant cu aproximativ 20 % în cursul perioadei examinate, atingând un volum de 150 000-200 000 de tone în cursul PAR. Acest lucru arată că cantitățile disponibile de porumb dulce pot crește și cresc efectiv în mod constant atunci când sunt necesare cantități suplimentare pentru producătorii-exportatori. În acest sens, se observă că producția totală de porumb galben a variat între 4,1 milioane și 4,5 milioane de tone în Thailanda în cursul perioadei luate în considerare. Deși se recunoaște că nu se poate face trecerea de la producția de porumb galben la cea de porumb dulce pe baza unui raport de 1:1, amploarea propriu-zisă a diferenței în volume de producție arată în mod clar faptul că, chiar și o mică schimbare de la producția de porumb galben la cea de porumb dulce poate avea un impact substanțial asupra producției totale de porumb dulce în Thailanda.

(55) Pe această bază, s-a stabilit că cei trei producători incluși în eșantion ar putea produce o cantitate suplimentară de aproximativ 40 000-60 000 de tone pe an („capacitate neutilizată reală”), care reprezintă aproximativ de 2-3 ori totalul exporturilor produsului în cauză din Thailanda către Uniune.

(56) Capacitatea neutilizată reală a producătorilor incluși în eșantion în sine poate, prin urmare, fi considerată ca fiind semnificativă. În plus, există încă 15 producători cunoscuți ai produsului în cauză în Thailanda, care, în mod similar, au acces la producția importantă de porumb dulce din Thailanda.

(57) Din informațiile colectate de la alte surse, și anume:

— informațiile colectate din prezentările făcute de producătorii-exportatori pe internet;

— informațiile colectate legate de procesul de eșantionare; și

— informațiile colectate în baza de date înființată în temeiul articolului 14 alineatul (6) din regulamentul de bază,

se poate concluziona că cel puțin doi mari producători-exportatori, dintre care unul a cooperat la ancheta de reexaminare, dar nu a fost selectat pentru eșantion (și, prin urmare, nu a prezentat informații detaliate în acest sens), au o capacitate combinată de 50 000 până la 100 000 de tone.

(58) În sfârșit, nu există dovezi care să sugereze că nivelul consumului de pe piața din Thailanda sau de pe piețele țărilor terțe ar crește și astfel ar absorbi creșterea producției în cazul în care sunt utilizate capacitățile disponibile ale producătorilor thailandezi. În special, piața din Thailanda este mică și, în medie, a reprezentat doar 1 %-2 % din totalul vânzărilor realizate de toți producătorii thailandezi incluși în eșantion. Acest fapt confirmă că orice producție suplimentară de porumb dulce va fi exportată în afara Thailandei.

▼B

3.2. *Atractivitatea pieței Uniunii*

(59) Atunci când se compară prețurile la export către Uniune ale produsului în cauză cu prețurile practicate pentru produsul similar pe piața internă, apar două aspecte: pe piața internă, prețurile sunt relativ ridicate (datorită comercializării sub marcă proprie) și volumele vânzărilor sunt relativ mici în comparație cu vânzările la export. Pe această bază, nu există niciun risc aparent de reorientare a schimburilor comerciale de la vânzări pe piața internă la vânzări către Uniune în cazul abrogării măsurilor.

(60) Atunci când se compară prețurile la export către Uniune ale produsului în cauză cu prețurile practicate pentru produsul similar pe pieţele ţărilor terțe, se constată că, pentru cei trei producători-exportatori incluși în eșantion, prețurile către Uniune sunt, în medie, cu 14 % mai mari.

(61) Statisticile comerciale ale serviciilor vamale thailandeze confirmă, de asemenea, această constatare. După conversia greutății logistice (conservă + porumb + lichid) raportată în greutate netă conservată (porumb + lichid), în conformitate cu metodologia din cererea de reexaminare, prețurile pe kilogram practicate la exportul către Uniune sunt, în medie, cu 5 % mai mari decât la exportul către țări terțe.

(62) În timp ce mai multe părți și-au exprimat îndoieli cu privire la faptul că o diferență de preț de 5 % sau 14 % este suficient de semnificativă pentru a conduce la o reorientare a schimburilor comerciale către Uniune, ancheta a arătat că aceasta este efectiv probabilă pe piața porumbului dulce. În cadrul prezentei proceduri, o societate thailandeză (Karn Corn) a obținut, în prealabil, o taxă care este cu 8 %-10 % mai mică decât taxa majorității celorlaltor exportatori thailandezi. Acest avantaj de 8 %-10 % a fost totuși suficient pentru a creşte ponderea acestora în exporturile thailandeze către Uniune de șapte ori între perioada de anchetă a anchetei inițiale și PAR a anchetei actuale.

(63) În plus, în ciuda taxei antidumping de 3,1 % în vigoare, volumul exporturilor societății Karn Corn către Uniune a crescut de mai mult de două ori de la instituirea taxelor antidumping. Acest lucru demonstrează atractivitatea pieței Uniunii în comparație cu alte piețe, chiar și în cazul în care este vorba de o mică diferență de preț.

(64) În concluzie, în timp ce riscul de reorientare a schimburilor comerciale de la piața internă către piața Uniunii este mai degrabă limitat, datorită existenței vânzărilor sub marcă proprie ale celor dintâi, există un risc semnificativ de reorientare a schimburilor comerciale de la pieţele ţărilor terțe către piața Uniunii datorită prețurilor mai ridicate practicate pe aceasta din urmă.

(65) Mai multe părți interesate au susținut că prețurile de pe piața Uniunii sunt comparabil mai puțin atractive decât prețurile practicate în alte țări, cum ar fi Japonia. Astfel, riscul de reorientare a schimburilor comerciale în cazul abrogării măsurilor ar fi exagerat.

▼B

(66) Se reamintește faptul că vânzările către țări terțe sunt tratate ca un grup și concluzia la care s-a ajuns în considerentul 63 se bazează pe prețurile practicate către toate țările terțe, *în medie*. Este pe deplin recunoscut faptul că, în cadrul acestui grup al țărilor terțe, există țări în care prețurile de export sunt mai mari și există alte țări terțe care implică prețuri de export mai scăzute. Evident, cu cât prețul de export este mai scăzut, cu atât este mai ridicat riscul de reorientare a schimburilor comerciale în cazul expirării măsurilor.

(67) În plus, una dintre părțile interesate a susținut că legăturile contractuale cu importatorii din țări terțe nu vor facilita trecerea de la consumatorii dintr-o anumită țară la consumatorii din altă țară.

(68) În timp ce pot exista și sunt menținute pe termen scurt legături contractuale între producătorii-exportatori din Thailanda și importatorii din diverse țări terțe, nu există dovezi care să sugereze că aceste obligații contractuale nu ar putea fi eliminate treptat, pentru a permite vânzările pe piețele cu prețuri mai mari, cum ar fi piața Uniunii.

