KOMISIJAS REGULA (ES) 2018/683

(2018. gada 4. maijs),

ar ko nosaka pagaidu antidempinga maksājumu konkrētu Ķīnas Tautas Republikas izcelsmes autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētu jaunu vai atjaunotu gumijas pneimatisko riepu, kuru slodzes indekss pārsniedz 121, importam un ar ko groza Īstenošanas regulu (ES) 2018/163

EIROPAS KOMISIJA,

ņemot vērā Līgumu par Eiropas Savienības darbību,

ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes 2016. gada 8. jūnija Regulu (ES) 2016/1036 par aizsardzību pret importu par dempinga cenām no valstīm, kas nav Eiropas Savienības dalībvalstis ([1]), un jo īpaši tās 7. panta 4. punktu,

pēc apspriešanās ar dalībvalstīm,

tā kā:

1. PROCEDŪRA

1.1. Procedūras sākšana

(1) Koalīcija pret riepu netaisnīgu importu ("sūdzības iesniedzējs") 2017. gada 30. jūnijā iesniedza sūdzību riepu ražotāju vārdā, kuru ražošanas apjoms pārsniedz 45 % no kopējā Savienībā saražoto autobusiem vai kravas automobiļiem paredzēto jauno vai atjaunoto riepu apjoma. Sūdzībā bija sniegti pietiekami pierādījumi par dempingu un tā radīto kaitējumu.

(2) Pamatojoties uz Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) 2016/1036 ("pamatregula") 5. pantu, Eiropas Komisija ("Komisija") 2017. gada 11. augustā sāka antidempinga izmeklēšanu attiecībā uz konkrētu Ķīnas Tautas Republikas ("attiecīgā valsts" vai "ĶTR") izcelsmes autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētu jaunu vai atjaunotu gumijas pneimatisko riepu, kuru slodzes indekss pārsniedz 121 ("jaunas un atjaunotas riepas" jeb "attiecīgais izstrādājums"), importu Savienībā. Komisija *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī* publicēja paziņojumu par procedūras sākšanu ([2]) ("paziņojums par procedūras sākšanu").

(3) Komisija 21. oktobrī publicēja labojumu paziņojumā par procedūras sākšanu, precizējot attiecīgā izstrādājuma definīcijas tvērumu ([3]).

(4) Komisija 2017. gada 14. oktobrī ierosināja antisubsidēšanas izmeklēšanu saistībā ar autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētu ĶTR izcelsmes jaunu vai atjaunotu riepu importu Savienībā un sāka atsevišķu izmeklēšanu. Komisija *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī* publicēja paziņojumu par procedūras sākšanu ([4]).

1.2. Importa reģistrēšana

(5) Sūdzības iesniedzējs 2016. gada 30. augustā iesniedza pieprasījumu reģistrēt ĶTR izcelsmes attiecīgā izstrādājuma importu saskaņā ar pamatregulas 14. panta 5. punktu.

(6) Ķīnas Kaučuka rūpniecības asociācija (*CRIA*) un Ķīnas Metālizstrādājumu, derīgo izrakteņu un ķimikāliju importētāju un eksportētāju tirdzniecības kamera (*CCCMC*) 2017. gada 4. oktobrī iesniedza piezīmes par

([1]) OV L 176, 30.6.2016., 21. lpp.
([2]) Paziņojums par antidempinga procedūras sākšanu attiecībā uz Ķīnas Tautas Republikas izcelsmes jaunu un atjaunotu riepu autobusiem vai kravas automobiļiem importu (OV C 264, 11.8.2017., 14. lpp.).
([3]) OV C 356, 21.10.2017., 24. lpp.
([4]) Paziņojums par antisubsidēšanas procedūras sākšanu attiecībā uz Ķīnas Tautas Republikas izcelsmes jaunu un atjaunotu autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētu riepu importu (OV C 346, 14.10.2017., 9. lpp.).

reģistrācijas pieprasījumu. Šīs organizācijas apgalvoja, ka pieprasījums neatbilst piemērojamajam pierādījumu līmenim, jo nav sniegti pierādījumi par dempingu ilgākā laika posmā, ievērojamu importa apjoma pieaugumu, kā arī pierādījumi tam, ka imports varētu nopietni kaitēt antidempinga maksājuma korektīvajai ietekmei. Komisija 2017. gada 19. oktobrī pēc *CRIA* pieprasījuma organizēja uzklausīšanu, kuras laikā tā atkārtoja iepriekš sniegtos apsvērumus.

(7) Komisija 2018. gada 2. februārī publicēja Īstenošanas regulu (ES) 2018/163 ("reģistrācijas regula") ([1]), attiecinot reģistrāciju uz ĶTR izcelsmes attiecīgā izstrādājuma importu, sākot no 2018. gada 3. februāra. Minētajā īstenošanas regulā Komisija izvērtēja ieinteresēto personu sniegtās piezīmes.

(8) Pēc reģistrācijas stāšanās spēkā *Hankook Group* ([2]) apgalvoja, ka ir pārkāptas tā tiesības uz aizstāvību, jo pirms reģistrācijas regulas stāšanās spēkā tam nebija sniegta nekāda informācija par Komisijas nodomu attiecināt reģistrāciju uz attiecīgā izstrādājuma importu. Šā iemesla dēļ *Hankook Group* apgalvoja, ka ir pārkāpts Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 41. pants.

(9) Komisija atzīmēja, ka saskaņā ar pamatregulas 20. panta 2. punktu pirms galīgo pasākumu noteikšanas ir obligāti jāatklāj informācija. Tas neattiecas uz pamatregulas 14. panta 5. punktā minēto lēmumu par reģistrāciju. Šajā pantā ir tikai paredzēta prasība savlaicīgi informēt dalībvalstis. Turklāt Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 41. panta 2. punkta a) apakšpunktā noteiktās personas tiesības tikt uzklausītai attiecas tikai uz nelabvēlīgiem individuāliem pasākumiem. Šajā gadījumā Komisija deva rīkojumu Savienības muitas iestādēm reģistrēt importu. Reģistrācijas regula nav individuāls pasākums, kas nelabvēlīgi ietekmē *Hankook Group*. Tā netika adresēta *Hankook Group*, un tā šai grupai neradīja individuālas nelabvēlīgas sekas. Tādējādi netika pārkāptas ne *Hankook Group* tiesības uz aizstāvību, ne Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 41. pants.

1.3. **Izmeklēšanas periods un attiecīgais periods**

(10) Dempinga un kaitējuma izmeklēšana aptvēra laikposmu no 2016. gada 1. jūlija līdz 2017. gada 30. jūnijam ("izmeklēšanas periods"). Kaitējuma novērtēšanai būtisko tendenču pārbaude aptvēra laikposmu no 2014. gada 1. janvāra līdz izmeklēšanas perioda beigām ("attiecīgais periods").

1.4. **Ieinteresētās personas**

(11) Paziņojumā par procedūras sākšanu Komisija aicināja pieteikties ieinteresētās personas, kuras vēlas piedalīties izmeklēšanā. Papildus tam Komisija īpaši informēja sūdzības iesniedzēju, citus zināmus Savienības ražotājus, zināmos ražotājus eksportētājus, Ķīnas Tautas Republikas iestādes, zināmus importētājus, piegādātājus un lietotājus, tirdzniecības uzņēmumus, kā arī asociācijas, kuras ir paudušas bažas par izmeklēšanas sākšanu, un aicināja visas šīs personas piedalīties.

(12) Ieinteresētajām personām bija iespēja izteikt piezīmes par izmeklēšanas sākšanu un pieprasīt uzklausīšanu Komisijā un/vai pie tirdzniecības procedūru uzklausīšanas amatpersonas.

(13) Divi Savienības ražotāji, kurus pārstāv sūdzības iesniedzējs, izmantoja šo iespēju, lai saskaņā ar pamatregulas 19. panta 1. punktu lūgtu Komisiju saglabāt viņu nosaukumu konfidencialitāti, baidoties no šīs izmeklēšanas skarto klientu vai konkurentu pretpasākumiem. Divi Savienības ražotāji, kuri sadarbojas, vēlāk pieprasīja tādu pašu statusu.

(14) Komisija izvērtēja katru konfidencialitātes pieprasījumu atsevišķi. Tā konstatēja pierādījumus, ka abos gadījumos patiešām pastāv liels pretpasākumu veikšanas risks, un piekrita, ka šo uzņēmumu nosaukumus nevajadzētu izpaust.

([1]) Komisijas 2018. gada 1. februāra Īstenošanas regula (ES) 2018/163, ar ko attiecina reģistrāciju uz jaunu un atjaunotu autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētu Ķīnas Tautas Republikas izcelsmes riepu importu (OV L 30, 2.2.2018., 12. lpp.).

([2]) *Hankook Group* veido šādi saistīti uzņēmumi: "Shanghai Hankook Tire Sales Co., Ltd.", "Chongqing Hankook Tire Co., Ltd.", "Jiangsu Hankook Tire Co., Ltd.".

(15) Divi ražotāji eksportētāji – *Giti Group* ([1]) un *Aeolus Group* ([2]) – uzstāja, ka šo abu sūdzības iesniedzēja pārstāvēto Savienības ražotāju anonimitāte varētu būtiski ietekmēt pušu tiesības uz aizstāvību, jo nav iespējams pārbaudīt, vai sūdzības iesniedzējs faktiski pārstāv 25 % Savienības kopējā ražošanas apjoma. Turklāt anonimitātes dēļ ieinteresētās personas nevar uzzināt, kurā līmenī ([3]) sūdzības iesniedzējs darbojas, un tādējādi tās nevar sniegt jēgpilnu komentāru par būtisko kaitējumu, kas tam varētu rasties uz Savienību no Ķīnas eksportētā attiecīgā izstrādājuma dēļ. Turklāt *Giti Group* apgalvoja, ka saskaņā ar sūdzības iesniedzēja pausto Savienības ražošanas apjoms 3. līmenī veidoja tikai 16 % no Savienības kopējā ražošanas apjoma. Pamatojoties uz to, *Giti Group* uzskatīja, ka procedūras sākšana rada pamatregulas 5. panta 4. punkta pārkāpumu. Visbeidzot, *Giti Group* un *Aeolus Group* apgalvoja, ka konfidencialitāte liedz iespēju ieinteresētajām personām uzzināt to, vai izlasē iekļautie Savienības ražotāji ir saistīti ar Ķīnas ražotājiem eksportētājiem.

(16) Pamatregulas 19. pantā ir noteikts, ka Komisija nedrīkst izpaust jebkādu konfidenciālu informāciju bez ziņu sniedzēja īpašas atļaujas. Komisija uzskatīja, ka sūdzības publiski pieejamā versija sniedza ieinteresētajām personām iespēju novērtēt izmeklēšanas ierosināšanas prasības. Turklāt sūdzības iesniedzēja reprezentativitāte ir jānovērtē, pamatojoties uz nozari, kurai nodarīts iespējams kaitējums, kopumā, nevis uz atsevišķiem tirgus līmeņiem. Visbeidzot, Komisiju nepārliecināja arguments, ka zināšanu trūkums par iespējamām saiknēm starp anonīmiem sūdzības iesniedzējiem un Ķīnas ražotājiem eksportētājiem apdraud ieinteresēto personu tiesības uz aizstāvību. Tāpēc iesniegtās prasības pret konfidencialitātes piešķiršanu tika noraidītas.

(17) Komisija par izmeklēšanas ierosināšanu informēja arī ražotājus Korejas Republikā ("Koreja"), Japānā, Indijas Republikā ("Indija"), Dienvidāfrikas Republikā ("Dienvidāfrika"), Turcijas Republikā ("Turcija"), Taizemes Karalistē ("Taizeme") un Brazīlijas Federatīvajā Republikā ("Brazīlija") un aicināja tos piedalīties. Komisija paziņojumā par procedūras sākšanu informēja ieinteresētās personas par to, ka tā paredz Amerikas Savienotās Valstis ("ASV") kā trešo tirgus ekonomikas valsti (analogo valsti) pamatregulas 2. panta 7. punkta a) apakšpunkta izpratnē. Ieinteresētajām personām bija iespēja izteikt piezīmes un iesniegt šajā sakarā informāciju (sk. 3.1.2. iedaļu turpinājumā).

1.5. **Atlase**

(18) Paziņojumā par procedūras sākšanu Komisija norādīja, ka saskaņā ar pamatregulas 17. pantu tā varētu veikt ieinteresēto personu atlasi.

a) *Savienības ražotāju atlase*

(19) Paziņojumā par procedūras sākšanu Komisija norādīja, ka tā ir provizoriski izveidojusi Savienības ražotāju izlasi. Komisija izveidoja izlasi, pamatojoties uz lielāko reprezentatīvo ražošanas un pārdošanas apjomu, vienlaikus nodrošinot atlasīto ražotāju ģeogrāfisku izkliedētību. Komisija aicināja ieinteresētās personas sniegt piezīmes par pagaidu izlasi.

(20) Šādas piezīmes iesniedza četras ieinteresētās personas (*Aeolus Group Giti Group, CRIA* un *CCCMC*). Tās norādīja, ka pagaidu izlase nesniedz pienācīgu priekšstatu par tirgus iedalījumu trīs līmeņos un ka izlasei pēc iespējas precīzāk būtu jāatspoguļo 1. līmeņa, 2. līmeņa un 3. līmeņa ražošanas un pārdošanas apjoma procentuālais īpatsvars Savienības kopējā ražošanas un pārdošanas apjomā.

(21) Pamatojoties uz šo piezīmi, Komisija 2017. gada 25. septembrī aicināja Savienības ražotājus sniegt papildu informāciju par līmeņiem, lai izveidotu pārskatītu Savienības ražotāju izlasi.

(22) Savienības ražotāji, kuri sadarbojās un atbildēja uz izlases anketas jautājumiem, ietver mazus un vidējus uzņēmumus ("MVU") ([4]) un pārstāv vairāk nekā 50 % no Savienības kopējā aplēstā ražošanas un pārdošanas apjoma,

([1]) *Giti Tire (Ķīna) Investment Co., Ltd* un tā meitasuzņēmumi: *Giti Tire (Anhui) Co., Ltd*; *Giti Tire (Fujian) Co., Ltd*, *Giti Tire (Hualin) Co., Ltd*, *Giti Tire (Yinchuan) Co., Ltd*.

([2]) *Aeolus Tyre Group Co., Ltd*, ieskaitot *Chonche Auto Double Happiness Tyre Corp., Ltd* un *Pirelli Tyre Co., Ltd*.

([3]) Komisijas apkopotā un saņemtā informācija liecina, ka autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētu riepu tirgu Savienībā veido trīs līmeņi. 1. līmeņa riepas ir jaunas galveno ražotāju vadošo zīmolu *premium* riepas. 2. līmeņa riepas ir lielākā daļa riepu, kas nav *premium*, un tās var būt gan jaunas, gan atjaunotas. To cenas un nobraukuma rādītāji svārstās no aptuveni 65 līdz 80 % no 1. līmeņa riepu cenas. 3. līmeņa riepas ir gan jaunas, gan atjaunotas riepas ar zemākiem nobraukuma rādītājiem un ļoti ierobežotu atjaunojamību.

([4]) Sk. Komisijas 2003. gada 6. maija Ieteikumu par mikrouzņēmumu, mazo un vidējo uzņēmumu definīciju (2003/361/EK).

(23) Lai izveidotu galīgo izlasi, Komisija ņēma vērā riepu ražošanas nozares iedalījumu dažādos līmeņos, nodrošinot, lai izlasē būtu iekļauti uzņēmumi no visiem trīs līmeņiem. Turklāt saskaņā ar Komisijas ieskatiem izlasē jābūt pārstāvētiem arī MVU, lai nodrošinātu, ka, ņemot vērā apstākli, ka tie veido aptuveni 15 % no Savienības ražotāju kopējā pārdošanas apjoma Savienībā, kaitējuma analīzē būtu pienācīgi atspoguļota MVU situācija.

(24) Izlasē tika iekļauti vienpadsmit Savienības ražotāji, pamatojoties uz:

— vispārējo reprezentativitāti, ņemot vērā attiecīgā izstrādājuma ražošanas un pārdošanas apjomu 2016. gadā,

— līmeņu pārstāvību pēc attiecīgā izstrādājuma ražošanas apjoma 2016. gadā,

— ģeogrāfisko izplatību, un

— Savienības ražotāju reprezentativitāti lieluma ziņā, proti, attiecībā uz MVU un lielākiem uzņēmumiem.

(25) Izlasē iekļautie Savienības ražotāji ietver gan lielus uzņēmumus, gan MVU. Izlasē iekļautie Savienības ražotāji atrodas sešās dalībvalstīs (Itālijā, Spānijā, Polijā, Vācijā un Francijā), un tie kopā veido vairāk nekā 36 % no Savienības ražošanas un pārdošanas apjoma, par kuru ir ziņojuši Savienības ražotāji, kuri sadarbojas.

(26) Viens no izlasē iekļautajiem Savienības ražotājiem, proti, ražotājs *Geyer&Hosaja* no Polijas, 2017. gada 22. decembrī informēja Komisiju, ka ir nolēmis turpmāk nesadarboties ar izmeklēšanu. Apstāklis, ka šis ražotājs pārtrauca sadarbību, neietekmē 25. apsvērumā minēto procentuālo īpatsvaru, jo šā ražotāja ražošanas apjoms veido mazāk nekā 0,1 % no Savienības kopējā ražošanas apjoma. Tādēļ Komisija uzskatīja, ka galīgā izlase pienācīgi atspoguļo konkrēto Savienības ražošanas nozari.

(27) Visbeidzot, *Giti Group* norādīja, ka, ņemot vērā kļūdaino Savienības ražotāju sākotnējās atlases procesu, Komisijai būtu vajadzējis nekavējoties izbeigt izmeklēšanu. Komisija atgādināja, ka Savienības ražotāju pagaidu atlase izlasei ir likumīgi iespējama, un tā bija nepieciešama izmeklēšanas sekmīgai pabeigšanai stingros termiņos. Kā norādīts 21.–25. apsvērumā, reaģējot uz ieinteresēto personu sniegtajām piezīmēm, pagaidu izlasē tika veiktas izmaiņas. Attiecīgi apgalvojums tika noraidīts.

b) *Importētāju atlase*

(28) Lai Komisija varētu lemt, vai ir vajadzīga atlase, un vajadzības gadījumā veidot izlasi, tā aicināja nesaistītos importētājus sniegt informāciju, kas norādīta paziņojumā par procedūras sākšanu. Atsaucās pieci importētāji, kuri no ĶTR importē aptuveni 430 000 vienību. Izlasē tika iekļauti divi uzņēmumi, kuru apjoms bija [70–90 %] no to importētāju apjoma, kuri bija iesnieguši atlases veidlapu.

c) *ĶTR ražotāju eksportētāju atlase*

(29) Lai lemtu, vai ir vajadzīga atlase, un vajadzības gadījumā veidotu izlasi, Komisija aicināja visus ĶTR ražotājus eksportētājus sniegt paziņojumā par procedūras sākšanu norādīto informāciju. Komisija turklāt lūdza Ķīnas Tautas Republikas pārstāvniecību Eiropas Savienībā apzināt citus iespējamos ražotājus eksportētājus, kuri varētu būt ieinteresēti piedalīties izmeklēšanā, un/vai ar tiem sazināties.

(30) 49 ražotāji eksportētāji iesniedza lūgto informāciju un piekrita, ka tos iekļauj izlasē. Saskaņā ar pamatregulas 17. panta 1. punktu Komisija izveidoja šādu četru ražotāju izlasi, pamatojoties uz vislielāko reprezentatīvo eksporta apjomu uz Savienību, ko būtu saprātīgi iespējams izmeklēt atvēlētajā termiņā:

— *Aeolus Tyre Co., Ltd*; *Chonche Auto Double Happiness Tyre Corp., Ltd*, *Qingdao Yellow Sea Rubber Co., Ltd* un *Pirelli Tyre Co, Ltd* (*Aeolus Group*),

— *Xingyuan Tire Group Ltd., Co.* un *Guangrao xinhongyuan Tyre Co., Ltd.* (*Xingyuan Group*),

— *Giti Tire* (Ķīna) *Investment Co., Ltd*; *Giti Tire (Anhui) Co., Ltd*; *Giti Tire (Fujian) Co., Ltd*, *Giti Tire (Hualin) Co., Ltd*, *Giti Tire (Yinchuan) Co., Ltd*" (*Giti Group*),

— *Shanghai Hankook Tire Sales Co., Ltd.*; *Chongqing Hankook Tire Co., Ltd.*; *Jiangsu Hankook Tire Co., Ltd.*, (*Hankook Group*).

(31) Saskaņā ar pamatregulas 17. panta 2. punktu visiem attiecīgajiem zināmajiem ražotājiem eksportētājiem un attiecīgās valsts iestādēm tika lūgts sniegt viedokli par izveidoto izlasi. Komisija saņēma piezīmes no: 1) sūdzības iesniedzēja, 2) *CRIA* un *CCCMC*, un 3) ražotāja eksportētāja – *Giti Group*.

(32) Sūdzības iesniedzējs apgalvoja, ka ierosinātā izlase nebija pietiekami reprezentatīva, jo tajā nebija pietiekami ņemti vērā dažādie cenu segmenti, kurus Savienības riepu tirgū sauc par līmeņiem. Viņš norādīja, ka vidējais segments (2. līmenis) izlasē ir pārstāvēts pārmērīgi, lai gan vairākums Ķīnas eksportētāju darbojas zemākajā segmentā (3. līmenis), kas nebija pietiekami pārstāvēts. Šā iemesla dēļ sūdzības iesniedzējs uzskatīja, ka izlasē iekļautie ražotāji eksportētāji pienācīgi neatspoguļotu vidējo importa cenu Savienībā. Sūdzības iesniedzējs pieprasīja aizstāt izlasē iekļautos 2. līmeņa ražotājus eksportētājus ar 3. līmeņa ražotājiem eksportētājiem.

(33) *CRIA*, *CCCMC* un *Giti Group* principā pieņēma atlasīto pagaidu izlasi, bet norādīja, ka, ņemot vērā lielo ražotāju eksportētāju skaitu, izlases reprezentativitāti varētu uzlabot, iekļaujot tajā vairāk uzņēmumu.

(34) Komisija uzskatīja, ka ierosinātā izlase ietvēra gan vidējā, gan zemākā līmeņa ražotājus eksportētājus, kuri veido vairāk nekā 50 % no kopējā ĶTR importa Savienībā. Lielāko 2. līmeņa ražotāju eksportētāju aizstāšana ar mazākiem 3. līmeņa ražotājiem eksportētājiem padarītu izlasi nereprezentatīvu, jo saskaņā ar pieejamajiem datiem liela daļa no kopējā eksporta apjoma attiecās uz vidējo līmeni.

(35) Komisija izlēma saglabāt atlasīto pagaidu izlasi un 2017. gada 19. oktobrī attiecīgi informēja visas ieinteresētās personas.

(36) Pēc tam Eiropas Riepu atjaunotāju asociācija ("*BIPAVER*") un Eiropas Riepu un gumijas ražotāju asociācija ("*ETRMA*") uzstāja, ka no galīgās atlasītās izlases varētu izrietēt ievērojama 2. un 3. līmeņa izstrādājumu klāsta nelīdzsvarotība. Pēc šo organizāciju domām, vidējās importa cenas varētu precīzi neatspoguļot to importa apjoma daļu, kas visvairāk kaitē konkrētajai Savienības ražošanas nozarei. Tāpēc tās mudināja Komisiju atkārtoti izvērtēt izlasi un veikt tajā izmaiņas, kā arī iekļaut izlasē vismaz vienu 3. līmeņa ražotāju eksportētāju ar ievērojamu eksporta apjomu.

(37) Komisija atkārtoti izvērtēja, vai būtu praktiski iespējams paplašināt izlasi. Tā norādīja, ka izlasē iekļautās ražotāju eksportētāju grupas veido: 1) 13 juridiskās personas, kuras bija iesaistītas attiecīgā izstrādājuma ražošanā un pārdošanā iekšzemes tirgū; 2) divi saistīti eksportētāji, kas atrodas ārpus Savienības, un 3) vairāk nekā desmit saistītu importētāju, kuri atrodas Savienībā. Šo juridisko personu sniegtie dati bija jāapstrādā un jāpārbauda. Tāpēc Komisija uzskatīja, ka pieejamajā laikā nebija iespējams veikt izmeklēšanu par lielāku ražotāju eksportētāju skaitu.

(38) Tāpēc Komisija neveica izmaiņas galīgajā izlasē, kuru tā bija iepriekš nosūtījusi ieinteresētajām personām.

(39) Papildus četriem izlasē iekļautajiem ražotājiem eksportētājiem desmit eksportētāji paziņoja, ka gadījumā, ja viņi netiks iekļauti izlasē, viņi vēlētos saņemt anketu un citas pieprasījuma veidlapas, lai tās aizpildītu un tādējādi pieprasītu atsevišķas pārbaudes veikšanu atbilstīgi pamatregulas 17. panta 3. punktam.

(40) Komisija nosūtīja antidempinga anketas četriem izlasē iekļautajiem Ķīnas ražotājiem eksportētājiem, desmit ražotājiem eksportētājiem, kuri ir pieprasījuši anketas un citas pieprasījuma veidlapas, kā norādīts iepriekš, kā arī izlasē iekļautajiem Savienības ražotājiem.

(41) Tika saņemtas atbildes no četriem izlasē iekļautajiem Ķīnas ražotājiem eksportētājiem un no desmit izlasē iekļautajiem Savienības ražotājiem. Neviens no izlasē neiekļautajiem ražotājiem eksportētājiem neiesūtīja atbildes uz anketas jautājumiem.

1.6. **Tirgus ekonomikas režīma (TER) pieprasījuma veidlapas**

(42) Komisija nosūtīja TER pieprasījuma veidlapas diviem izlasē iekļautiem ražotājiem eksportētājiem – *Hankook Group* un *Giti Group* –, kuri pieprasīja tirgus ekonomikas režīma piešķiršanu atbilstīgi pamatregulas 2. panta 7. punkta b) apakšpunktam. Komisija arī nosūtīja TER pieprasījuma veidlapas izlasē neiekļautiem ražotājiem eksportētājiem, kuri sadarbojās un bija pieprasījuši šīs veidlapas. Komisija saņēma atbildes uz TER pieprasījuma veidlapām tikai no diviem izlasē iekļautiem uzņēmumiem.

1.7. **Pārbaudes apmeklējumi**

(43) Komisija pieprasīja un pārbaudīja visu informāciju, ko tā uzskatīja par nepieciešamu, lai provizoriski konstatētu dempingu, tā radīto kaitējumu un Savienības intereses. Pārbaudes apmeklējumi saskaņā ar pamatregulas 16. pantu tika veikti šādu uzņēmumu telpās:

Savienības ražotāji:

— *Good Year Firma Oponiarska* (Polija),

— *Wetest* (Čehijas Republika),

— *B.R.P. "Pneumatici"* (Itālija),

— *Banden plant* (Nīderlande),

— *Marangoni Spa Ltd*. (Itālija),

— četri Savienības ražotāji, kuri pieprasīja nodrošināt konfidencialitāti.

Ražotāji eksportētāji ĶTR

— *Aeolus Tyre Co., Ltd* (*Jiaozuo*); *Chonche Auto Double Happiness Tyre Corp., Ltd* (*Taiyuan*) un *Pirelli Tyre Co, Ltd*; (*Jining*),

— *Xingyuan Tire Group Ltd., Co*. un *Guangrao Xinhongyuan Tyre Co., Ltd*. (*Dongying*),

— *Giti Tire* (Ķīna) *Investment Co*. (Šanhaja); *Giti Tire (Anhui) Co., Ltd*; (*Hefei*); *Giti Tire* (*Hualin*) *Co., Ltd* (*Hualin*); un saistīts eksportētājs Singapūrā,

— *Shanghai Hankook Tire Sales Co., Ltd*. (Šanhaja); *Chongqing Hankook Tire Co*., (*Chongqing*) *Ltd*.; *Jiangsu Hankook Tire Co., Ltd*. (*Jiangsu*)"; un saistīts eksportētājs Seulā, Korejā.

Ražotāji analogajās valstīs

— viens analogās valsts ražotājs Brazīlijā.

Saistītie importētāji Savienībā:

— *Giti UK*, Češīra, Lielbritānija,

— *Hankook UK*, Northemptonšīra, Apvienotā Karaliste un *Hankook Germany* Neiīzenburga, Vācija.

2. **ATTIECĪGAIS IZSTRĀDĀJUMS UN LĪDZĪGAIS IZSTRĀDĀJUMS**

2.1. **Attiecīgais izstrādājums**

(44) Attiecīgais izstrādājums ir konkrētas Ķīnas Tautas Republikas izcelsmes autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētas jaunas vai atjaunotas gumijas pneimatiskās riepas, kuru slodzes indekss pārsniedz 121 un kuras patlaban klasificē ar KN kodiem 4011 20 90 un ex 4012 12 00 (*Taric* kods 4012 12 00 10). Šie KN un *Taric* kodi ir sniegti tikai informatīvos nolūkos.

(45) Attiecīgais izstrādājums ietver gan jaunas, gan atjaunotas pneimatiskās riepas autobusiem vai kravas automobiļiem, kurām ir vienādas fizikālās, ķīmiskās un tehniskās pamatīpašības.

(46) Abi attiecīgā izstrādājuma veidi ir izgatavoti no vienas izejvielas (lai gan izmantotā tehnoloģija var atšķirties), un tiem ir līdzīga struktūra. No izejmateriālu un struktūras atšķirībām izriet dažādas veiktspējas īpašības.

2.1.1. *Ražošanas process*

2.1.1.1. Jaunas riepas

(47) Jaunu autobusiem un kravas automobiļiem paredzētu riepu ražošanas process ietver šādas darbības: 1) gumiju savienošana un sajaukšana, 2) riepu sastāvdaļu sagatavošana, 3) (zaļo) riepu izveidošana, 4) saistīšana (vulkanizēšana) un 5) galīgā pārbaude. Pat gadījumā, ja starp dažādiem šā izstrādājuma izgatavotājiem ir konstatētas atšķirības, visas autobusiem un kravas automobiļiem paredzētas riepas ir izgatavotas no vieniem pamata izejmateriāliem, proti, dabīgā kaučuka, sintētiskā kaučuka, tērauda, melnā oglekļa, citām ķīmiskajām vielām un eļļām, kā arī šķiedras, un visām riepām ir vienādas sastāvdaļas, proti, protektora virsma, mala, iekšējais korpuss, riepas iekšējās aploces riņķa serdeņa stieple, tērauda lente, korpusa kordi.