(69) În cele din urmă, părțile interesate au afirmat că exporturile către unele țări terțe, precum Coreea de Sud, nu pot fi comparate, întrucât gama de produse (de exemplu, dimensiunea cutiilor de conserve) și condițiile de vânzare (de exemplu, termenii de transport naval) pot fi diferite.

(70) Se reamintește că rezultatul comparațiilor prezentat în considerentele 58, 59 și 60 sunt indicatorii diferențelor constatate în ceea ce privește prețurile de export către *toate țările terțe*. Prin urmare, impactul oricărei chestiuni privind exporturile thailandeze către un număr redus de piețe asupra comparației de ansamblu este limitat prin însăși natura sa. În plus, întrucât datele exporturilor thailandeze sunt înregistrate pe o bază FOB, impactul oricărei diferențe în materie de termeni și de costuri de transport naval se limitează la costul transportului intern pe teritoriul Thailandei și, prin urmare, pot fi doar nesemnificative.

(71) În absența oricărui element de probă care să sugereze că prețul mediu către toate țările terțe nu este comparabil cu prețul de export către Uniunea Europeană, concluzia de la considerentul 63 este valabilă.

4. **Concluzie privind probabilitatea continuării sau reapariției dumpingului**

(72) Este probabil că, în cazul în care măsura este abrogată, nivelul mai ridicat al prețurilor practicate pe piața Uniunii va atrage cantități semnificative din produsul în cauză care, în prezent, este vândut la prețuri inferioare către țări terțe.

(73) Producătorii-exportatori din Thailanda au continuat practicile lor de dumping în cursul PAR.

▼B

(74) În plus, capacitatea neutilizată disponibilă în Thailanda și faptul că prețurile pieței Uniunii sunt considerabil mai mari decât cele de pe piețele din țări terțe duce la concluzia că există un risc de creștere a exporturilor produsului în cauză în cazul în care măsurile ar fi abrogate.

(75) În concluzie, există o mare probabilitate de continuare a dumpingului în cazul în care măsurile ar fi abrogate.

D. **DEFINIȚIA INDUSTRIEI DIN UNIUNE**

(76) În cursul PAR, produsul similar a fost fabricat de aproximativ 20 de producători din Uniune. În consecință, producția acestor producători (stabilită pe baza informațiilor colectate de la producătorii cooperanți și, pentru ceilalți producători din Uniune, pe baza datelor din cererea de reexaminare) este considerată ca fiind producția Uniunii în sensul articolului 4 alineatul (1) din regulamentul de bază.

(77) Conform explicațiilor din considerentul 13, având în vedere numărul ridicat de producători din Uniune, a fost selectat un eșantion. În scopul analizei prejudiciului, indicatorii de prejudiciu au fost stabiliți la următoarele două niveluri:

— elementele macroeconomice (producția, capacitatea, volumul vânzărilor, cota de piață, creșterea, ocuparea forței de muncă, productivitatea, prețurile unitare medii și importanța marjelor de dumping precum și redresarea în urma efectelor practicilor anterioare de dumping) au fost evaluate la nivelul întregii producții din Uniune, pe baza informațiilor colectate de la producătorii cooperanți și, în privința celorlalți producători din Uniune, pe baza unei estimări pornind de la datele din cererea de reexaminare;

— analiza elementelor microeconomice (stocurile, salariile, profitabilitatea, randamentul investițiilor, fluxul de numerar, capacitatea de mobilizare a capitalurilor și investițiile) a fost realizată pentru producătorii din Uniune incluși în eșantion, pe baza informațiilor furnizate de către aceștia.

E. **SITUAȚIA PE PIAȚA UNIUNII**

1. **Consumul la nivelul Uniunii**

(78) Consumul la nivelul Uniunii a fost stabilit pe baza volumului vânzărilor producției proprii a industriei din Uniune destinate pieței din Uniune, pe baza datelor privind volumul importurilor de pe piața din Uniune obținute din baza de date 14.6 și, în cazul celorlalți producători din Uniune, pe baza informațiilor disponibile în cererea de reexaminare.

(79) În cursul perioadei examinate, consumul la nivelul Uniunii a crescut cu 9 %. Deși din 2008 până în 2009 acesta a scăzut cu 5 %, în 2010 și, respectiv, în 2011 acesta a crescut cu 6 și 9 puncte procentuale (și anume, comparativ cu anul anterior). Apoi, acesta s-a stabilizat, mai mult sau mai puțin, în cursul PAR, la un nivel de aproximativ 350 000 de tone.

▼B

	2008	2009	2010	2011	PAR
Totalul consumului la nivelul Uniunii (tone)	318 413	301 594	320 027	351 279	347 533
Indice (2008 = 100)	*100*	*95*	*101*	*110*	*109*

2. **Importurile provenite din țara în cauză**

(a) *Volumul*

(80) Volumul importurilor produsului respectiv originar din țara în cauză în Uniune a scăzut cu 43 %, respectiv de la 38 000 de tone în 2008 la circa 22 000 de tone în PAR. Acesta a scăzut cu 15 % în 2009, apoi cu alte 20 de puncte procentuale în 2010 și cu alte 11 puncte procentuale în 2011, înainte de a crește din nou ușor, cu 3 puncte procentuale, în cursul PAR.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Volumul importurilor din Thailanda	38 443	32 616	24 941	20 710	21 856
Indice (2008 = 100)	*100*	*85*	*65*	*54*	*57*
Cota de piață a importurilor din Thailanda (%)	12	11	8	6	6
Prețul importurilor din Thailanda (EUR/tonă)	835	887	806	775	807
Indice (2008 = 100)	*100*	*106*	*96*	*93*	*97*

Sursa: Baza de date 14.6

(b) *Cota de piață*

(81) Cota de piață corespunzătoare deținută de exportatorii thailandezi pe piața Uniunii în țara în cauză a scăzut treptat cu aproximativ 50 % sau cu 6 puncte procentuale în perioada examinată, de la 12 % în 2008 la 6 % în cursul PAR. În detaliu, cota de piață thailandeză a scăzut de la 12 % în 2008 la 11 % în 2009 la 8 % în 2010 și la 6 % în 2011/PAR.

(c) *Prețurile*

(i) Evoluția prețurilor

(82) Între 2008 și PAR, prețul mediu al importurilor produsului în cauză originare din țara în cauză a scăzut cu 3 %, de la 835 EUR/tonă în 2008 la 807 EUR/tonă în PAR. Concret, acesta a înregistrat o creștere cu 6 % în 2008, apoi a scăzut cu 10 puncte procentuale în 2010 și cu încă 3 puncte procentuale în 2011. Din 2011 până la PAR, aceste prețuri au crescut din nou cu 4 puncte procentuale.