(48) Tika arī konstatēts, ka jaunu autobusiem un kravas automobiļiem paredzētu riepu ražošanas procesā tiek izmantotas dažādas tehnoloģijas, tomēr tas neietekmē vispārējos konstatējumus par savstarpēju aizstājamību.

2.1.1.2. Atjaunotās riepas

(49) Protektora atjaunošana būtībā ir reciklēšanas process, kurā nodilušas riepas tiek atjaunotas, vecam riepas korpusam uzklājot jaunu protektora kārtu. Korpusi ir riepu atjaunošanas procesa galvenā sastāvdaļa, un tādēļ atjaunošanai derīgu korpusu atlase un iegāde ir būtiska šī atjaunošanas procesa sastāvdaļa. Attiecīgi – korpusi ir ražošanas procesa galvenā izejviela, un atkarībā no to kvalitātes tie ir vai nu reāls pusgatavs produkts vai atkritumi.

(50) Šajā procesā var tikt izmantotas dažādas tehnoloģijas, un tas neietekmē Komisijas konstatējumus par savstarpēju aizstājamību.

2.1.2. *Riepu pielietojums un veidi*

(51) Tiek ražotas dažāda veida un izmēra kravas automobiļu un autobusu riepas visa veida komerciālajiem transportlīdzekļiem, sākot no vietēja mēroga pilsētu un reģionāliem piegādes kravas automobiļiem un autobusiem līdz tālsatiksmes autobusiem un kravas automobiļiem, atbilstoši to izmēriem un slodzes indeksa rādītājiem. Tās nav piemērotas lietošanai pasažieru transportlīdzekļiem vai citiem vieglajiem komerciālajiem transportlīdzekļiem, nedz arī pilnībā bezceļu transportlīdzekļiem, piemēram, lauksaimniecības traktoriem.

(52) Tiek tirgotas divu veidu un četru kategoriju autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētas riepas. Kameras riepa ir tradicionālāka opcija. Šo riepu veido iekšējā kamera, kurai ir savs ventilis. Kamera atrodas riepas iekšpusē. Tādas riepas gadījumā, kurai nav kameras, riepa un riteņa aploce veido hermētisku slēgu un ventilis atrodas tieši uz aploces. Lielākā daļa Savienībā pārdoto autobusiem vai kravas automobiļiem paredzēto riepu ir riepas bez kamerām. Četras autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētu riepu kategorijas ir stūres ass, piedziņas ass, piekabju un visu pozīciju riepas. Stūres ass riepas ir konstruētas lietošanai uz priekšējās ass, lai atvieglotu transportlīdzekļa stūrēšanu, taču kravas automobiļu vai autobusu gadījumā tās var izmantot visās pozīcijās atkarībā no transportlīdzekļa pielietojuma. Piedziņas ass riepas ir izstrādātas lietošanai uz piedziņas ass, tās nodrošina labāku saķeri. Piekabju riepas ir paredzētas uzmontēšanai uz piekabēm, un visu pozīciju riepas ir paredzētas izmantošanai visās pozīcijās atkarībā no transportlīdzekļa izmantošanas veida.

(53) Gan uz jaunām, gan atjaunotām riepām Savienības tirgū attiecas tādas pašas drošības prasības, kā noteikts Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2007/46/EK ([1]).

2.2. **Savienības riepu tirgus iedalījums trīs līmeņos**

(54) Komisijas apkopotā un saņemtā informācija liecina, ka autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētu riepu Savienības tirgu veido trīs līmeņi jeb segmenti. Lai gan līmeņi nav skaidri nodalīti, ieinteresētās personas kopumā piekrīt Komisijas konstatējumiem par turpmāk aprakstīto iedalījumu kategorijās.

(55) 1 līmeņa riepas ir jaunas galveno ražotāju vadošo zīmolu *premium* riepas. Būtisks faktors saistībā ar šī līmeņa riepām ir zīmola atpazīstamība, kas attaisno ievērojami augstākas cenas par sagaidāmo augsto veiktspēju, kā arī īpaši lielos ieguldījumus mārketinga jomā. Šajā līmenī ir galvenokārt iekļautas autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētā oriģinālā aprīkojuma ražotāju riepas (“OE1”). 1. līmeņa riepu kvalitāte nodrošina augstu

([1]) Eiropas Parlamenta un Padomes 2007. gada 5. septembra Direktīva 2007/46/EK, ar ko izveido sistēmu mehānisko transportlīdzekļu un to piekabju, kā arī tādiem transportlīdzekļiem paredzētu sistēmu, sastāvdaļu un atsevišķu tehnisku vienību apstiprināšanai (OV L 263, 9.10.2007., 1. lpp.).

šo riepu atjaunojamības līmeni. Šīs riepas ir ražotas atkārtotas izmantošanas cikliem, vēl vairāk palielinot oriģinālā produkta nobraukumu, kas ir ievērojami lielāks (līdz trim atjaunošanas reizēm normālai izmantošanai). 1. līmeņa riepām arī ir raksturīgs augstāks drošības līmenis, un tām bieži tiek nodrošināti labas kvalitātes pēcpārdošanas pakalpojumi.

(56) 2. līmeņa riepas aptver lielāko daļu riepu, kas nav *premium* riepas, un tās var būt gan jaunas, gan jau lietotas. Šā līmeņa riepu cena svārstās no aptuveni 65 līdz 80 % no 1. līmeņa riepu cenas. Šajā līmenī var iekļaut piekabēm paredzētā oriģinālā aprīkojuma ražotāju riepas ("OE2"). Zīmola atpazīstamība ir svarīga arī šajā līmenī, un pircēji parasti labi atpazīst šos zīmolus un spēj noteikt arī riepu ražotājus. Parasti šīs riepas ir iespējams atjaunot vismaz vienu reizi, un, lai gan to veiktspēja salīdzinājumā ar 1. līmeņa riepām ir ierobežotāka, tās nobraukuma ziņā nodrošina labus rezultātus.

(57) 3. līmeņa riepas ir gan jaunas, gan atjaunotas riepas ar zemākiem nobraukuma rādītājiem un ļoti ierobežotu atjaunojamību vai ir neatjaunojamas. Salīdzinājumā ar 1. līmeņa riepām to cena un nobraukuma rādītāji parasti ir vismaz par 65 % zemāki. Zīmolu atpazīstamība šajā līmenī gandrīz nepastāv, un, klientam pieņemot lēmumu par pirkumu, cena kļūst par noteicošo faktoru. Parasti šī līmeņa riepām netiek nodrošināta pēcpārdošanas apkalpošana.

(58) Atjaunotas riepas var klasificēt atbilstoši 2. vai 3. līmenim. Lai gan atsevišķas Ķīnas izcelsmes riepas ir atjaunojamas, riepu atjaunošana Ķīnā tiek veikta ļoti nelielā mērogā. Turpretī Savienībā un citos tirgos, piemēram, Brazīlijā, atjaunošana ir ļoti izplatīta. Atjaunošanas nozari Savienībā veido:

— integrēti riepu atjaunošanas uzņēmumi, kuri darbojas ar jaunu riepu ražotāja nosaukumu, izmanto tā zīmolu vai strādā uz tā izsniegtas pilnvaras pamata. Šos uzņēmumus uzskata par to zīmolu turpinājumu, kuri piedāvā jaunās riepas. Tas atbilst 2. līmeņa riepām,

— neatkarīgi riepu atjaunošanas uzņēmumi, kuri tradicionāli darbojas ģeogrāfiski šaurākā tirgū un to ražošanas apjomi ir daudz mazāki. Šie uzņēmumi pārdod riepas ar savu nosaukumu vai zīmolu un paļaujas uz savām īpašajām zināšanām. Lielākā daļa šo uzņēmumu ir MVU (Savienībā vismaz 380 uzņēmumi). Tas atbilst 3. līmeņa riepām.

(59) Pamatojoties uz sūdzības iesniedzēja sniegto informāciju, Komisija sagatavoja jauno un atjaunoto riepu kartējumu pa zīmoliem un 2017. gada 27. oktobrī darīja to zināmu visām ieinteresētajām personām.

2.3. **Pieprasījumi saistībā ar Savienības riepu tirgu iedalījumu segmentos**

(60) Kā norādīts 58. apsvērumā, ieinteresētās personas kopumā pieņēma tirgus iedalījumu trīs līmeņos.

(61) Tās kopumā apstiprināja 2017. gada 27. oktobra piezīmē aprakstīto riepu zīmolu tirgus kartējumu, izņemot turpmāk aprakstītos ieinteresēto personu pieprasījumus iekļaut noteiktus zīmolus citos līmeņos. Konkrētāk, *Aeolus Group* uzskatīja, ka tās zīmols *Aeolus* ietilpst 3. līmenī (nevis 2. līmenī), divi importētāji, kuri importē zīmola *Double Coin* izstrādājumus, apgalvoja, ka šis zīmols būtu jāiekļauj 2. līmenī (nevis 3. līmenī), *Hankook Group* uzskatīja, ka tās zīmols *Aurora* ietilpst 2. līmenī (nevis 3. līmenī), *Giti Group* savās atbildēs uz anketas jautājumiem norādīja, ka tās zīmoli *Primewell* un *GT Radial* atbilst 2. līmenim (nevis 3. līmenim), un neatkarīgs importētājs norādīja, ka zīmols *Sailun* būtu jāiekļauj 2. līmenī (nevis 3. līmenī).

(62) Komisija izskatīja šos apgalvojumus, pamatojoties uz ieinteresēto personu iesniegtajiem pierādījumiem un izmeklēšanas gaitā *ex officio* apkopoto informāciju. Komisija saskaņā ar 49. apsvērumā noteiktajām īpašībām analizēja to, kādā mērā konkrētu zīmolu riepas 1) ir atjaunojamas, 2) tiek izmantotas autobusu vai kravas automobiļu oriģinālā aprīkojuma nodrošināšanā un 3) tiek pārdotas kā noteikta līmeņa riepas atbilstoši katra uzņēmuma novērtējumam.

(63) Attiecībā uz *Hankook Group* Komisija piekrita prasībai iekļaut zīmolu *Aurora* 2. līmenī. Tomēr tā arī konstatēja, ka zīmols *Hankook* būtu jāiekļauj 1. līmenī. Zīmola *Hankook* gadījumā ir spēkā juridiska garantija, ka šī zīmola riepas ir iespējams atjaunot vismaz vienu reizi. Turklāt šis zīmols ir OE1 piegādātājs tādiem Eiropas uzņēmumiem kā *Scania*, *MAN* un *Mercedes-Benz*. *Hankook* grupas tīmekļa vietnē šīs grupas zīmols *Hankook* tiek reklamēts kā *premium* zīmols, un iekšējs dokuments, ko pārbaudes laikā iesniedza saistīts importētājs, liecina, ka zīmols ir pārvirzījies uz 1. līmeni.

(64) Saistībā ar *Giti Group* Komisija piekrita iekļaut zīmolu *Primewell* un zīmolu *GT Radial* 2. līmenī atbilstoši pieprasījumam. Komisija arī konstatēja, ka *Giti* ražotās riepas ir atjaunojamas. Tomēr *Giti Group* darbības oriģinālā aprīkojuma jomā neietver kravas automobiļus un autobusus, bet attiecas uz pasažieru automobiļu riepām. Turklāt *Giti Group* uzskata, ka tā zīmoli ietilpst 2. līmenī. Tāpēc grupas zīmoli tika iekļauti 2. līmenī.

(65) *Aeolus Group* gadījumā Komisija provizoriski piekrita iekļaut zīmolu *Aeolus* 3. līmenī atbilstoši uzņēmuma pieprasījumam, pamatojoties uz apgalvojumiem, ka šī zīmola riepas parasti nav atjaunojamas un netiek pārdotas OE tirgū.

(66) Importētāji, kas izteica apgalvojumus par zīmolu *Double Coin* un *Sailun*, nebija iekļauti izlasē, tāpēc Komisija šajā posmā nevarēja pārbaudīt viņu apgalvojumus. Tā kā šie importētāji nebija iekļauti izlasē, to iekļaušana 2. vai 3. līmenī neietekmē izmeklēšanas rezultātus. Tāpēc, neapšaubot importētāju sniegtos pierādījumus par viņu klientu pieredzi ar šo zīmolu riepām, Komisija šajā posmā nepauda viedokli par viņu apgalvojumiem.

(67) Vairākas ieinteresētās personas norādīja, ka līmeņu kartējums atbilstoši zīmolam ir piemērojams tikai Savienībai un ka citos tirgos līmeņu noteikšana var ļoti atšķirties. Savienības līmeņu kartējumu jo īpaši nav iespējams pārnest uz Ķīnas tirgu. Komisija uzsvēra, ka šajā izmeklēšanā kartējums pa zīmoliem tika izmantots, lai analizētu stāvokli Savienības tirgū, un tam nebija nekādas juridiskas nozīmes attiecībā uz citiem tirgiem.

2.3.1. *Izstrādājumu izslēgšanas pieprasījumi*

(68) *CRIA* un *CCCME*, kā arī *Aeolus Group* uzstāja, ka jaunas un atjaunotas riepas būtu jāizslēdz no attiecīgā izstrādājuma definīcijas, jo:

— jaunām riepām un atjaunotām riepām ir atšķirīgas fizikālās, tehniskās un ķīmiskās pamatīpašības,

— atjaunotajām riepām ir īsāks kalpošanas laiks nekā jaunām riepām,

— jaunām riepām un atjaunotām riepām ir atšķirīgs pielietojums, pārdošanas kanāli, montāžas ass un patērētāju uztvere. Atjaunotas riepas jo īpaši netiek izmantotas oriģinālā aprīkojuma tirgū, un tās parasti netiek montētas uz stūrējamās ass un kravas automobiļiem, ar kuriem pārvadā bīstamas preces,

— jaunām un atjaunotām riepām ir atšķirīgi KN kodi.

(69) Šīs personas arī norādīja, ka Komisija un Eiropas Savienības Tiesa ("EST") vairākās konkurences lietās secināja, ka jaunas un atjaunotas riepas cenu, piedāvājuma struktūras, pieprasījuma struktūras, piegādes kanālu un aizstājamības ziņā veido divus atšķirīgus attiecīgos tirgus ([1]). *CRIA* un *CCCME* arī norādīja, ka citas antidempinga izmeklēšanas iestādes jaunas un atjaunotas riepas aplūko atsevišķi ([2]).

(70) *CRIA* un *CCCMC* norādīja, ka Komisija savā izvērtējumā ir pieļāvusi kļūdu attiecībā uz nozīmīguma faktoriem, nenošķirot jaunas riepas no atjaunotām.

(71) *Giti Group* apgalvoja, ka no attiecīgā izstrādājuma definīcijas būtu jāizslēdz atjaunojamas vai atkārtotas izmantošanas cikliem paredzētas riepas, jo atjaunojamo riepu uzbūve salīdzinājumā ar neatjaunojamo riepu uzbūvi ir sarežģītāka un atjaunojamajām riepām ir īpaši tehniskie parametri.

(72) Komisija noskaidroja, ka protektora atjaunošanas process saglabā riepu galvenās īpašības, sastāvdaļas un struktūru, kas tām piešķirta sākotnējā ražošanas procesā. Proti, protektora atjaunošanas posmā netiek mainītas riepu būtiskākās tehniskās īpašības, piemēram, to izmērs, slodzes indekss un ātruma rādītājs. Jaunas (atjaunojamas un neatjaunojamas) riepas un atjaunotas riepas ir izgatavotas no vienādiem izejmateriāliem un sastāvdaļām, un tām ir līdzīga uzbūve.

(73) Galvenā tehnisko īpašību atšķirība starp no jauna izgatavotu riepu un riepu, kura ir atjaunota uz agrāka korpusa, ir tāda, ka atjaunotajai riepai var patiešām būt īsāks kalpošanas laiks un attiecībā uz to varētu pastāvēt pieņēmums, ka tā ir mazāk droša. Tomēr tieši tādas pašas uztveres atšķirības attiecībā uz tehnisko uzbūvi, kvalitāti un drošību rodas starp divām jaunām atšķirīgu līmeņu riepām. Konkrētāk, zemāka līmeņa riepām arī ir īsāks nobraukums, un tās nebūs vēlamais risinājums transportlīdzekļiem, kuriem ir jāatbilst ļoti augstiem drošības standartiem, proti, transportlīdzekļiem, ar kuriem pārvadā bīstamas preces.

(74) Tāpēc Komisija provizoriski noraidīja apgalvojumu, ka jaunām (atjaunojamām un neatjaunojamām) un atjaunotām riepām ir atšķirīgas fizikālās, ķīmiskās un tehniskās pamatīpašības.

([1]) Eiropas Komisija, lieta COMP/M.4564 -BRIDGESTONE/BANDAG; lieta COMP/E-2/36.041/PO. Eiropas Savienības Tiesas 1983. gada 9. novembra spriedums lietā C-322/81 *Michelin* pret Komisiju ECLI: EU:C:1983:313.

([2]) Minētās izmeklēšanas attiecās uz ASV, Indiju, Ēģipti un Eirāzijas komisiju.

(75) Tāpat Komisija konstatēja, ka gan jaunās, gan atjaunotās riepas izmanto kravas automobiļu un autobusu īpašnieki, kas pārsvarā darbojas vietēja mēroga un tālsatiksmes pasažieru un preču pārvadājumu nozarē. Tādēļ būtībā jaunu un atjaunotu riepu faktiskais lietojums ir vienāds. Komisija arī noskaidroja, ka jaunām un atjaunotām riepām ir četras vienas un tās pašas galvenās montāžas pozīcijas, proti, uz stūres ass, uz piedziņas ass, piekabēm un visās pozīcijās, un uz tām attiecas tās pašas Savienības tirgū spēkā esošās drošības prasības, kas noteiktas attiecīgajos tiesību aktos.

(76) Tādēļ apgalvojums, ka jaunām un atjaunotām riepām ir atšķirīgas montāžas pozīcijas, tika provizoriski noraidīts.

(77) Komisija piekrita, ka atjaunotas riepas atšķiras no jaunām 1. līmeņa riepām tādējādi, ka tās netiek pārdotas oriģinālā aprīkojuma tirgū. Komisija arī konstatēja, ka tas pats attiecas uz 3. līmeņa riepām un lielā mērā uz 2. līmeņa zīmoliem, kas arī netiek pārdoti oriģinālā aprīkojuma tirgū.

(78) Tādēļ Komisija provizoriski noraidīja apgalvojumu, ka jaunām un atjaunotām riepām ir atšķirīgi tirdzniecības kanāli.

(79) Komisijas lēmumi konkurences jomā un EST spriedums ([1]), kurā tika konstatēts, ka atjaunotas riepas veido atsevišķu izstrādājumu tirgu, neattiecas uz izstrādājumu definīciju tirdzniecības aizsardzības izmeklēšanas gadījumā. Tirgus definīcija apvienošanas lietā ir vērsta uz pieprasījuma un piedāvājuma puses aizstājamību ([2]). Antidempinga izmeklēšanā tirgu definē, pamatojoties uz attiecīgā izstrādājuma fizikālajām, tehniskajām un ķīmiskajām īpašībām. Tādēļ Komisija noraidīja šo apgalvojumu.

(80) Saistībā ar apgalvojumu attiecībā uz izstrādājuma definīciju antidempinga lietās trešās valstīs Komisija norādīja, ka uz izstrādājuma definīcijas noteikšanu attiecas izmeklēšanas iestādes plašā rīcības brīvība ([3]). Tāpēc tas, kā izmeklēšanas iestādes trešās valstīs šajā ziņā ir izmantojušas savu rīcības brīvību, nevar ierobežot šīs izmeklēšanas nolūkos izmantoto Komisijas rīcības brīvību.

(81) Tika arī norādīts, ka uz attiecīgo izstrādājumu nevajadzētu attiecināt vairākus KN kodus. Šajā sakarā Komisija atgādināja, ka, pirmkārt, uz vienu attiecīgo izstrādājumu ļoti bieži attiecas vairāki KN kodi. Tas dabiski izriet no Kombinētās nomenklatūras struktūras. Turklāt paziņojumā par procedūras sākšanu bija skaidri norādīts, ka KN kodi ir sniegti tikai informatīvos nolūkos. Otrkārt, netika sniegti faktiski pierādījumi, un Komisija neatrada informāciju, kas liecinātu par to, ka saskaņā ar attiecīgā izstrādājuma definīciju nebija iespējams provizoriski konstatēt, ka importētas atjaunotas un jaunas riepas ir alternatīva Savienībā ražotām atjaunotām un jaunām riepām un konkurē ar tām. Tas attiecas arī uz ražotāju un patērētāju uztveri, izplatīšanas kanāliem vai citiem faktoriem saistībā ar vienas vai vairāku izstrādājuma kategoriju pastāvēšanu pretstatā jaunu un atjaunotu riepu nošķiršanai šīs izmeklēšanas nolūkos.

(82) Visbeidzot, ieinteresētās personas norādīja, ka Savienības tirgus sadrumstalotības dēļ atjaunotu riepu kvalitāte tiek uzskatīta par zemāku nekā 1. līmeņa riepu kvalitāte – pat tad, ja tās ir izgatavotas, izmantojot 1. līmeņa riepu korpusu.

(83) Komisija pieņēma šo apgalvojumu, kas bija saskaņā ar šīs izmeklēšanas vajadzībām noteikto līmeņu kartējumu, un aplūkoja 2. un 3. līmeņa atjaunotās riepas.

2.4. **Līdzīgais izstrādājums**

(84) Izmeklēšanā atklājās, ka turpmāk uzskaitītajiem izstrādājumiem ir vienas un tās pašas fizikālās pamatīpašības, kā arī vieni un tie paši pamatlietojumi:

— attiecīgajam izstrādājumam,

— izstrādājumiem, ko ražo un tirgo Brazīlijas iekšējā tirgū, kura provizoriski kalpoja par analogo valsti,

— Savienības ražošanas nozares Savienībā ražotajam un pārdotajam izstrādājumam.

([1]) Eiropas Komisija, lieta COMP/M.4564 -*BRIDGESTONE/BANDAG*; lieta COMP/E-2/36.041/PO. Eiropas Savienības Tiesas 1983. gada 9. novembra spriedums lietā C-322/81 *Michelin* pret Komisiju ECLI: EU:C:1983:313.

([2]) Eiropas Komisija, lieta COMP/M.4564 -*BRIDGESTONE/BANDAG*, 4. lpp.

([3]) Eiropas Savienības Tiesa, 2016. gada 17. marta spriedums, lieta C-232/14 *Portmeirion Group*, ECLI:EU:C:2016:180, 47. punkts un turpmākie punkti.

(85) Šajā posmā Komisija secināja, ka tādēļ šie izstrādājumi ir līdzīgie izstrādājumi pamatregulas 1. panta 4. punkta nozīmē.

3. **DEMPINGS**

3.1. **Parastā vērtība**

3.1.1. *Tirgus ekonomikas režīms (TER)*

(86) Saskaņā ar pamatregulas 2. panta 7. punkta a) un b) apakšpunktu Komisijai ir jānosaka normālā vērtība, pamatojoties uz cenu vai salikto vērtību kādā trešā valstī ar tirgus ekonomiku vai pamatojoties uz cenu, importējot izstrādājumus no valstīm bez tirgus ekonomikas, izņemot gadījumus, kad eksportētājs var pierādīt, ka tas darbojas tirgus ekonomikas apstākļos.

(87) *CCCMC* un *CRIA* apgalvoja, ka pēc tam, kad 2016. gada 11. decembrī bija zaudējis spēku protokola par Ķīnas Tautas Republikas pievienošanos Pasaules Tirdzniecības organizācijai ("PTO") 15. punkta a) apakšpunkta ii) punkts, uz Ķīnas eksportētājiem būtu jāattiecas vispārīgajiem noteikumiem par parastās vērtības noteikšanu. Šajā ziņā minētās organizācijas apgalvoja, ka ekonomikas sistēmas, kas nav tirgus ekonomika, metodikas izmantošana vērtības noteikšanai pēc 2016. gada 11. decembra ir pretrunā Savienības saistībām pret PTO. Tās apgalvoja, ka parastās vērtības pamatā nevar būt analogā valsts, bet tai būtu jābalstās uz Ķīnas pārdošanas un izmaksu datiem.

(88) Paziņojums par procedūras sākšanu tika publicēts 2017. gada 11. augustā. Attiecīgi šai procedūrai piemērojamais atbilstošais tiesību akts ir pamatregulas redakcija, kas ir piemērojama procedūras uzsākšanas brīdī. Tāpēc parastā vērtība ir jānosaka, pamatojoties uz pamatregulas 2. panta 7. punkta a) un b) apakšpunktu redakcijā, kas bija piemērojama šīs izmeklēšanas uzsākšanas dienā 2017. gada augustā. Tādēļ *CCCMC* un *CRIA* apgalvojumi tika noraidīti.

(89) Īsumā un tikai ērtības labad turpmāk ir uzskaitīti TER kritēriji:

— saimnieciskās darbības lēmumi tiek pieņemti, reaģējot uz tirgus apstākļiem, un bez būtiskas iejaukšanās no valsts puses, un izmaksas atspoguļo tirgus vērtības,

— uzņēmumiem ir viens, skaidrs grāmatvedības pamatdokumentu kopums, kuram veic neatkarīgu revīziju saskaņā ar starptautiskajiem grāmatvedības standartiem un kuru piemēro visās jomās,

— nav pārmērīgu izkropļojumu, kas pārņemti no iepriekšējās ekonomikas sistēmas, kas nebija tirgus ekonomika,

— juridisku noteiktību un stabilitāti garantē tiesību akti par bankrotu un īpašumu un

— valūtas maiņa tiek veikta pēc tirgus kursa.

(90) Lai noteiktu, vai ir ievēroti pamatregulas 2. panta 7. punkta c) apakšpunktā uzskaitītie kritēriji, Komisija ieguva nepieciešamo informāciju, lūdzot ražotājus eksportētājus aizpildīt TER pieprasījuma veidlapu. Divi no četriem izlasē iekļautajiem uzņēmumiem, kuri sadarbojas, proti, *Giti Group* un *Hankook Group* pieprasīja TER un sniedza atbildi noteiktajā termiņā. Tāpēc attiecībā uz šīm divām grupām tika veikts TER novērtējums.

(91) Komisija ievāca visu informāciju, ko tā uzskatīja par vajadzīgu, un pārbaudīja visu iesniegtajās TER prasībās iekļauto informāciju abu grupu galveno juridisko personu telpās.

(92) Saistīto personu gadījumā Komisija pārbaudīja, vai saistīto uzņēmumu grupa kopumā atbilda TER nosacījumiem. Tāpēc gadījumos, kad meitasuzņēmums vai cits ar prasības iesniedzēju saistīts uzņēmums ĶTR bija tieši vai netieši iesaistīts attiecīgā izstrādājuma ražošanā vai pārdošanā, TER pārbaude tika veikta attiecībā uz katru uzņēmumu atsevišķi, kā arī attiecībā uz uzņēmumu grupu kopumā.

(93) Abas grupas, kas bija pieprasījušas TER, nevarēja apliecināt savu atbilstību visiem pamatregulas 2. panta 7. punkta c) apakšpunktā uzskaitītajiem kritērijiem.

(94) Konkrēti, abas uzņēmumu grupas nevarēja pierādīt, nedz individuāli, nedz arī kā grupa, ka tām ir viens, skaidrs grāmatvedības dokumentu kopums, kam ir veikta neatkarīga revīzija saskaņā ar starptautiskajiem grāmatvedības standartiem, un tādēļ tās neatbilda TER 2. kritērijam.

(95) Turklāt abas uzņēmumu grupas nespēja apliecināt, ka tām nav pārmērīgu izkropļojumu, kas pārņemti no iepriekšējās ekonomikas sistēmas, kas nebija tirgus ekonomika. Attiecīgi šie uzņēmumi vai uzņēmumu grupa neatbilda TER 3. kritērijam. Konkrēti, abas ražotāju eksportētāju grupas bija izmantojušas atvieglotus nodokļu režīmus.

(96) Turklāt *Hankook Group* nespēja pierādīt, ka attiecībā uz to nepastāv būtiska iejaukšanās no valsts puses un ka galveno izejvielu izmaksas lielā mērā atspoguļo tirgus vērtības. Tādējādi šī grupa nespēja pierādīt, ka tā atbilst 1. TER kritērijam.

(97) Konstatēto Komisija darīja zināmu abiem attiecīgajiem ražotājiem eksportētājiem, attiecīgās valsts iestādēm un attiecīgajai Savienības ražošanas nozarei. Ieinteresētās personas iesniedza piezīmes par šiem konstatējumiem. *Hankook Group* apgalvoja, ka 1. kritērija ietvaros konstatētā valsts iejaukšanās nav vērā ņemama. Abas grupas uzskatīja, ka to attiecīgo uzskaites sistēmu nepilnības nav būtiskas. Tās arī uzskatīja, ka 3. kritērija ietvaros konstatētais preferenciālais nodokļu režīms nerada būtisku izkropļojumu.

(98) Šajās piezīmēs netika apšaubīti faktiskie konstatējumi, bet vienkārši pausts alternatīvs juridiskais traktējums. Tomēr, ņemot vērā visu trīs kritēriju ietvaros konstatēto problēmu apmēru un nopietnību, šīs piezīmes nemainīja Komisijas konstatējumus.

(99) Pēc dalībvalstu informēšanas saskaņā ar pamatregulas 2. panta 7. punkta c) apakšpunktu 2017. gada 9. aprīlī visi pieprasījuma iesniedzēji tika atsevišķi un oficiāli informēti par Komisijas galīgo lēmumu par to attiecīgajiem TER pieprasījumiem.

(100) Attiecīgi ne *Giti Group*, ne *Hankook Group* nevarēja apliecināt, ka tās atbilst visiem pamatregulas 2. panta 7. punkta c) apakšpunktā noteiktajiem TER kritērijiem, un tāpēc tām nevarēja piešķirt TER.

3.1.2. *Analogā valsts*

(101) Saskaņā ar pamatregulas 2. panta 7. punkta a) apakšpunktu visiem ražotājiem eksportētājiem parastā vērtība tika noteikta, pamatojoties uz cenu vai salikto vērtību kādā trešā tirgus ekonomikas valstī. Šajā nolūkā bija jāatlasa viena trešā valsts ar tirgus ekonomiku ("analogā valsts").

(102) Paziņojumā par procedūras sākšanu Komisija informēja ieinteresētās personas par to, ka tā uzskata ASV par atbilstošu analogo valsti, un aicināja ieinteresētās personas sniegt piezīmes.

(103) Piezīmes par analogās valsts izvēli Komisija saņēma no šādām trīs ieinteresētajām personām:

— *CRIA* un *CCCMC*,

— *Giti Group*,

— sūdzības iesniedzēja.