(ii) Subcotarea prețurilor

(83) S-a procedat la o comparație de prețuri pentru tipurile de produse similare, între prețurile practicate de producătorii-exportatori și prețurile practicate de industria din Uniune pentru vânzările efectuate în Uniune. În acest scop, prețurile franco fabrică ale industriei Uniunii, fără reduceri și taxe, au fost comparate cu prețurile CIF la frontiera Uniunii ale producătorilor-exportatori din țara în cauză, ajustate corespunzător pentru a se lua în considerare taxele convenționale, precum și cheltuielile de descărcare și de vămuire. Comparația a arătat că, în cursul

▼B

PAR, prețurile produsului în cauză originar din țara în cauză și vândut în Uniune au fost, în general, mai mari decât prețurile practicate de industria din Uniune. De asemenea, pe baza statisticilor privind importurile (baza de date 14.6), nu a existat nicio marjă de subcotare pentru niciun import thailandez în Uniune (atât pentru exportatorii cooperanți, cât și pentru cei necooperanți, indiferent de gama de produse).

3. **Situația industriei din Uniune**

(84) Conform articolului 3 alineatul (5) din regulamentul de bază, Comisia a examinat toți factorii și indicatorii economici relevanți care influențează situația industriei din Uniune.

(85) Această piață se caracterizează, între altele, prin două circuite de vânzare, și anume vânzările sub marca proprie a producătorului și vânzările sub marca distribuitorului. Prin comparație cu al doilea circuit de vânzare, vânzările efectuate prin intermediul primului circuit generează, de obicei, costuri de vânzare superioare, legate în special de cheltuielile de comercializare și de publicitate, și comportă totodată prețuri de vânzare mai mari.

(86) Ancheta a scos în evidență faptul că toate importurile provenite de la exportatorii thailandezi cooperanți aparțineau celui de al doilea circuit de vânzare, și anume sub marca distribuitorului. Prin urmare, s-a considerat adecvat ca analiza prejudiciului să facă o distincție între vânzările industriei din Uniune sub marcă proprie și cele sub marca distribuitorului, după caz, deoarece concurența reprezentată de importurile care fac obiectul unui dumping afectează în primul rând produsele similare ale industriei din Uniune vândute sub marca distribuitorului. Această distincție a fost făcută în special pentru determinarea volumului vânzărilor, a prețurilor de vânzare și a rentabilității. Cu toate acestea, pentru a avea o imagine completă, în tabelurile de mai jos sunt prezentate și comentate și totalurile (care includ atât vânzările sub marcă proprie, cât și sub marca distribuitorului). În cursul PAR, vânzările industriei din Uniune sub marca distribuitorului au reprezentat circa 70 % din volumul total al vânzărilor industriei din Uniune și circa 60 % din valoarea acestor vânzări.

(87) Având în vedere faptul că porumbul dulce din Uniune este preparat numai în timpul lunilor de vară, o serie de indicatori de prejudiciu sunt practic identici pentru 2011 și PAR (de la 1 aprilie 2011 până la 30 martie 2012). Acest lucru se aplică în special producției și capacității de producție.

3.1. *Elemente macroeconomice*

(a) Producția

(88) De la un nivel de circa 372 000 de tone în 2008, producția industriei din Uniune a scăzut cu 8 % în cursul perioadei examinate. Mai precis, aceasta a scăzut cu 25 % în 2009 și cu 13 puncte procentuale în 2010 și a crescut din nou, cu 31 de puncte procentuale, în 2011/PAR.

▼B

	2008	2009	2010	2011	PAR
Producție (tone)	371 764	279 265	231 790	344 015	343 873
Indice (2008 = 100)	*100*	*75*	*62*	*93*	*92*

(b) Capacitatea și gradul de utilizare a capacității

(89) Capacitatea de producție a fost de aproximativ 488 000 de tone în 2008, 2009 și 2010 și a scăzut cu 9 % în 2011/PAR. Scăderea s-a datorat faptului că unul dintre producătorii din Uniune incluși în eșantion a închis una dintre fabricile sale.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Capacitatea de producție (tone)	488 453	488 453	488 453	444 055	444 055
Indice (2008 = 100)	*100*	*100*	*100*	*91*	*91*
Gradul de utilizare a capacității (%)	76	57	47	77	77
Indice (2008 = 100)	*100*	*75*	*62*	*102*	*102*

Sursa: ancheta

(90) Gradul de utilizare a capacității a fost de 76 % în 2008. Aceasta a scăzut la 57 % în 2009 și până la 47 % în 2010, înainte de a urca la 77 % în 2011/PAR. Pe parcursul întregii perioade examinate, utilizarea capacităților a fost stabilă, deoarece scăderea producției a evoluat în paralel cu scăderea capacității de producție.

(c) Volumul vânzărilor

(91) Vânzările producției industriei din Uniune, sub marca distribuitorului, către clienți neafiliați de pe piața din Uniune au scăzut mai întâi cu 6 % în 2009, înainte de a crește cu 17 puncte procentuale în 2010 și cu încă 24 de puncte procentuale în 2011. Din 2011 până la PAR, aceste vânzări au scăzut din nou cu 4 puncte procentuale. În ansamblu, între 2008 și PAR, aceste vânzări au crescut cu circa 31 %.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Volumul vânzărilor din Uniune (marca distribuitorului) către clienți neafiliați (în tone)	161 544	151 058	179 562	218 876	212 425
Indice (2008 = 100)	*100*	*94*	*111*	*135*	*131*
Volumul vânzărilor din Uniune (marcă proprie și marca distribuitorului) către clienți neafiliați (în tone)	262 902	248 995	280 586	318 237	312 623
Indice (2008 = 100)	*100*	*95*	*107*	*121*	*119*

Sursa: ancheta

▼B

(92) Volumul total al vânzărilor (sub marcă proprie şi sub marca distribuitorului) din producţia industriei din Uniune către clienţi neafiliaţi de pe piaţa Uniunii a cunoscut, în ansamblu, o evoluţie similară, deşi mai puţin pronunţată. El a scăzut cu 5 % în 2009, înainte de a creşte cu 12 puncte procentuale în 2010 şi cu încă 14 puncte procentuale în 2011. Din 2011 până la PAR, aceste vânzări au scăzut din nou cu 2 puncte procentuale. În ansamblu, între 2008 şi PAR, aceste vânzări au crescut cu circa 19 %.