(104) Gan *CRIA*/*CCCMC*, gan *Giti Group* iebilda pret ASV kā analogo valsti. Tās uzskatīja, ka arī Japāna un Koreja (lai gan mazākā mērā) nav piemērotas valstis, vienlaikus norādot, ka Taizeme būtu vispiemērotākā analogā valsts. *Giti Group* arī apgalvoja, ka Turcija nevar būt atbilstoša valsts, ņemot vērā apstākli, ka šajā valstī ir spēkā tirdzniecības ierobežojumi, kā arī Turcijas atšķirīgo piekļuvi izejmateriāliem. *CRIA*/*CCCMC* aicināja Komisiju sazināties ar iespējamiem analogās valsts ražotājiem Turcijā, Taizemē, Brazīlijā un Ēģiptes Arābu Republikā ("Ēģipte").

(105) Sūdzības iesniedzējs iebilda pret Taizemi kā analogo valsti un atkārtoti uzsvēra, ka uzskata ASV par piemērotāko analogo valsti.

(106) Komisija ieguva 22 ražotāju uzticamu kontaktinformāciju astoņās valstīs (ASV, Japānā, Korejā, Turcijā, Indijā, Taizemē, Dienvidāfrikā un Brazīlijā). Tā sazinājās ar šiem 22 uzņēmumiem, aicinot tos sadarboties analogo valstu ražotāju statusā. Komisija saņēma atbildes uz anketas jautājumiem no ASV, Taizemes, Dienvidāfrikas un Brazīlijas (viens ražotājs katrā no šīm valstīm).

(107) Viena ASV ražotāja atsūtītā anketas atbilde saturēja informāciju, kas neatbilda anketas jautājumiem, un šis ražotājs nevēlējās sniegt trūkstošo informāciju. Ņemot vērā šādu nepilnīgu atbildi, Komisija izslēdza ASV no savas analīzes.

(108) Līdzīgi Komisija izslēdza arī Taizemi kā iespējamu analogo valsti. Šajā gadījumā viena Taizemes ražotājā atbildēs uz anketas jautājumiem bija norādīts, ka tā ražošanas apjoms ir ļoti neliels (mazāk nekā 10 000 gab.) un ka tas ražo tikai kameras riepas. Komisija uzskatīja, šī ražotāja dati neļautu veikt jēgpilnu salīdzinājumu to nepietiekamās reprezentativitātes dēļ, jo lielākā daļa Savienībā pārdoto riepu ir bez kameras.

(109) Komisija saņēma pilnībā aizpildītu anketu no viena ražotāja Dienvidāfrikā. Kopējais vietējās ražošanas apjoms Dienvidāfrikā nepārsniedz 200 000 riepu gadā, kas atbilst tikai aptuveni 2 % no Ķīnas eksporta uz Savienību. Vietējais patēriņš ir 1,3 miljoni riepu. 90 % no vietējam patēriņam paredzētajām riepām tiek importētas. Lai gan netiek piemēroti tirgus aizsardzības maksājumi, standarta muitas nodoklis ir salīdzinoši augsts: 25 % attiecībā uz lielāko daļu pasaules valstu un 15 % attiecībā uz Savienību. Ekonomiskās attīstības ziņā Dienvidāfrika ir salīdzināma ar ĶTR.

(110) Visbeidzot, Komisija saņēma pilnībā aizpildītu anketu no viena ražotāja Brazīlijā.

(111) Brazīlijā veiktās ražošanas apjoms ir ievērojams (7,1 miljons gab.), un tas pārsniedz Ķīnas eksporta kopējo apjomu Savienībā (4,59 miljoni gab.). Brazīlijas iekšzemes patēriņa apjoms ir gandrīz 7 miljoni vienību. Kopējais importa apjoms (aptuveni 1 miljons vienību) veido aptuveni 15 % no patēriņa Brazīlijā. Kopējais eksporta apjoms ir 900 000 vienības. Šī sadarbībai piekritušā ražotāja ražošanas apjoms (vairāk nekā 1 milj. gab.) nodrošina pietiekamu reprezentativitāti, lai noteiktu parasto vērtību. Ražotājiem Brazīlijā un ĶTR ir līdzīgi piekļuves nosacījumi galvenajām izejvielām, jo abās valstīs tiek ražots dabīgais kaučuks. Visbeidzot, ekonomiskās attīstības ziņā Brazīlija ir salīdzināma ar ĶTR. Lai gan Brazīlijā ir spēkā uz vairākām trešām valstīm vērsti tirdzniecības aizsardzības maksājumi, izstrādājuma importa apjoms, kā minēts iepriekš tekstā, joprojām ir ievērojams.

(112) Komisija uzskatīja, ka gan Dienvidāfriku, gan Brazīliju varētu izmantot kā analogo valsti. Ņemot vērā, ka vietējā ražošana Dienvidāfrikā ir ievērojami mazāka nekā Brazīlijā gan salīdzināmos, gan absolūtos skaitļos, Komisija nolēma atlasīt Brazīliju kā vispiemērotāko analogo valsti atbilstoši pamatregulas 2. panta 7. punkta a) apakšpunktam.

3.1.3. *Parastā vērtība*

(113) No analogās valsts ražotāja, kurš sadarbojas ar izmeklēšanu, saņemtā informācija tika izmantota par pamatu parastās vērtības noteikšanai tiem ražotājiem eksportētājiem, kuriem netika piešķirts TER, atbilstoši pamatregulas 2. panta 7. punkta a) apakšpunktam.

(114) Atsevišķus analogajā valstī ražotus izstrādājumu veidus nebija iespējams saskaņot ar izstrādājumu veidiem, kas tiek eksportēti no attiecīgās valsts Savienībā, jo analogās valsts ražotājs neražoja visu Savienībā eksportēto riepu veidus un izmērus. Tādēļ parastā vērtība tiem izstrādājumu veidiem, kuriem nav atbilsmes, bija jānosaka saliktā veidā atbilstoši pamatregulas 2. panta 3. punktam, pamatojoties uz analogās valsts ražotāja ražošanas izmaksām, kurām pieskaitītas pārdošanas, vispārējās un administratīvās izmaksas saprātīgā apmērā, kā arī peļņa.

(115) Komisija aprēķināja vidējās ražošanas izmaksas ("RI") par kg attiecībā uz katru riepu pozīciju, proti, priekšējām, piedziņas, visu pozīciju un piekabju riepām katrā attiecīgajā līmenī (1., 2. un 3.), un katru riepu veidu (kameras riepas vai riepas bez kameras), pamatojoties uz pārbaudītiem ražošanas izmaksu datiem no Brazīlijas ražotāja. Šīs vidējās ražošanas izmaksas bija robežās no CNY 20,03/kg līdz CNY 21,29/kg. Komisija aprēķināja katra Ķīnas ražotāju eksportētā neatbilstošā izstrādājuma koda numura vērtību, reizinot tā svaru ar vidējām ražošanas izmaksām katrai riepas montāžas pozīcijai, veidam un segmentam. Tad Komisija pievienoja vispārējās un administratīvās izmaksas (35–45 % no ražošanas izmaksām), pamatojoties uz faktiskajiem datiem par ražošanu un pārdošanu, kā noteikts pamatregulas 2. panta 6. punktā. Visbeidzot, tā pievienoja pamatotu peļņas daudzumu (23–28 % no ražošanas izmaksām), izmantojot vidējo peļņas normu saistībā ar rentablu izstrādājumu pārdošanu.

3.2. **Eksporta cena**

(116) Izlasē iekļautie ražotāji eksportētāji eksportēja uz Savienību tieši neatkarīgiem klientiem, vai arī izmantojot saistītus vai nesaistītus uzņēmumus, kas kalpoja kā importētāji.

(117) Ja ražotāji eksportētāji eksportēja attiecīgo izstrādājumu tieši neatkarīgiem klientiem Savienībā, eksporta cena bija faktiski samaksātā vai maksājamā cena par attiecīgo izstrādājumu, kad tas tika pārdots eksportam uz Savienību, atbilstoši pamatregulas 2. panta 8. punktam.

(118) Ja ražotāji eksportētāji eksportē attiecīgo izstrādājumu uz Savienību, izmantojot saistītus uzņēmumus, kas kalpo kā importētāji, eksporta cena tika noteikta, pamatojoties uz cenu, par kādu importētais izstrādājums tika pirmo reizi pārdots tālāk neatkarīgiem klientiem Savienībā, atbilstoši pamatregulas 2. panta 9. punktam. Šādos gadījumos tika veikti cenas pielāgojumi attiecībā uz visām izmaksām, kas bija radušās laikā starp importu un tālākpārdošanu, tostarp vispārējām un administratīvām izmaksām, izdevumiem un peļņu.

(119) Viena *Aeolus Group* meitasuzņēmuma gadījumā (*Pirelli Tyre Co., Ltd.*) Komisija noteiktajā termiņā nesaņēma vajadzīgos datus, lai noteiktu eksporta cenu. Komisija 2018. gada 23. martā informēja uzņēmumu, ka tā saistīto importētāju iesūtītās anketas ir nepilnīgi aizpildītas un ka tam jāpārskata un atkārtoti jāiesniedz atbildes uz

anketas jautājumiem. Uzņēmums tika informēts par to, ka gadījumā, ja noteiktajā termiņā netiks iesniegta izsmeļoša un precīza informācija, Komisija varētu izmantot pieejamos faktus atbilstīgi pamatregulas 18. pantam. Attiecīgais uzņēmums 2018. gada 4. aprīlī iesniedza pārskatītas atbildes. Tomēr Komisija uzskatīja, ka tās joprojām ir nepilnīgas, tāpēc tā nevarēja šīs atbildes apstrādāt dempinga un kaitējuma analīzes vajadzībām. Tā rezultātā Komisija ir noteikusi dempinga starpību, pamatojoties uz pārbaudītu informāciju, ko iesniedza citi pārbaudīti *Aeolus Group* uzņēmumi, proti, *Aeolus Tyre* un *Chonche Auto Double Happiness Tyre*. *Aeolus Group* atlikušās procedūras vajadzībām tika aicināta atjaunināt datus par *Pirelli*.

3.3. **Salīdzinājums**

(120) Komisija salīdzināja parasto vērtību un izlasē iekļauto ražotāju eksportētāju eksporta cenu, pamatojoties uz ražotāja noteiktu *EXW* cenu. Dempinga starpības tika noteiktas, salīdzinot izlasē iekļauto ražotāju eksportētāju individuālās *EXW* cenas attiecīgi vai nu ar analogās valsts ražotāja pārdošanas cenām pašmāju tirgū, vai ar salikto parasto vērtību.

(121) Lai parastās vērtības un eksporta cenas salīdzinājums būtu taisnīgs, saskaņā ar pamatregulas 2. panta 10. punktu tika izdarītas pienācīgas korekcijas, ņemot vērā atšķirības, kas ietekmē cenas un cenu salīdzināmību. Komisija veica turpmāk aprakstītos pielāgojumus attiecībā uz eksporta cenu un parasto vērtību, izmantojot datus, ko izlasē iekļautie piegādātāji un analogās valsts ražotāji sniedza savās atbildēs uz anketas jautājumiem un pārbaudes apmeklējuma laikā: izmaksas saistībā ar attiecīgā izstrādājuma piegādi, piemēram, autotransporta un jūras kravu pārvadājumu, apdrošināšanas, kravas apstrādes, iekraušanas izmaksas un papildizmaksas (8–18 %); bankas komisijas maksas un kredīta izmaksas (0–1 %); garantija un atlaides (2–3 %); netiešie nodokļi (4 %). Visbeidzot, viena ražotāja eksportētāja gadījumā pielāgojumi tika veikti saistībā ar komisijas maksu, ko tas maksāja savam mātesuzņēmumam (2–5 %).

3.4. **Dempinga starpība**

(122) Attiecībā uz izlasē iekļautajiem ražotājiem eksportētājiem Komisija salīdzināja katra līdzīgā izstrādājuma veida vidējo svērto normālo vērtību ar attiecīgā izstrādājuma atbilstošā veida vidējo svērto eksporta cenu, kā noteikts pamatregulas 2. panta 11. un 12. punktā.

(123) Ražotājiem eksportētājiem, kuri sadarbojās un nebija iekļauti izlasē, dempinga starpība tika noteikta atbilstoši pamatregulas 9. panta 6. punktam. Šī starpība tika aprēķināta kā vidējā svērtā vērtība, pamatojoties uz izlasē iekļautajiem ražotājiem eksportētājiem noteiktajām starpībām.

(124) Attiecībā uz visiem pārējiem ražotājiem eksportētājiem Ķīnas Tautas Republikā Komisija noteica sadarbības līmeni Ķīnas Tautas Republikā. To aprēķināja, nosakot ražotāju eksportētāju, kas sadarbojās, eksporta apjoma uz Savienību proporciju eksporta kopapjomā no attiecīgās valsts uz Savienību.

(125) Sadarbības līmenis bija augsts. Tāpēc atlikusī dempinga starpība, kas bija piemērojama visiem pārējiem ĶTR ražotājiem eksportētājiem, tika provizoriski noteikta tādā līmenī, kas atbilst augstākajai dempinga starpībai, kas izlasē tika konstatēta attiecībā uz ražotājiem eksportētājiem, kuri sadarbojās.

(126) Pagaidu dempinga starpības, kas izteiktas procentos no *CIF* cenas līdz Savienības robežai pirms nodokļu samaksas, ir šādas:

Uzņēmums	Pagaidu dempinga starpība (%)
Xingyuan Group	166,7
Giti Group	98,7
Aeolus Group	151,2
Hankook Group	80,4
Citi uzņēmumi, kuri sadarbojās	110,3
Visi pārējie uzņēmumi	166,7

4. KAITĒJUMS

4.1. Savienības ražošanas nozares definīcija un Savienības ražošanas apjoms

(127) Attiecīgajā periodā līdzīgo izstrādājumu Savienībā ražoja vairāk nekā 380 ražotāji. Tie veido "Savienības ražošanas nozari" pamatregulas 4. panta 1. punkta nozīmē.

(128) Tika noskaidrots, ka Savienības kopējais ražošanas apjoms izmeklēšanas periodā bija aptuveni 20,9 miljoni riepu. Pamatojoties uz izmeklēšanā iegūtajiem datiem, Komisija noteica Savienības kopējā ražošanas apjoma rādītāju. Kā minēts 24. apsvērumā, galīgajā izlasē iekļauto desmit Savienības ražotāju ražošanas apjomi veido vairāk nekā 36 % no Savienības ražošanas un pārdošanas apjoma, ko ziņojuši tie līdzīgā izstrādājuma ražotāji Savienībā, kas sadarbojās. Tādēļ mikroekonomiskie rādītāji tika pārbaudīti, pamatojoties uz datiem, kas tika iegūti no šo desmit Savienības ražotāju sniegtajām atbildēm.

(129) Savienības ražošana ir sadrumstalota – tajā piedalās lielas uzņēmumu grupas un vairāk nekā 380 MVU visā Savienībā. Lielie uzņēmumi veido aptuveni 90 % no Savienības kopējā ražošanas apjoma un 85 % no Savienības ražotāju pārdošanas apjoma Savienībā. MVU ir iesaistīti atjaunotu riepu ražošanā un veido atlikušos 10 % no Savienības ražošanas apjoma un 15 % no Savienības ražotāju pārdošanas apjoma Savienībā.

(130) Tika konstatēts, ka izlasē iekļautie ražotāji importē attiecīgo izstrādājumu no ĶTR un pārdod to tālāk Savienības tirgū. Tomēr salīdzinājumā ar šo ražotāju kopējo pārdošanas apjomu, minētais imports ir niecīgs un tas neietekmē viņu Savienības ražotāja statusu.

4.2. Patēriņš Savienībā

(131) Savienības patēriņš tika noteikts, pamatojoties uz *ETRMA* sniegto informāciju, *Eurostat* importa datiem, kas bija ziņoti ar KN kodiem 4011 20 90 un 4012 12 00, kā arī no protektoru piegādātājiem saņemto informāciju.

(132) Attiecīgajā periodā patēriņš Savienībā bijā šāds:

1. tabula

Patēriņš Savienībā (gab. skaits)

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Kopējais patēriņš Savienībā	20 248 578	20 782 365	21 452 278	21 590 193
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*102,6*	*105,9*	*106,6*

Avots: ETRMA, Eurostat Comext un protektoru piegādātāji.

(133) Patēriņš Savienībā attiecīgajā periodā palielinājās. Kopumā attiecīgajā periodā patēriņš palielinājās par 6,6 % no aptuveni 20,2 miljoniem riepu līdz 21,6 miljoniem riepu izmeklēšanas periodā.

4.3. Vispārīga informācija par Savienības tirgu

4.3.1. *Vispārīgs apraksts*

(134) Savienības kravas automobiļu un autobusu riepu tirgū valda ļoti sīva konkurence, kurā darbojas daudzi ražotāji un zīmoli.

(135) Savienības tirgus ir sadalīts starp oriģinālā aprīkojuma pārdevējiem kravas automobiļu un autobusu ražotājiem un nomaiņas riepu tirgu. Tirgus pieprasījumu pēc kravas automobiļu un autobusu riepām oriģinālā aprīkojuma nozarē veicina kravas automobiļu un autobusu ražošana, savukārt pakārtoto tirgu ietekmē daudzi faktori, tostarp saimnieciskā darbība, pārdošanas apjoms, lielums, sastāvs un kravas automobiļu un autobusu izmantošana, kā arī ekspluatācijā esošais autobusu un kravas automobiļu parks Ķīnas importa izstrādājumu tirdzniecība ir galvenokārt koncentrēta nomaiņas riepu tirgū.

(136) Aptuveni 17 % no Savienības kopējā patēriņa veido oriģinālais aprīkojums, kas tiek pārdots kravas automobiļu un autobusu ražotājiem. Pārējās kravas automobiļu un autobusu riepas Savienībā tieši vai pastarpināti kā nomaiņas riepas tiek pārdotas kravas automobiļu un autobusu īpašniekiem. Nomaiņas riepas aptver plašāku riepu spektru, un tās tiek pārdotas lielākā skaitā atšķirīgu kanālu ar dažādām tirgvedības stratēģijām. Nomaiņas riepas var pārdot tieši galalietotājiem vai saistītiem vai nesaistītiem izplatītājiem, kuri tās pārdod tālāk galalietotājiem.

(137) Galvenie pārdošanas kanāli ir pārdošana izplatītājiem, kuri pārdod riepas tālāk kravas automobiļu un autobusu parku īpašniekiem, dažkārt papildus nodrošinot pakalpojumus (pārbaudi, uzturēšanu, apkopes pakalpojumus).

(138) Cenu, ko patērētāji ir gatavi maksāt par kravas automobiļu un autobusu riepām, ietekmē arī zīmolvedība. Zīmoli bieži vien tiek saistīti ar šķietamu kvalitāti un apkalpošanu, jo īpaši saistībā ar augstākas kvalitātes riepām.

4.3.2. *Jaunu un atjaunotu riepu saistība*

(139) Komisija noteica, ka galvenie Savienības ražotāji bija koncentrēti 1. un 2. līmenī, kura ietvaros riepas tika/tiek ražotas tā, lai tām būtu ilgs aprites cikls un lai tās varētu atjaunot. Tas attaisnoja ievērojami augstākas cenas (un peļņas normas) par 1. un 2. līmeņa riepu sagaidāmajiem augstajiem veiktspējas rādītājiem.

(140) Izmeklēšanā tika konstatēts, ka lielākie Savienības ražotāji aktīvi reklamē savu riepu atjaunojamību, lai radītu uzticību zīmolam un nošķirtu savus izstrādājumus no lētākām importētām 3. līmeņa riepām. Tādējādi izmeklēšana ir parādījusi, ka liela daļa no vērtības, kas tiek attiecināta uz 1. un 2. līmeņa riepām, patiesībā izriet no 3. līmeņa riepu atjaunošanas nozares pastāvēšanas.

(141) Tomēr lielās atjaunotu un jaunu riepu savstarpējās aizstājamības dēļ 3. līmeņa riepas ir visneaizsargātākās pret lētu attiecīgā izstrādājuma importu no Ķīnas. Tas jo īpaši attiecas uz gadījumiem, kad lietotāji ir informēti par to, ka no veiktspējas viedokļa atjaunotas riepas un jaunas zemas kvalitātes riepas būtiski neatšķiras. Šīs savstarpējās aizstājamības dēļ cena ir noteicošais faktors, patērētājiem pieņemot lēmumu par to, vai iegādāties atjaunotu riepu vai jaunas 3. līmeņa riepas.

(142) Komisija aicina ieinteresētās personas sniegt piezīmes par provizorisko novērtējumu un nodrošināt informāciju, kas apstiprina šo analīzi vai ir ar to pretrunā, lai gūtu pēc iespējas pilnīgāku priekšstatu šīs izmeklēšanas noslēguma posmā.

4.4. **Imports no attiecīgās valsts**

4.4.1. *Importa no attiecīgās valsts apjoms un tirgus daļa*

(143) Komisija noteica importa apjomu, pamatojoties uz *Eurostat* datiem. Importa tirgus daļa tika noteikta, pamatojoties uz datiem par patēriņu Savienībā, kas sniegti 1. tabulā.

(144) Importa dinamika no attiecīgās valsts Savienībā bija šāda:

2. tabula

Importa apjoms (gab. skaits) un tirgus daļa

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Importa apjoms no ĶTR (gab. skaits)	3 471 997	3 840 290	4 420 368	4 596 098
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*110,6*	*127,3*	*132,4*
Tirgus daļa (%)	17,1	18,5	20,6	21,3
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*107,8*	*120,2*	*124,1*

Avots: Eurostat Comext.

(145) Saskaņā ar *Eurostat* datiem attiecīgajā periodā importa apjoms no ĶTR palielinājās par 32 % – no 3,5 miljoniem riepu 2014. gadā līdz aptuveni 4,6 miljoniem riepu izmeklēšanas periodā. Tā rezultātā augoša tirgus apstākļos no Ķīnas importēto riepu tirgus daļa palielinājās no 17,1 % līdz 21,3 %.

4.4.2. *No attiecīgās valsts importēto riepu cenas*

(146) Komisija noteica importēto izstrādājumu cenu, pamatojoties uz *Eurostat* datiem. Pamatojoties uz izlasē iekļauto Ķīnas ražotāju eksportētāju sniegto informāciju, tika konstatēta importēto izstrādājumu cenu samazināšana.

(147) No attiecīgās valsts Savienībā importēto izstrādājumu vidējai cenai bija šāda dinamika:

3. tabula

Importa cenas (EUR/gab.)

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
ĶTR	144,4	144,3	127,7	128,8
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*99,9*	*88,4*	*89,1*

Avots: Eurostat Comext.

(148) Attiecīgajā periodā Savienībā importēto Ķīnas izstrādājumu cenas samazinājās par 11 %.

4.4.3. *Cenu samazināšana*

(149) Komisija izmeklēšanas periodā konstatēja cenu samazināšanu, salīdzinot:

1) izlasē iekļauto Savienības ražotāju katra izstrādājuma veida cenu un segmenta vidējo svērto pārdošanas cenu nesaistītiem klientiem Savienības tirgū, kas koriģēta atbilstoši *EXW* līmenim; un

2) izlasē iekļauto Ķīnas ražotāju eksportētāju importēto katra izstrādājumu veida un segmenta atbilstošās vidējās svērtās cenas pirmajam neatkarīgajam klientam Savienības tirgū, kuras noteiktas, pamatojoties uz *CIF* (izmaksas, apdrošināšana, frakts), veicot atbilstīgas muitas nodokļu un pēcimporta izmaksu korekcijas.

(150) Šāds cenu salīdzinājums tika veikts darījumiem pa izstrādājuma veidiem vienā un tajā pašā tirdzniecības līmenī, pēc nocenojumu un atlaižu atņemšanas vajadzības gadījumā veicot atbilstīgas korekcijas. Salīdzinājuma rezultāts tika izteikts procentos no izlasē iekļauto Savienības ražotāju apgrozījuma izmeklēšanas periodā. Tas uzrādīja, ka saistībā ar attiecīgā izstrādājuma importu no attiecīgās valsts Savienības tirgū vidējā svērtā samazinājuma starpība bija no 21 % līdz 31 % robežās. Turklāt trīs līmeņos konstatētā vidējā svērtā samazinājuma starpība bija būtiska: 1. un 2. līmeņa riepu gadījumā – 24 % un 3. līmeņa riepu gadījumā – no 21 % līdz 31 %. Ievērojamais samazinājuma līmenis parāda dempinga izraisīto lielo ietekmi šajā gadījumā.

4.5. **Savienības ražošanas nozares ekonomiskais stāvoklis**

4.5.1. *Vispārīgas piezīmes*

(151) Saskaņā ar pamatregulas 3. panta 5. punktu pārbaudot importa par dempinga cenām ietekmi uz Savienības ražošanas nozari, tika veikts arī visu to ekonomisko rādītāju novērtējums, kas raksturo Savienības nozares stāvokli attiecīgajā periodā.

(152) Kā minēts 19. un 27. apsvērumā, lai noteiktu iespējamo Savienības ražošanas nozarei nodarīto kaitējumu, bija jāveic ražotāju atlase.

(153) Lai noteiktu kaitējumu, Komisija nošķīra makroekonomiskos un mikroekonomiskos kaitējuma rādītājus. Komisija, vajadzības gadījumā pamatojoties uz sūdzībā sniegtajiem datiem, *Eurostat* statistiku, kā arī *ETRMA* sniegto informāciju, novērtēja makroekonomiskos rādītājus, lai nodrošinātu, ka dati attiecas uz visiem Savienības ražotājiem. Mikroekonomiskos rādītājus Komisija novērtēja, pamatojoties uz datiem, ko savās anketas atbildēs bija snieguši izlasē iekļautie Savienības ražotāji, kā arī uz *ETRMA* informāciju. Šie dati attiecās uz izlasē iekļautajiem Savienības ražotājiem. Abi datu kopumi tika atzīti par reprezentatīviem attiecībā uz Savienības ražošanas nozares ekonomisko stāvokli.

(154) Makroekonomiskie rādītāji ir šādi: ražošanas apjoms, ražošanas jauda, jaudas izmantojums, pārdošanas apjoms, tirgus daļa, izaugsme, nodarbinātība, ražīgums un dempinga starpību lielums.

(155) Mikroekonomiskie rādītāji ir šādi: vienības vidējās cenas, vienības izmaksas, darbaspēka izmaksas, krājumi, rentabilitāte, naudas plūsma, ieguldījumi, ienākums no ieguldījumiem un spēja piesaistīt kapitālu.

(156) Ir divas piezīmes par kaitējuma rādītāju analīzes metodiku.

(157) Kā minēts 23. apsvērumā, Savienības ražotājus lieluma ziņā veido divu kategoriju uzņēmumi: lieli uzņēmumi un MVU (ļoti sadrumstaloti), kas 2016. gadā attiecīgi veidoja 85 % un 15 % no Savienības ražotāju kopējā pārdošanas apjoma Savienībā. Tomēr Savienības ražotāju atlases rezultātā izlasē iekļauto MVU pārdošanas dati atspoguļoja aptuveni 4 % no izlasē iekļauto Savienības ražotāju kopējā pārdošanas apjoma Savienībā. Tāpēc Komisija nolēma izvērtēt izlasē iekļauto Savienības ražotāju rezultātus saskaņā ar katras uzņēmumu kategorijas tirgus daļu. Tā kā MVU piedalās tikai 3. līmeņa segmentā, no šī pielāgojuma tiešā veida izrietēja 3. līmeņa riepu pārdošanas apjoma procentuālā īpatsvara pieaugums izlasē iekļauto Savienības ražotāju datu kopumā.

(158) Turklāt Savienības ražotāju kopējais pārdošanas apjoms Savienībā trīs līmeņu griezumā iedalās šādā proporcijā: 1. līmenis: 51 %, 2. līmenis: 23 %, 3. līmenis: 26 %. Tomēr Savienības dati par izlasē iekļauto Savienības ražotāju pārdošanas datiem pat pēc 161. apsvērumā aprakstītā pielāgojuma neatspoguļoja faktisko Savienības pārdošanas apjomu līmeņu griezumā. Tāpēc Komisija pieņēma lēmumu izvērtēt izlasē iekļauto Savienības ražotāju rezultātus saskaņā ar katra līmeņa īpatsvaru kopējā Savienības ražotāju pārdošanas apjomā Savienībā, lai nodrošinātu, ka trīs līmeņi visos mikrorādītājos ir atspoguļoti atbilstīgi to īpatsvaram kopējā Savienības pārdošanas apjomā.

(159) Vairākas personas norādīja, ka gadījumā, ja Komisija piemēro iedalīšanu trīs līmeņos, katrā līmenī ir jāveic kaitējuma noteikšana. Jo īpaši bija jānovērtē Savienības nozares situācija, kā arī importa ietekme atbilstīgi līmenim, piemēram, ir jānovērtē 2. līmeņa importa (gan no Ķīnas, gan citām valstīm) ietekme uz Savienības 2. līmeņa riepu ražotājiem.

(160) Komisija uzskatīja, ka, neskatoties uz Savienības tirgus iedalījumu segmentos, 78. apsvērumā definētajām riepām ir kopīgas fizikālās, ķīmiskās un tehniskās īpašības un tās ir savstarpēji aizvietojamas. Tāpēc saistībā ar attiecīgo izstrādājumu tika veikta kaitējuma noteikšana atbilstīgi PTO Antidempinga līgumam. Apelācijas institūcija konstatēja, ka "gadījumos, kad izmeklēšanas iestādes pārbauda vienu iekšzemes nozares daļu, tām principā līdzīgā veidā būtu jāpārbauda visas pārējās šo nozari veidojošās daļas, kā arī nozari kopumā" ([1]). Tādējādi saskaņā ar PTO regulējumu segmentu analīze ir iespējama, bet tā ir jāpapildina ar visas nozares analīzi. Līdzīgā kārtā Vispārējā tiesa apstiprināja, ka kaitējuma analīze var būt vērsta uz vienu līmeni, kuru visvairāk skāris importa dempings ([2]).

(161) Tāpēc Komisija veica konkrētu rādītāju analīzi segmentu līmenī. Kā norādīts 212.–216. apsvērumā, šī analīze apstiprina, ka Savienības nozarei kopumā tika radīts kaitējums un ka ar attiecīgo izstrādājumu saistītās tendences kopumā atbilst tendencēm, kas ir noteiktas saistībā ar atsevišķiem līmeņiem.

(162) Savienības nozares ekonomiskais stāvoklis ir analizēts kopumā un atsevišķu makroekonomisko rādītāju gadījumā arī segmentu līmenī, ņemot vērā Savienības tirgus sadrumstalotību.

4.5.2. *Makroekonomiskie rādītāji*

4.5.2.1. Ražošanas apjoms, ražošanas jauda un jaudas izmantojums

(163) Lēstais Savienības kopējais ražošanas apjoms, ražošanas jauda un jaudas izmantojums attiecīgajā periodā bija šāds.