(d) Cota de piaţă

(93) Cota de piaţă deţinută de industria din Uniune a fost de 83 % în 2008 şi 2009. Ea a crescut la 88 % în 2010 şi la 91 % în 2011, înainte de a scădea uşor la 90 % în cursul PAR. În total, cota de piaţă deţinută de industria din Uniune în cursul perioadei luate în considerare a crescut cu 7 puncte procentuale.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Cota de piaţă a industriei din Uniune (marcă proprie şi marca distribuitorului) (%)	83	83	88	91	90
Indice (2008 = 100)	*100*	*100*	*106*	*110*	*109*

Sursa: ancheta

(e) Creşterea

(94) Între 2008 şi PAR, în timp ce consumul din Uniune creştea cu 9 %, volumul vânzărilor producţiei industriei din Uniune sub marca distribuitorului pe piaţa din Uniune a crescut cu 31 %, în timp ce volumul vânzărilor industriei din Uniune atât sub marcă proprie cât şi sub marca distribuitorului pe piaţa din Uniune a crescut cu 19 %. Între 2008 şi PAR, industria din Uniune a câştigat aproximativ 7 puncte procentuale de cotă de piaţă, în timp ce importurile care fac obiectul unui dumping au pierdut în jur de 6 puncte procentuale de cotă de piaţă. Se concluzionează, aşadar, că industria din Uniune a fost în măsură să beneficieze de o piaţă în creştere.

(f) Ocuparea forţei de muncă

(95) Nivelul ocupării forţei de muncă în industria din Uniune a scăzut iniţial cu 17 % între 2008 şi 2009, apoi a scăzut cu 5 puncte procentuale în 2010 şi a crescut cu 11 puncte procentuale în 2011/PAR. În ansamblu, ocuparea forţei de muncă în industria din Uniune a scăzut cu 11 % în cursul perioadei examinate, şi anume, de la circa 2 300 de persoane la circa 2 000 de persoane.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Ocuparea forţei de muncă (persoane)	2 278	1 896	1 786	2 038	2 035
Indice (2008 = 100)	*100*	*83*	*78*	*89*	*89*

Sursa: ancheta

▼B

(g) Productivitatea

(96) Productivitatea forței de muncă în industria din Uniune, măsurată în producție anuală (tone) per angajat, pornind de la un nivel de 163 de tone per angajat, a cunoscut mai întâi o scădere de 10 % în 2009, urmată de o scădere de 10 puncte procentuale în 2010, apoi a crescut cu 23 de puncte procentuale în 2011 și cu 1 punct procentual în PAR. În total, productivitatea industriei din Uniune a crescut cu 4 % în cursul perioadei examinate. Această evoluție reflectă faptul că reducerea forței de muncă a fost mai accentuată decât cea a producției.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Productivitate (tone per angajat)	163	147	130	169	169
Indice (2008 = 100)	*100*	*90*	*80*	*103*	*104*

Sursa: ancheta

(h) Factorii care influențează prețurile de vânzare

(97) Prețurile de vânzare unitare ale industriei din Uniune pentru produsele vândute sub marca distribuitorului către clienți neafiliați au crescut cu 7 % în 2009 și au scăzut cu 8 puncte procentuale în 2010 și cu încă 5 puncte procentuale în 2011. Din 2011 până la PAR, ele au crescut cu 3 puncte procentuale. În total, aceste prețuri au scăzut cu 3 % în cursul perioadei examinate, de la un nivel de 1 073 EUR/tonă la 1 041 EUR/tonă în PAR.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Prețul unitar de pe piața Uniunii (marca distribuitorului) (în euro/tonă)	1 073	1 152	1 057	1 008	1 041
Indice (2008 = 100)	*100*	*107*	*99*	*94*	*97*
Prețul unitar de pe piața Uniunii (marca proprie și marca distribuitorului) (în euro/tonă)	1 248	1 305	1 219	1 182	1 215
Indice (2008 = 100)	*100*	*105*	*98*	*95*	*97*

Sursa: ancheta

(98) Prețurile de vânzare totale (sub marcă proprie și sub marca distribuitorului) ale industriei din Uniune către clienți neafiliați de pe piața din Uniune au cunoscut o evoluție mai mult sau mai puțin similară. Ele au crescut cu 5 % în 2009 și au scăzut cu 7 puncte procentuale în 2010 și cu încă 3 puncte procentuale în 2011. Din 2011 până la PAR, ele au crescut cu 2 puncte procentuale. În total, aceste prețuri au scăzut cu 3 % în cursul perioadei examinate, de la un nivel de 1 248 EUR/tonă la 1 215 EUR/tonă în PAR.

(i) Amploarea marjei de dumping

(99) Ancheta a stabilit o continuare a dumpingului, iar amploarea marjelor de dumping reale (și anume, până la 44 %) nu poate fi considerată ca fiind neglijabilă.

▼B

(j) Redresarea în urma practicilor de dumping anterioare

(100) Macroindicatorii examinați mai sus și microindicatorii examinați mai jos arată că, deși măsurile antidumping și-au atins parțial scopul vizat de a elimina prejudiciul suferit de producătorii din Uniune, industria se află încă într-o situație fragilă și vulnerabilă. Într-adevăr, performanța segmentului de vânzări sub marca distribuitorului, care se află în concurență directă cu cel al importurilor thailandeze, este nesatisfăcătoare în ceea ce privește rentabilitatea. Prețurile de vânzare ale industriei din Uniune în acest segment de piață au scăzut cu 3 % în cursul perioadei examinate, în timp ce costurile de producție au crescut cu aproximativ 10 % în aceeași perioadă. În mod clar, industria din Uniune nu a fost în măsură să-și recupereze costurile, ceea ce a dus la pierderi considerabile. Având în vedere importanța produselor vândute sub marca distribuitorului în sectorul de afaceri al porumbului dulce al industriei din Uniune (care reprezintă 70 % din volumul total de vânzări și 60 % din valoarea totală a vânzărilor sale), acest lucru a avut incidență asupra rentabilității generale. Prin urmare, nu s-a putut constata o redresare reală în urma practicilor anterioare de dumping și se consideră că industria din Uniune rămâne vulnerabilă la efectul prejudiciabil al oricăror importuri la prețuri de dumping pe piața Uniunii.

3.2. *Elemente microeconomice*

(a) Stocurile

(101) Nivelul stocurilor de sfârșit de exercițiu financiar ale industriei din Uniune a fost în scădere continuă în cursul perioadei examinate. El a scăzut cu 2 % în 2009, cu 27 de puncte procentuale în 2010, cu 2 puncte procentuale în 2011 și cu încă 24 de puncte procentuale în cursul PAR. Cu toate acestea, ar trebui remarcat faptul că nivelul stocurilor nu este un indicator relevant al prejudiciului pentru industria în cauză. Nivelul ridicat al stocurilor de la sfârșitul fiecărui an este legat de faptul că recolta și conservarea se termină, de regulă, în luna octombrie a fiecărui an. Prin urmare, stocurile constau din mărfuri care așteaptă să fie expediate în perioada noiembrie-iulie.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Stocuri de sfârșit de exercițiu financiar (tone)	193 834	189 741	136 703	133 884	88 108
Indice (2008 = 100)	*100*	*98*	*71*	*69*	*45*

Sursa: ancheta

(b) Salariile

(102) Între 2008 și PAR, costurile forței de muncă au scăzut cu 7 %. Mai precis, ele au scăzut cu 16 % în 2009, cu încă 1 punct procentual în 2010 și au crescut cu 10 puncte procentuale în 2011/PAR. Diminuarea generală în cursul perioadei examinate este consecința scăderii ocupării forței de muncă.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Costul anual al forței de muncă (EUR)	34 343 788	28 850 250	28 370 188	31 952 596	31 923 505

▼B

	2008	2009	2010	2011	PAR
Indice (2008 = 100)	*100*	*84*	*83*	*93*	*93*

Sursa: ancheta

(c) Rentabilitatea și randamentul investițiilor

(103) În cursul perioadei examinate, rentabilitatea vânzărilor industriei din Uniune de produse destinate comercializării sub marca distribuitorului, exprimată ca procentaj din vânzările nete, a scăzut de la un profit de 5,6 % în 2008 la o pierdere de 5,4 % în cursul PAR.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Rentabilitatea la nivelul Uniunii (marca distribuitorului) (în % din vânzările nete)	5,6	9,6	–3,3	–8,2	–5,4
Indice (2008 = 100)	*100*	*169*	*–59*	*–145*	*–95*
Rentabilitatea la nivelul Uniunii (marcă proprie și marca distribuitorului) (în % din vânzările nete)	8,5	10,8	0,7	–0,5	1,6
Indice (2008 = 100)	*100*	*127*	*8*	*–6*	*19*
Randamentul investițiilor (marcă proprie și marca distribuitorului) (profit în procente din valoarea contabilă netă a investițiilor)	24,3	40,4	2,9	–3,0	4,4
Indice (2008 = 100)	*100*	*166*	*12*	*–13*	*18*

Sursa: ancheta

(104) Rentabilitatea produselor industriei din Uniune vândute sub marcă proprie și sub marca distribuitorului a scăzut, de asemenea, de la 8,5 % în 2008 la 1,6 % în cursul PAR. Prin urmare, scăderea este mai puțin accentuată decât în cazul vânzărilor numai sub marca distribuitorului. Scăderea rentabilității se explică prin faptul că prețurile de vânzare în cursul perioadei examinate au scăzut cu 3 %, în timp ce costurile de producție (în principal cele ale porumbului dulce neprelucrat și ale cutiilor de conserve) au crescut cu 5 % pe parcursul aceleiași perioade. În mod clar, industria din Uniune nu a fost în măsură să repercuteze creșterea costurilor de producție asupra clienților săi.

(105) Randamentul investițiilor („RI”), corespunzător profitului (vânzărilor atât sub marcă proprie, cât și sub marca distribuitorului) exprimat în procente din valoarea contabilă netă a investițiilor, a urmat, în mare, tendința rentabilității. El a scăzut de la un nivel de aproximativ 24,3 % în 2008 la 4,4 % în cursul PAR, adică o scădere de 82 % de-a lungul perioadei examinate.

▼B

(d) Fluxul de numerar și capacitatea de a mobiliza capital

(106) Fluxul de numerar net rezultat din activitățile de exploatare a reprezentat circa 27 000 EUR în 2008. El a crescut până la aproximativ 23 de milioane EUR în 2009 și la aproximativ 58 de milioane EUR în 2010 înainte de a scădea din nou la circa 8 milioane EUR în 2011. Din 2011 până la PAR, el a crescut cu aproximativ 11 milioane EUR. Niciunul dintre producătorii comunitari care au participat la anchetă nu a indicat că ar fi întâmpinat dificultăți de mobilizare a capitalului.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Fluxul de numerar (marcă proprie și marca distribuitorului) (EUR)	26 698	23 239 572	58 654 064	7 845 330	11 077 815
Indice (2008 = 100)	*100*	*87 047*	*219 698*	*29 386*	*41 494*

Sursa: ancheta

(e) Investițiile

(107) Investițiile anuale ale industriei din Uniune în producția produsului similar au crescut cu 45 % din 2008 până în 2009, au scăzut cu 34 de puncte procentuale între 2009 și 2010, au crescut cu 57 de puncte procentuale în 2011 și, în cele din urmă, au scăzut cu 4 puncte procentuale între 2011 și PAR. În ansamblu, pe parcursul perioadei examinate, investițiile au crescut cu 64 %, ele fiind destinate întreținerii și reînnoirii echipamentelor existente și nu sporirii capacității.

	2008	2009	2010	2011	PAR
Investiții nete (EUR)	6 590 078	9 545 749	7 329 354	11 093 136	10 802 751
Indice (2008 = 100)	*100*	*145*	*111*	*168*	*164*

Sursa: ancheta

4. **Concluzie privind prejudiciul**

(108) O serie de indicatori au cunoscut o evoluție negativă între 2008 și PAR. Randamentul investițiilor a scăzut, volumul producției a scăzut cu 8 %, capacitatea de producție a scăzut cu 9 %, iar ocuparea forței de muncă a scăzut cu 11 %. În ceea ce privește scăderea nivelurilor de producție, se observă că randamentul culturilor în 2008 a fost mai bun decât se preconiza și a condus la o creștere a producției industriei din Uniune în același an. În timpul aceleiași perioade, importurile din Thailanda (care sunt în principal facturate în USD) au devenit mai atractive, datorită unui USD mai slab. Această sporire a ofertei de porumb dulce (atât european, cât și de origine thailandeză) a coincis cu criza economică și financiară în Uniune, care a avut un impact asupra consumului. În consecință, producția sporită a Uniunii nu a putut fi vândută în totalitate pe piața Uniunii. Aceasta a dus la o reducere a nivelului producției și o lichidare a stocurilor în următorii ani, dar nu poate explica pe deplin prejudiciul suferit.

▼B

(109) Rentabilitatea vânzărilor de porumb dulce realizate de către industria din Uniune (sub marcă proprie și sub marca distribuitorului) a scăzut în mod semnificativ în cursul perioadei examinate. Segmentul vânzării sub marca distribuitorului, în care Uniunea trebuie să facă față concurenței importurilor din Thailanda, este în mod clar deficitar (rentabilitatea a scăzut de la un profit de peste 5 % în 2008 la o pierdere de peste 5 % în cursul PAR). Producătorii din Uniune și-au redus prețurile de vânzare pe piața Uniunii cu 3 % și au reușit să recupereze cote de piață în detrimentul rentabilității lor. Industria are nevoie de vânzări sub marca distribuitorului, întrucât cererea de produse vândute sub marcă proprie nu este suficientă și, dat fiind că vânzările sub marca distribuitorului reprezintă aproximativ 60 % din valoarea totală a vânzărilor, profitabilitatea globală a scăzut de la 8,5 % la 1,6 % în cursul perioadei examinate.