4. tabula

Ražošanas apjoms, ražošanas jauda un jaudas izmantojums

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Ražošanas apjoms (gab. skaits)	20 722 065	20 199 411	20 496 669	20 863 087
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*98*	*99*	*101*

([1]) WT/DS184/AB/R, 23.8.2001., *United States – Anti-dumping Measures on Certain Hot-Rolled Steel Products from Japan*, 204. punkts.
([2]) Vispārējā tiesa, 2004. gada 28. oktobra spriedums, lieta T-35/01 *Shanghai Teraoka Electronic Co.Ltd* pret Padomi, 129. un 258. punkts.

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Ražošanas jauda (gab. skaits)	27 978 885	27 443 671	25 609 977	25 178 389
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*98*	*92*	*90*
Jaudas izmantojums (%)	74	74	80	83
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*99*	*108*	*112*

Avots: ETRMA, Eurostat Comext importa un eksporta dati, kā arī sūdzības iesniedzēja sniegtā informācija.

(164) Kā redzams 4. tabulā, ražošanas apjoms saglabājās salīdzinoši stabils, izmeklēšanas periodā sasniedzot 20,9 miljonus vienību, un jaudas izmantošanas rādītāji šajā periodā palielinājās par 9 procentpunktiem.

(165) Galveno jaudas izmantošanas kāpuma cēloni var skaidrot tikai ar ievērojamu ražošanas jaudas samazināšanos par 10 %. Tas galvenokārt attiecās uz riepu atjaunošanu, jo attiecīgajā periodā vismaz 85 MVU gandrīz visās dalībvalstīs pārtrauca atjaunotu riepu ražošanu, un tika arī slēgti lielu uzņēmumu meitasuzņēmumi ([1]).

(166) Savienības ražošanas nemainīgā tendence un uzņēmumu slēgšana kontrastē ar patēriņa pieaugumu, kas Savienībā ir vērojams pēc krīzes un no kura Savienības nozare būtu varējusi gūt labumu.

4.5.2.2. Pārdošanas apjoms un tirgus daļa

(167) Savienības ražošanas nozares pārdošanas apjomam un tirgus daļai attiecīgajā periodā bija šāda dinamika.

5. tabula

Pārdošanas apjoms un tirgus daļa

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Kopējais pārdošanas apjoms Savienības tirgū (gab. skaits)	14 584 057	14 558 260	14 385 254	14 426 297
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*99,8*	*98,6*	*99,0*
Tirgus daļa (%)	72,0	70,1	67,1	66,8
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*97,3*	*93,1*	*92,8*

Avots: ETRMA un *Eurostat Comext* dati par importu

(168) Augoša tirgus apstākļos pārdošanas rādītāji Savienības tirgū attiecīgajā periodā saglabājās stabili. Tā rezultātā tirgus daļa samazinājās par 5,2 procentpunktiem (no 72,0 % līdz 66,8 %), bet Ķīnas dempinga riepu pārdošanas apjoms palielinājās par 1,1 miljonu riepu.

4.5.2.3. Izaugsme

(169) Attiecīgajā laikposmā patēriņš Savienībā pieauga par 6,6 %. Neskatoties uz patēriņa palielinājumu, Savienības ražošanas nozares pārdošanas apjoms samazinājās par 1 %, kā rezultātā Savienības ražošanas nozare zaudēja daļu savas tirgus daļas. Attiecīgās valsts importa tirgus daļa attiecīgajā periodā palielinājās.

([1]) "Goodyear Group" 2017. gadā slēdza savu ražotni Apvienotajā Karalistē (aptuveni 330 darbvietu). "Michelin Group" slēdza vairākas ražotnes Savienībā: Francijā tika slēgtas divas ražotnes (2014. gadā – 700 darba ņēmēji un 2017. gadā – 330 darba ņēmēji), un ražotnes tika slēgtas arī Vācijā (2016. gadā – 200 darba ņēmēji), Ungārijā (2015. gadā – 500 darba ņēmēji) un Itālijā. "Continental Group" slēdza vienu ražotni Vācijā.

4.5.2.4. Nodarbinātība un ražīgums

(170) Nodarbinātība un ražīgums attiecīgajā periodā bija šāds.

6. tabula

Nodarbinātība un ražīgums

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Nodarbināto skaits	38 445	36 478	34 959	34 188
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*95*	*91*	*89*
Ražīgums (vienības uz nodarbināto)	539	554	586	610
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*103*	*109*	*113*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem, kā arī protektoru piegādātāju un *ETRMA* sniegtā informācija.

(171) Attiecīgajā periodā tika zaudētas vairāk nekā 4 200 tiešas darbvietas, ietekmējot gan MVU (vismaz 85 ražotāji visā Savienībā ir pārtraukuši ražošanu), gan lielos uzņēmumus, kuri ir slēguši vairākas ražotnes.

(172) Turklāt Itālijas riepu atjaunotāju asociācija (*"AIRP"*) apgalvoja, ka riepu atjaunošanas nozare Savienībā nodrošina aptuveni 13 000 darbvietu ražošanas un izplatīšanas jomā. Riepu atjaunošana ir samērā darbietilpīga nodarbe, un atjaunotas riepas izgatavošanai ir vajadzīgs 3 līdz 4 reizes vairāk darbinieku, nekā jaunas riepas izgatavošanai. Saskaņā ar *AIRP* sniegto informāciju saistītie uzņēmumi pašlaik samazina darbinieku skaitu vai ļoti plaši izmanto bezdarba apdrošināšanas fondus.

(173) Paralēli tam ražīgums pieauga no 539 vienībām uz darba ņēmēju 2014. gadā līdz 610 vienībām uz darba ņēmēju izmeklēšanas laikposmā.

4.5.2.5. Dempinga starpības lielums

(174) Visas dempinga starpības ievērojami pārsniedza *de minimis* līmeni. Ņemot vērā attiecīgās valsts importa apjomu un cenas, faktisko dempinga starpību lieluma ietekme uz Savienības ražošanas nozari bija būtiska.

(175) Šī ir pirmā antidempinga izmeklēšana Savienībā par attiecīgo izstrādājumu. Tādēļ nebija pieejami dati, lai izvērtētu iespējamu iepriekš notikušu dempingu.

4.5.3. *Mikroekonomiskie rādītāji*

4.5.3.1. Cenas un tās ietekmējoši faktori

(176) Savienības ražotāju vienības vidējās pārdošanas cenas nesaistītiem klientiem Savienībā attiecīgajā periodā mainījās šādi:

7. tabula

Pārdošanas cenas Savienībā un ražošanas izmaksas

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Vidējā vienības pārdošanas cena Savienībā (EUR/gab.)	237	225	216	218
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*95*	*91*	*92*

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Ražošanas vidējās izmaksas (EUR/gab.)	200	188	183	188
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*94*	*91*	*94*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem.

(177) Vidējā vienības pārdošanas cena samazinājās par EUR 19, un vienības izmaksas šajā pašā periodā samazinājās par EUR 12. Tas atbilst cenu samazinājumam attiecīgajā periodā par 8 %, bet izmaksas samazinājās par 6 %.

(178) Salīdzinājumā ar 2016. gadu ražošanas izmaksas izmeklēšanas perioda laikā palielinājās, bet pārdošanas cenā tas nevarēja pilnībā atspoguļoties.

(179) Tika veikta atsevišķa trīs līmeņu analīze, pamatojoties uz aprakstīto metodiku.

(180) 1. līmenī vidējā vienības pārdošanas cena samazinājās par EUR 25, un vienības izmaksas šajā pašā periodā samazinājās par EUR 19. Abi rādītāji attiecīgajā periodā samazinājās par 9 %.

8. tabula

Pārdošanas cenas Savienībā un ražošanas izmaksas – 1. līmenis

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Vidējā vienības pārdošanas cena Savienībā (EUR/gab.)	270,8	255,3	245,3	245,7
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*94*	*91*	*91*
Ražošanas vidējās izmaksas (EUR/gab.)	222	200	199	203
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*90*	*89*	*91*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem.

(181) 2. līmenī vidējā vienības pārdošanas cena samazinājās par EUR 27, un vienības izmaksas šajā pašā periodā samazinājās par EUR 17. Tas atbilst vidējās cenas samazinājumam attiecīgajā periodā par 12 %, bet izmaksas samazinājās par 9 %.

9. tabula

Pārdošanas cenas Savienībā un ražošanas izmaksas – 2. līmenis

	2014	2015	2016	Izmeklēšanas periods
Vidējā vienības pārdošanas cena Savienības kopējā tirgū (EUR/gab.)	228	212	193	201
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*93*	*85*	*88*
Ražošanas vidējās izmaksas (EUR/gab.)	187	176	162	170
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*94*	*87*	*91*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem.

(182) 3. līmenī vidējā vienības pārdošanas cena samazinājās par EUR 9, un vienības izmaksas šajā pašā periodā palielinājās par EUR 2. Tas atbilst vidējās cenas samazinājumam attiecīgajā periodā par 5 %, bet izmaksas samazinājās par 1 %.

10. tabula

Pārdošanas cenas Savienībā un ražošanas izmaksas – 3. līmenis

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Vidējā vienības pārdošanas cena Savienības kopējā tirgū (EUR/gab.)	181	176	172	172
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*97*	*95*	*95*
Ražošanas vidējās izmaksas (EUR/gab.)	170	175	167	172
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*103*	*98*	*101*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem.

4.5.3.2. Darbaspēka izmaksas

(183) Izlasē iekļauto Savienības ražotāju vidējās darbaspēka izmaksas attiecīgajā periodā bija šādas:

11. tabula

Vidējās darbaspēka izmaksas uz vienu darbinieku

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Vidējās darbaspēka izmaksas uz vienu darbinieku (EUR)	43 875	44 961	46 432	46 785
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*102*	*105*	*106*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem.

(184) Vidējās darbaspēka izmaksas attiecīgajā periodā palielinājās par 6 %.

4.5.3.3. Krājumi

(185) Izlasē iekļauto Savienības ražotāju krājumu apmērs attiecīgajā periodā bija šāds:

12. tabula

Krājumi

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Krājumi perioda beigās (indekss 2014. gads = 100)	*100*	*81*	*100*	*144*
Krājumi gada beigās, izteikti procentos no ražošanas apjoma	7 %	6 %	7 %	9 %
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*81*	*97*	*134*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem.

(186) Attiecīgajā periodā krājumi ir palielinājušies par 44 %, sasniedzot aptuveni 9 % no gada ražošanas apjoma. Šī situācija negatīvi ietekmē izlasē iekļauto Savienības ražotāju finansiālo stāvokli.

4.5.3.4. Rentabilitāte, naudas plūsma, ieguldījumi, ienākums no ieguldījumiem un spēja piesaistīt kapitālu

(187) Izlasē iekļauto Savienības ražotāju rentabilitātes, naudas plūsmas, ieguldījumi un ienākumu no ieguldījumiem rādītāji attiecīgajā periodā mainījās šādi:

13. tabula

Rentabilitāte, naudas plūsma, ieguldījumi un ienākums no ieguldījumiem

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Nesaistītiem klientiem Savienībā veiktās pārdošanas rentabilitāte (% no pārdošanas apgrozījuma)	15,6	16,7	15,2	13,7
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*107*	*98*	*88*
Naudas plūsma (milj. EUR)	309	312	292	272
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*101*	*94*	*88*
Ieguldījumi (milj. EUR)	86	63	59	65
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*73*	*69*	*76*
Ienākums no ieguldījumiem (%)	21,0	21,7	19,3	17,6
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*103*	*92*	*84*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem.

(188) Izlasē iekļauto Savienības ražotāju rentabilitāti Komisija noteica, tīro peļņu pirms nodokļu nomaksas no līdzīgā izstrādājuma pārdošanas nesaistītiem klientiem Savienībā izsakot procentos no šīs pārdošanas apgrozījuma.

(189) Vispārējā rentabilitāte samazinājās no 15,6 % 2014. gadā līdz 13,7 % izmeklēšanas periodā. Tas tika aprēķināts, pamatojoties uz katra līmeņa īpatsvaru pārdošanas apjomā, kā paskaidrots 161. un 162. apsvērumā. Rentabilitātes samazināšanās par 1,9 procentpunktiem izriet no cenu samazināšanās (– 8 %), kas noritēja straujāk nekā izmaksu samazināšanās (– 6 %).

(190) Vispārējo rentabilitāti ietekmē 1. līmeņa rentabilitāte, savukārt vienīgi 3. līmenis izmeklēšanas periodā sāka radīt zaudējumus. Turklāt arī nosacītā visas Savienības nozares rentabilitātes tendence piedzīvo lejupslīdi.

(191) Neto naudas plūsma ir Savienības ražotāju spēja pašfinansēt savu darbību. Neto naudas plūsmas tendence rāda samazinājumu par 12 %.

(192) Ienākums no ieguldījumiem ir peļņa, kas izteikta procentos no pamatlīdzekļu uzskaites neto vērtības. Attiecīgajā periodā ienākumiem no ieguldījumiem bija tendence samazināties, proti, no 21,0 % līdz 17,6 %.

(193) Tika veikta atsevišķa trīs līmeņu analīze, pamatojoties uz aprakstīto metodiku.

(194) Attiecīgajā periodā 1. līmeņa rentabilitāte svārstījās. Tā palielinājās no 17,9 % 2014. gadā līdz 21,8 % 2015. gadā, bet izmeklēšanas periodā tā pazeminājās nedaudz zem 2014. gada līmeņa, proti, līdz 17,5 %. Tas ir daļēji izskaidrojams ar ražošanas izmaksu un cenu izmaiņām, jo 2015. gadā, salīdzinot ar pārdošanas cenām, ražošanas izmaksas samazinājās vairāk.

(195) Neto naudas plūsma 1. līmenī saglabājās stabila, bet ienākums no ieguldījumiem attiecīgajā periodā samazinājās no 26,0 % līdz 24,3 %.

14. tabula

1. līmenis: rentabilitāte, naudas plūsma, ieguldījumi un ienākums no ieguldījumiem

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Nesaistītiem klientiem Savienībā veiktās pārdošanas rentabilitāte (% no pārdošanas apgrozījuma)	17,9	21,8	18,9	17,5
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*122*	*106*	*98*
Naudas plūsma (milj. EUR)	191	218	199	192
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*113*	*104*	*100*
Ieguldījumi (milj. EUR)	54	36	35	38
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*68*	*65*	*72*
Ienākums no ieguldījumiem (%)	26,0	29,3	25,0	24,3
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*112*	*96*	*93*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem.

(196) Rentabilitāte 2. līmenī aplūkojamajā periodā samazinājās par 2,6 procentpunktiem (no 17,9 % 2014. gadā līdz 15,3 % izmeklēšanas periodā).

(197) Neto naudas plūsma 2. līmenī būtiski samazinājās (par 22 %), bet ienākums no ieguldījumiem attiecīgajā periodā samazinājās no 20,4 % līdz 16,2 %.

15. tabula

2. līmenis: rentabilitāte, naudas plūsma, ieguldījumi un ienākums no ieguldījumiem

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Nesaistītiem klientiem Savienībā veiktās pārdošanas rentabilitāte (% no pārdošanas apgrozījuma)	17,9	16,7	16,0	15,3
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*93*	*90*	*86*
Naudas plūsma (milj. EUR)	88	76	65	69
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*86*	*74*	*78*
Ieguldījumi (milj. EUR)	18	16	15	17
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*92*	*84*	*97*
Ienākums no ieguldījumiem (%)	20,4	21,4	20,1	16,2
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*105*	*98*	*79*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem.