(110) Unii indicatori sugerează că, datorită măsurilor în vigoare, industria și-a recâștigat poziția. Volumul importurilor din Thailanda și cota lor de piață corespunzătoare s-au redus aproape la jumătate, de la 12 % în 2008 la doar 6 % în cursul PAR. Cota de piață a industriei din Uniune a crescut de la 83 % în 2008 la 90 % în PAR. În plus, în cursul PAR, prețurile medii ale importurilor din Thailanda nu au fost mai mici decât cele ale industriei din Uniune, dar în același timp acestea au împiedicat industria din Uniune să repercuteze creșterea costurilor asupra clienților. Alți indicatori au înregistrat, de asemenea, o evoluție pozitivă. Utilizarea capacităților a crescut cu 2 % în cursul perioadei examinate și se situa la un nivel destul de ridicat de 77 % în cursul PAR. Volumul vânzărilor sub marca distribuitorului al industriei din Uniune, care se află în concurență directă cu importurile thailandeze, a crescut cu 31 %, iar vânzările totale combinate pentru ambele segmente au crescut cu 19 %. Investițiile au crescut cu 64 %. Acești factori sugerează faptul că industria a fost în măsură să se redreseze. Cu toate acestea, pentru a menține o cotă de piață semnificativă pe o piață în care numai industria UE și importurile thailandeze sunt în concurență (importurile din alte țări terțe sunt dispersate și nesemnificative), aceasta nu a fost în măsură să atingă niveluri de rentabilitate satisfăcătoare.

(111) Situația concurenței pe piața Uniunii este, cu adevărat, delicată. Pe de o parte, pentru o parte din piață – segmentul vânzărilor sub marcă proprie – industria din Uniune nu se confruntă cu concurența externă. Puterea de negociere a deținătorilor de mărci cu distribuitorii este considerabilă. Într-adevăr, aceștia sunt cei care fixează prețurile. Piața este, de asemenea, consolidată, iar cei patru producători din eșantion dețin 54 % din cota de piață. Pe de altă parte, distribuitorii dețin avantajul în segmentul mărcilor private. Din cauza concurenței externe și a concurenței din interiorul Uniunii, prețurile sunt în mod constant sub presiune. Ca urmare, este mai dificil pentru producătorii din Uniune să repercuteze creșterile costurilor de producție (în principal cele pentru porumbul dulce sau cutiile de conserve) asupra clienților (costurile de producție ale industriei din Uniune au crescut cu 5 % în perioada examinată), datorită presiunii exercitate de importurile thailandeze asupra prețurilor.

▼B

(112) În mod clar, industria din Uniune a fost în măsură să își sporească cota de piață prin favorizarea volumelor în detrimentul prețurilor. Pe de altă parte, nu poate fi ignorat faptul că pentru majoritatea activităților sale în sectorul porumbului dulce (marca distribuitorului) aceasta nu a fost în măsură să își recupereze costurile. Prin urmare, se poate concluziona că situația industriei din Uniune este încă vulnerabilă și fragilă.

(113) Mai multe părți au susținut că industria din Uniune și-a revenit, având în vedere faptul că o serie de indicatori s-au îmbunătățit și, în special, având în vedere cota ridicată de piață a industriei din Uniune și subcotarea negativă.

(114) Este recunoscut faptul că situația prejudiciului industriei din Uniune este mixtă. Măsurile antidumping și-au realizat, parțial, obiectivul prin eliminarea unei părți a prejudiciului suferit de către industria din Uniune, ca urmare a importurilor care fac obiectul unui dumping originare din Thailanda. Cu toate acestea, în ansamblu, în special ținând seama de rentabilitatea redusă și în scădere, situația industriei din Uniune este încă fragilă.

(115) Subcotarea negativă și o cotă de piață semnificativă a industriei din Uniune nu indică în mod automat absența prejudiciului. Situația continuării importurilor care fac obiectul unui dumping provenite din Thailanda (cu marje de dumping de până la 44 %) a dus la blocarea prețurilor pe piața Uniunii. Industria din Uniune, în încercarea de a recâștiga cota de piață pierdută, a menținut prețurile la un nivel scăzut, ceea ce a dus la o scădere a rentabilității.

(116) O parte interesată a afirmat că evaluarea prejudiciului ar trebui să se bazeze pe performanța globală a industriei Uniunii și nu pe performanța unui segment de piață.

(117) În conformitate cu ancheta inițială, evaluarea prejudiciului s-a bazat pe performanța globală a industriei Uniunii (marca proprie + marca distribuitorului), precum și, pentru o serie de indicatori ai prejudiciului (rentabilitate, volumul vânzărilor și prețurile vânzărilor), pe marca distribuitorului. Nu există circumstanțe modificate care să justifice o abatere de la această metodă, care rămâne valabilă pentru evaluarea situației industriei din Uniune. În conformitate cu cele menționate în considerentele 84 și 85, piața porumbului dulce încă mai este caracterizată prin două canale de vânzare și toate importurile care provin de la exportatorii thailandezi cooperanți utilizau canalul destinat mărcii distribuitorului. În plus, chiar dacă ar fi luată în considerare doar performanța globală a industriei Uniunii, având în vedere rentabilitatea redusă și în scădere, aceasta nu ar modifica concluzia că industria Uniunii se află într-o situație fragilă. Pe baza considerațiilor de mai sus, argumentul este respins.

(118) Două părți interesate au afirmat că incapacitatea industriei din Uniune ar putea rezulta din concurența în cadrul Uniunii.

▼B

(119) Cu toate acestea, situația de pe piața Uniunii în materie de concurență nu este fundamental diferită de situația din perioada examinată în ancheta inițială (două canale de vânzări, aproximativ 20 de producători din Uniune). Cu toate acestea, în 2002, înainte ca exporturile thailandeze să înceapă să intre pe piața Uniunii la prețuri de dumping, industria din Uniune a atins un nivel al profitului de peste 20 % în ansamblu (marca proprie + marca distribuitorului) și 17 % pentru marca distribuitorului. Acest lucru demonstrează că, în Uniune, concurența nu împiedică industria din Uniune să atingă marje de profit confortabile. Mai degrabă prezența continuă a importurilor care fac obiectul unui dumping și blocarea prețurilor care decurge din aceasta sunt factorii care împiedică industria din Uniune să își crească prețurile.

F. **PROBABILITATEA REAPARIȚIEI PREJUDICIULUI**

(120) Pe baza tendințelor descrise mai sus, se pare că măsurile antidumping și-au atins parțial scopul prevăzut de a elimina prejudiciul suferit de către producătorii din Uniune. Pe de altă parte, după cum reiese din evoluția negativă a unei serii de indicatori de prejudiciu, industria se află încă într-o situație fragilă și vulnerabilă.

(121) Astfel cum s-a menționat anterior, exportatorii thailandezi dispun de capacități neutilizate suficiente pentru a-și spori foarte rapid exporturile. În plus, statisticile comerciale thailandeze confirmă faptul că Thailanda a exportat aproximativ 140 000 de tone în țările terțe în 2011, ceea ce reprezintă aproximativ de 7 ori mai mult decât volumul exporturilor thailandeze către Uniune. Date fiind prețurile mai lucrative de pe piața Uniunii în raport cu anumite piețe din țări terțe, este probabil ca importante cantități exportate în prezent în aceste țări să fie redirecționate către piața Uniunii în cazul în care s-ar permite expirarea măsurilor antidumping. O astfel de evoluție bruscă a fost deja observată în ancheta inițială, atunci când cota de piață a importurilor în Uniune provenite din Thailanda aproape s-a dublat în numai trei ani, și anume, de la 6,8 % în 2002 la 12,7 % în 2005.

(122) Prin urmare, pe baza celor de mai sus, se poate concluziona că există o probabilitate de reapariție a prejudiciului în cazul abrogării măsurilor.

(123) Mai multe părți interesate au exprimat îndoieli cu privire la concluzia probabilității reapariției prejudiciului. În special, se susține că o diferență de preț de 5 % între piața Uniunii și piețele țărilor terțe este prea mică pentru a redirecționa exporturile de porumb dulce către piața Uniunii. Acest argument a fost deja abordat în considerentul 61. În plus, se afirmă că porumbul dulce nu este un produs care poate fi redirecționat cu ușurință între piețe. Totuși, acest argument nu a fost întemeiat și nu corespunde constatărilor acestei anchete.

▼B

(124) Deşi probabilitatea reapariţiei prejudiciului este o evaluare prospectivă, ea se bazează pe datele menţionate în considerentul 121. Afirmaţia a fost, prin urmare, respinsă.

G. INTERESUL UNIUNII

(125) În conformitate cu articolul 21 din regulamentul de bază, s-a analizat dacă menţinerea măsurilor antidumping existente ar fi împotriva interesului Uniunii în ansamblu. Stabilirea interesului Uniunii s-a bazat pe evaluarea tuturor intereselor implicate. Toate părţile interesate au avut posibilitatea de a-şi exprima punctul de vedere în temeiul articolului 21 alineatul (2) din regulamentul de bază.

1. **Interesul industriei din Uniune**

(126) Astfel cum s-a menţionat mai sus, industria din Uniune se află în continuare într-o situaţie oarecum fragilă şi vulnerabilă. Aceasta ar utiliza răgazul obţinut prin prelungirea măsurilor pentru a creşte nivelul preţurilor sale de vânzare (în special pentru produsele sub marca distribuitorului) în scopul de a-şi recupera costurile de producţie sporite. Aceasta ar permite industriei să îşi îmbunătăţească situaţia financiară.

2. **Interesul distribuitorilor şi al consumatorilor**

(127) A fost solicitată cooperarea a peste 40 de importatori/distribuitori şi a două organizaţii reprezentând consumatorii şi comercianţii. Un singur distribuitor a cooperat. Importurile sale au reprezentat o mică parte din totalul importurilor din Thailanda pe durata PAR. Partea din cifra sa de afaceri legată de porumbul dulce a fost neglijabilă în comparaţie cu totalul cifrei sale de afaceri. În plus, revânzările de porumb dulce au generat profituri foarte mari în cursul PAR. Aceşti factori sugerează faptul că distribuitorii nu ar fi afectaţi în mod disproporţionat, chiar în cazul în care măsurile ar urma să fie extinse.

(128) În acelaşi timp, o serie de asociaţii comerciale au formulat observaţii şi au participat la o audiere. Acestea susţin că măsurile antidumping ar trebui să înceteze din cauza cotei de piaţă reduse şi în scădere a importurilor din Thailanda, care coincide cu cota de piaţă puternică şi în creştere a industriei din Uniune.

(129) În ceea ce priveşte consumatorii, cheltuielile medii pe gospodărie pentru porumb dulce sunt foarte limitate, până la 5 EUR pe an. Ţinând cont de nivelul moderat al măsurilor actuale, efectele menţinerii măsurilor ar fi probabil neglijabile pentru consumatori.

(130) Prin urmare, având în vedere cele menţionate anterior şi gradul scăzut de cooperare în general, se consideră că situaţia distribuitorilor şi a consumatorilor din Uniune nu riscă să fie afectată considerabil de măsurile propuse.

▼B

3. **Riscul penuriei de aprovizionare/concurenței pe piața Uniunii**

(131) În primul rând, ar trebui amintit faptul că măsurile antidumping nu urmăresc interzicerea accesului în Uniune al importurilor vizate de aceste măsuri, ci eliminarea impactului unor condiții de piață denaturate, ca urmare a prezenței în continuare a importurilor care fac obiectul unui dumping.

(132) Consumul în Uniune a crescut cu 9 % în cursul PAR, ajungând la aproximativ 350 000 de tone. Capacitatea industriei din Uniune a depășit constant cererea din Uniune în decursul perioadei examinate, atingând un nivel de aproximativ 440 000 de tone în cursul PAR. Există suficientă concurență între producătorii din Uniune. Funcționând la o rată de utilizare a capacității de 77 % în cursul PAR, se pare că industria din Uniune dispune de o capacitate de producție neutilizată suficientă pentru a-și spori, în continuare, producția, în cazul unei creșteri a cererii. Importurile din alte țări terțe, în special Statele Unite ale Americii și Republica Populară Chineză pot, de asemenea, să satisfacă o parte a cererii. Astfel cum s-a menționat anterior, ar trebui să se scoată în evidență faptul că obiectivul măsurilor antidumping nu este de a împiedica importurile din Thailanda în Uniune. Luând în considerare nivelul scăzut al măsurilor, se preconizează că importurile thailandeze vor continua să reprezinte o anumită cotă pe piața Uniunii.

(133) Având în vedere considerentele de mai sus, nu se poate concluziona că menținerea măsurilor antidumping ar conduce, probabil, la un deficit de aprovizionare a pieței Uniunii sau la o restrângere a concurenței pe piața Uniunii.

4. **Concluzie privind interesul Uniunii**

(134) Pe baza celor de mai sus, se pare că efectele negative ale continuării măsurilor ar fi limitate și, în orice caz, nu ar fi disproporționate față de avantajele reprezentate de prelungirea aplicării măsurilor pentru industria din Uniune.

H. **MĂSURILE ANTIDUMPING**

(135) Toate părțile au fost informate cu privire la faptele și la considerentele esențiale pe baza cărora se intenționează să se recomande menținerea măsurilor în vigoare. De asemenea, s-a acordat părților un termen pentru a-și prezenta observațiile în urma respectivei notificări. Declarațiile și observațiile au fost luate în considerare în mod corespunzător atunci când erau întemeiate.

(136) Ca urmare a celor de mai sus, în conformitate cu articolul 11 alineatul (2) din regulamentul de bază, măsurile antidumping aplicabile importurilor de porumb dulce boabe preparat sau conservat originar din Thailanda ar trebui menținute. Se reamintește faptul că aceste măsuri constau într-o taxă *ad valorem* la diferite niveluri.

▼B

(137) Nivelurile taxelor antidumping atribuite fiecărei societăți menționate în prezentul regulament se aplică numai importurilor de produs în cauză fabricat de aceste societăți și, prin urmare, de entitățile juridice specifice menționate. Importurile produsului în cauză fabricat de orice altă societate a cărei denumire și adresă nu sunt menționate în mod specific în expunerea de motive a prezentului regulament, inclusiv de către entitățile afiliate societăților specific menționate, nu pot beneficia de aceste niveluri și li se aplică nivelul taxei aplicabil „tuturor celorlalte societăți”.

(138) Orice cerere de aplicare a acestor rate individuale ale taxei antidumping (de exemplu, în urma unei schimbări de denumire a entității sau în urma creării de noi entități de producție sau de vânzare) trebuie adresată de îndată Comisiei ([1]) și trebuie să conțină toate informațiile utile privind, în special, orice modificare a activităților societății legate de producție, de vânzări interne și de vânzări la export care rezultă, de exemplu, în urma acestei schimbări de denumire a entității sau în urma creării acestor noi entități de producție sau de vânzare. După caz, regulamentul va fi modificat în consecință printr-o actualizare a listei societăților care beneficiază de niveluri individuale ale taxei,

ADOPTĂ PREZENTUL REGULAMENT:

Articolul 1

(1) Se instituie o taxă antidumping definitivă la importurile de porumb dulce boabe (*Zea mays* var. *saccharata*), pregătit sau conservat în oțet sau acid acetic, necongelat, intrând în prezent sub incidența codului NC ex 2001 90 30 (codul TARIC 2001 90 30 10) și porumb dulce boabe (*Zea mays* var. *saccharata*), preparat sau conservat în alt mod decât în oțet sau acid acetic, necongelat, altul decât produsele de la poziția 2006, intrând în prezent sub incidența codului NC ex 2005 80 00 (codul TARIC 2005 80 00 10), originar din Thailanda.

(2) Se stabilește după cum urmează nivelul taxei antidumping definitive aplicabile prețului net franco la frontiera Uniunii, înainte de vămuire, pentru produsele descrise la alineatul (1) și fabricate de următoarele societăți:

Societatea	Taxa antidumping (%)	Codul adițional TARIC
▼M1		
River Kwai International Food Industry Co., Ltd, 99 Moo 1 Thanamtuen Khaupoon Road Kaengsian, Muang, Kanchanaburi 71000 Thailanda	3,6	A791

▼B

(3) În lipsa unor dispoziții contrare, se aplică dispozițiile în vigoare în materie de taxe vamale.

([1]) Comisia Europeană, Direcția Generală Comerț, Direcția H, B-1049 Bruxelles, Belgia.

▼B

Articolul 2

Articolul 1 alineatul (2) poate fi modificat prin adăugarea noului producător-exportator pe lista societăților cooperante neincluse în eșantion și, prin urmare, supuse taxei medii ponderate de 12,9 %, în cazul în care orice nou producător-exportator din Thailanda prezintă Comisiei dovezi suficiente care să demonstreze faptul că:

(a) nu a exportat în Uniune produsul descris la articolul 1 alineatul (1) în cursul perioadei anchetei de reexaminare (1 aprilie 2011-30 martie 2012);

(b) nu este afiliat niciunui exportator sau producător din Thailanda care face obiectul măsurilor instituite prin prezentul regulament; precum și

(c) a exportat efectiv în Uniune produsul în cauză după perioada anchetei de reexaminare sau și-a asumat obligația contractuală irevocabilă de a exporta o cantitate importantă în Uniune.

Articolul 3

Prezentul regulament intră în vigoare în ziua următoare datei publicării în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.

Prezentul regulament este obligatoriu în toate elementele sale și se aplică direct în toate statele membre.

▼B

ANEXĂ

Lista producătorilor cooperanți menționați la articolul 1 alineatul (2) în temeiul codului adițional TARIC A793

Denumirea	Adresa
Agro-On (Thailand) Co., Ltd.	50/499-500 Moo 6, Baan Mai, Pakkret, Monthaburi 11120, Thailanda
B.N.H. Canning Co., Ltd.	425/6-7 Sathorn Place Bldg., Klongtonsai, Klongsan Bangkok 10600, Thailanda
Boonsith Enterprise Co., Ltd.	7/4 M.2, Soi Chomthong 13, Chomthong Rd., Chomthong, Bangkok 10150, Thailanda
Erawan Food Public Company Limited	Panjathani Tower 16th floor, 127/21 Nonsee Rd., Chongnonsee, Yannawa, Bangkok 10120, Thailanda
Great Oriental Food Products Co., Ltd.	888/127 Panuch Village, Soi Thanaphol 2, Samsen-Nok, Huaykwang, Bangkok 10310, Thailanda
Lampang Food Products Co., Ltd.	22K Building, Soi Sukhumvit 35, Klongton Nua, Wattana, Bangkok 10110, Thailand
O.V. International Import-Export Co., Ltd.	121/320 Soi Ekachai 66/6, Bangborn, Bangkok 10500, Thailanda
Pan Inter Foods Co., Ltd.	400 Sunphavuth Rd, Bangna, Bangkok 10260, Thailanda
Siam Food Products Public Co., Ltd.	3195/14 Rama IV Road, Vibulthani Tower 1, 9th Fl., Klong Toey, Bangkok, 10110 Thailanda
Viriyah Food Processing Co., Ltd.	100/48 Vongvanij B Bldg, 18th Fl, Praram 9 Rd., Huay Kwang, Bangkok 10310 Thailanda
Vita Food Factory (1989) Ltd.	89 Arunammarin Rd., Banyikhan, Bangplad, Bangkok 10700, Thailanda