(198) 3. līmenis izmeklēšanas periodā rada zaudējumus (– 0,4 %). Zaudējumi bija īpaši izteikti maziem un vidējiem uzņēmumiem (– 6,1 % izmeklēšanas periodā). 3. līmenī lielo uzņēmumu rentabilitāte laikposmā no 2014. gada līdz izmeklēšanas periodam samazinājās uz pusi, proti, no 10 % līdz 4,8 %.

(199) Neto naudas plūsma 3. līmenī būtiski samazinājās (par 62 %), bet ienākums no ieguldījumiem attiecīgajā periodā samazinājās no 7,6 % līdz 2,5 %.

16. tabula

3. līmenis: rentabilitāte, naudas plūsma, ieguldījumi un ienākums no ieguldījumiem

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Nesaistītiem klientiem Savienībā veiktās pārdošanas rentabilitāte (% no pārdošanas apgrozījuma)	6,1	0,6	2,7	– 0,4
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*10*	*45*	*– 7*
Naudas plūsma (milj. EUR)	28	17	26	11
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*62*	*93*	*38*
Ieguldījumi (milj. EUR)	14	10	10	10
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*69*	*66*	*66*
Ienākums no ieguldījumiem (%)	7,6	0,2	4,8	2,5
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*2*	*62*	*33*

Avots: pārbaudītas izlasē iekļauto Savienības ražotāju atbildes uz anketas jautājumiem.

4.6. **Līmeņu saistība**

(200) Autobusiem un kravas automobiļiem paredzēto riepu Savienības tirgu smagi skāra ekonomikas krīze. Tā kā riepu patēriņš ir cieši saistīts ar jaunu transportlīdzekļu iegādi un transportlīdzekļu parku nobraukuma kilometriem, tas ir ļoti atkarīgs no vispārējās saimnieciskās darbības. Riepu pārdošanas apjomu tiešā veidā ietekmē izmaiņas saimnieciskajā darbībā un jo īpaši kravu autopārvadājumu apjoms. Periodā, kad kravas automobiļi tiek izmantoti mazāk, samazinās arī vajadzība pēc jaunu kravas automobiļu iegādes un kravas automobiļu riepu nomaiņas, tāpēc riepu tirgu skar lejupslīde.

(201) Pēc ekonomikas krīzes beigām pieprasījuma jomā ir notikušas strukturālas izmaiņas, proti, pāreja no augstākas kvalitātes riepām uz zemākas kvalitātes riepām, un lēmumu par iegādi bieži nosaka cena. Šajā kontekstā Savienības tirgus pārveidi ir būtiski ietekmējuši lētu importētu riepu piedāvājumi un atsevišķu transportlīdzekļu parku vadītāju sniegtā priekšroka lētākām riepām.

(202) Tā kā riepu atjaunotāji saskaras ar lielu spiedienu, ražotņu un darbnīcu slēgšana ir kļuvusi par arvien biežāk novērojamu parādību, kā minēts 175. apsvērumā. Vietējas infrastruktūras trūkuma dēļ nolietotu augstas kvalitātes riepu atjaunošana kļūst mazāk iespējama. Tā rezultātā augstas kvalitātes vairākkārt atjaunojamu riepu iegāde vairs nav tik pievilcīgs risinājums. Ņemot vērā šīs norises, kā arī saskaroties ar lētu 3. līmeņa riepu importu, kas veido lielāko daļu Ķīnas importa apjoma, jaunu riepu ražotājiem Savienībā nav citas izvēles kā vien stiprināt savu klātbūtni 3. līmenī.

(203) Visbeidzot, ir skaidri novērojama arī konkurence starp segmentiem, ņemot vērā zemāko līmeņu cenu ietekmi uz augstākā līmeņa cenām. Lētie importa izstrādājumi Savienībā ir ietekmējuši 1. līmeņa riepu cenas. Sūdzības iesniedzējs apgalvoja, ka šī ietekme ir bijusi vēl pamanāmāka reģionos, kur 3. līmeņa riepas bija izplatītākas (t. i., šajos apvidos 1. līmeņa riepu cena parasti bija zemāka nekā citos Savienības apvidos, izceļot 3. līmeņa riepu radītās konkurences ietekmi uz 1. līmeņa riepām).

(204) Tas nozīmē, ka uzņēmēji, šķiet, daļu no saviem pirkumiem ir novirzījuši no 1. vai 2. līmeņa riepām uz 3. līmeņa riepām, kas liecina, ka konkurence notiek dažādos segmentos.

(205) Turpmāk sniegtajā tabulā ir parādīts līmeņu īpatsvars Savienības patēriņā 2012. un 2016. gadā. Šajā periodā Savienības patēriņš pieauga par aptuveni 3,8 miljoniem gab., un vairāk nekā 90 % šā pieauguma attiecās uz 3. līmeni (aptuveni 3,6 miljoni gab.). Tā rezultātā 3. līmeņa relatīvā nozīme mainījās, šā līmeņa īpatsvaram Savienības kopējā patēriņā palielinoties no 27 % līdz 39 %.

17. tabula

Savienības patēriņa sadalījums atbilstoši līmenim 2012. un 2016. gadā

	2012.	2016.
Patēriņš Savienībā	17 684 000	21 452 278
1. līmenis	46 %	37 %
2. līmenis	27 %	24 %
3. līmenis	27 %	39 %

Avots: ETRMA un *Eurostat Comext.*

(206) Pamatojoties uz apkopoto informāciju, Komisija secināja, ka pagātnē 1. līmeņa riepas noteica cenu atskaites punktu attiecībā uz pārējiem līmeņiem. Galvenie Savienības ražotāji bija koncentrēti 1. un 2. līmenī, kuru ietvaros riepas tika/tiek ražotas tā, lai tām būtu ilgs aprites cikls un lai tās varētu atjaunot. Tas attaisnoja ievērojami augstākas cenas (un peļņas normas) par 1. un 2. līmeņa riepu sagaidāmajiem augstajiem veiktspējas rādītājiem. Patērētāji novērtēja šīs fizikālās un veiktspējas īpašības un bija gatavi par tām maksāt augstākas cenas. Tomēr Komisijas rīcībā esošā informācija parādīja, ka iepriekšminētā cenu noteikšanas tendence ir mainījusies un ir sācies "apvērstas kaskādes efekts", 3. līmeņa cenām ietekmējot 1. līmeni. Vērts pieminēt, ka lielākā daļa lēto importa izstrādājumu ir saistīti ar 3. līmeni, kurā izmeklēšanas periodā Savienības ražotāji cieta zaudējumus.

(207) Pamatojoties uz iepriekš izklāstīto, Komisija provizoriski secināja, ka starp līmeņiem pastāv simbiotiska saikne, cenu spiedienam uz 3. līmeni ietekmējot arī citu līmeņu cenas.

4.7. **Secinājums par kaitējumu**

(208) Kopā ņemot, kaitējuma rādītāji apliecina, ka Savienības nozare kopumā ir bijusi pakļauta intensīvam spiedienam. Izmeklēšanas periodā samazinājās ražošanas jauda, ieguldījumi un nodarbinātības rādītāji, un, neraugoties uz pārdošanas cenu samazināšanos, tika zaudēta ievērojama tirgus daļa. Tirgus daļu uz Savienības nozares rēķina neatkarīgi no segmentācijas pārņēma attiecīgo izstrādājumu importētāji, un no tā izrietēja vairāk nekā 4 200 darbvietu zaudējums. Rentabilitātes rādītājs attiecībā uz nozari kopumā ir aptuveni 14 %, tomēr laikposmā no 2014. gada līdz izmeklēšanas periodam rentabilitāte samazinājās par 1,9 procentpunktiem, un laikposmā no 2015. gada līdz izmeklēšanas periodam – par 3 procentpunktiem. Turklāt arī nosacītā visas Savienības nozares rentabilitātes tendence piedzīvo lejupslīdi.

(209) Tika arī provizoriski noteikts, ka Ķīnas imports ievērojami samazina Savienības nozares cenas, kas savukārt liecināja par tiešu un būtisku ietekmi uz veiktspējas rādītāju pazemināšanos un jaudas, ražošanas, nodarbinātības un citu Savienības nozares kaitējuma rādītāju pasliktināšanos. Negatīvā tendence visvairāk ietekmēja 3. līmeni, kura ietvaros daudzi riepu atjaunotāji MVU izstājās no tirgus un nespēja gūt labumu no ekonomikas atveseļošanās nozarē, kuru galu galā pārņēma lētais imports. Jāatgādina, ka uzņēmumi, kas galvenokārt darbojas 3. līmenī, veido aptuveni 20 % no Savienības kopējā ražošanas apjoma. Zaudējumi, kas ir skāruši 3. līmeni, nav ilgtspējīgi un apdraud visas Savienības riepu atjaunošanas nozares izdzīvošanu.

(210) Turklāt cenu spiediens ietekmēja arī augstāko līmeņu cenas. Lēta, galvenokārt 3. līmeņa riepu, importa radītais augošais 3. līmeņa cenu spiediens ir izraisījis līdzīgu tendenci 2. līmenī, kura ietvaros pārdošanas cenas attiecīgajā periodā samazinājās par 12 % un pat 1. līmeņa cenas bija jāsamazina par 9 %, lai saglabātu to konkurētspēju.

(211) Ņemot vērā cenu saistību starp līmeņiem, pat 1. līmeni, kas bija uzrādījis vislabākos rezultātus, negatīvi ietekmēja iepriekšējā nodaļā aprakstītais apvērstas kaskādes cenu spiediens uz visiem trīs līmeņiem. Tas izraisīja rūpniecības lejupslīdi, vērtības zudumu visu trīs līmeņu piegādes ķēdē, kā arī Savienības tirgū pieejamo riepu kvalitātes pasliktināšanos. Turklāt intensīvai cenu konkurencei visos trīs līmeņos kā blakusefekts rodas negatīvas sekas jaudas izmantojuma jomā, izraisot krājumu palielināšanos nozarē (12. tabula) un naudas plūsmas un ieguldījumu samazināšanos (13. tabula). Visbeidzot, riepu atjaunošanas nozares lejupslīde Savienībā ietekmē arī rentabilitāti, ko var panākt uzņēmumi, kas darbojas 1. un 2. līmenī.

(212) Tādēļ provizoriski ir secināts, ka Savienības ražošanas nozare ir cietusi kaitējumu pamatregulas 3. panta 5. punkta nozīmē.

(213) Turklāt sūdzību iesniedzēji apgalvoja, ka pastāv kaitējuma padziļināšanās risks. Viņi pauda viedokli, ka citos importa un eksporta tirgos ir veikti daudzi pasākumi, kas varēja izraisīt tūlītēju tirdzniecības novirzīšanu. Turklāt tika norādīts, ka Savienības ražotāji ir apdraudēti to eksporta tirgos, jo dažas valstis, piemēram, Turcija, bija sākušas izmeklēšanu saistībā ar aizsardzības pasākumu noteikšanu. Kaitējuma padziļināšanās risks arī būtu saistīts ar milzīgiem jaudas pārpalikumiem ĶTR, kur neizmantotā jauda veido aptuveni 40 % no Ķīnas pašreizējā eksporta. Sūdzību iesniedzēji arī pauda bažas par strukturālo ietekmi uz ES riepu tirgu, jo būtu arvien grūtāk attaisnot papildu izmaksas saistībā ar augstas kvalitātes riepu iegādi, ja vairākkārtējas riepu atjaunošanas iespēja izzustu kopā ar riepu atjaunošanas nozari. Visbeidzot, sūdzību iesniedzēji prognozēja pastāvīgu ĶTR riepu kvalitātes uzlabošanos. Ja augstākas kvalitātes riepām no ĶTR būs ļauts konkurēt ar Savienības riepām par dempinga cenām, Savienības riepu nozares peļņas normas samazināsies un tādējādi vājināsies tās iespēja veikt ieguldījumus un īstenot inovācijas. Tā rezultātā Savienības nozare, iespējams, būs spiesta izmantot zemākas kvalitātes riepas, un vajadzība pēc ieguldījumiem un pētniecības un izstrādes samazināsies, vēl vairāk ietekmējot šo riepu atjaunojamību.

(214) Komisija šajā posmā novēroja, ka ĶTR "Riepu nozares politika" ([1]) mudina riepu ražotājus veikt uzlabojumus saistībā ar riepu tehniskajiem aspektiem un zīmolvedību (piemēram, īstenot zīmolvedības stratēģijas pasākumus, uzlabot zīmola popularitāti un reputāciju un turpināt palielināt zīmola vērtību), kā arī norādīja, ka joprojām notiek paralēlas antisubsidēšanas lietas izskatīšana. Tāpēc, ņemot vērā iepriekš izklāstīto, tā aicināja ieinteresētās personas sniegt piezīmes par iepriekšējā apsvērumā minētajiem sūdzību iesniedzēju argumentiem, lai sniegtu tai iespēju analizēt šos argumentus galīgajā posmā.

5. **CĒLOŅSAKARĪBA**

(215) Saskaņā ar pamatregulas 3. panta 6. punktu Komisija pārbaudīja, vai no attiecīgās valsts par dempinga cenām importētie izstrādājumi ir radījuši Savienības ražošanas nozarei būtisku kaitējumu. Saskaņā ar pamatregulas 3. panta 7. punktu Komisija arī pārbaudīja, vai citi zināmi faktori tajā pašā laikā varētu būt izraisījuši kaitējumu Savienības ražošanas nozarei.

(216) Komisija pārliecinājās, ka imports par dempinga cenām netiek saistīts ar iespējamu kaitējumu, ko varētu būt izraisījuši citi faktori, kuri nav saistīti ar importu par dempinga cenām no attiecīgās valsts. Šie faktori ir: imports no citām trešām valstīm, Savienības ražotāju eksporta pārdošanas rezultāti un izmaksu izmaiņas.

5.1. **Par dempinga cenām importēto izstrādājumu radītās sekas**

(217) No ĶTR par dempinga cenām importēto izstrādājumu cenas izmeklēšanas periodā bija ievērojami zemākas par Savienības ražošanas nozares noteiktajām cenām ar samazinājuma starpību robežās no 21 % līdz 31 %, kā rezultātā samazinājās Savienības ražošanas nozares tirgus daļa un rentabilitāte (attiecīgi no 72,0 % līdz 66,8 % un no 15,6 % 2014. gadā līdz 13,7 % attiecīgajā periodā). Faktiski attiecīgajā periodā Savienības ražošanas nozares pārdošanas apjomi nedaudz samazinājās, savukārt importa apjoms no ĶTR pieauga par 32 %, tādējādi aizpildot lielāko daļu Savienības patēriņa pieauguma.

(218) Kopumā attiecīgajā periodā Savienības ražošanas nozares zaudēto tirgus daļu (– 5,2 procentpunktus) pārņēma imports no Ķīnas (+ 4,2 procentpunkti).

(219) Kaitējuma rādītāju analīze 155.–203. apsvērumā liecina, ka Savienības ražošanas nozares ekonomiskais stāvoklis un it īpaši tās finansiālais stāvoklis ir pasliktinājies un sakrīt ar ĶTR izcelsmes izstrādājumu importu lielos apjomos. Šo importa izstrādājumu cenas ir noteiktas zemākā līmenī nekā Savienības ražošanas nozares

([1]) Rūpniecības un informācijas tehnoloģiju ministrijas paziņojums par "Riepu nozares politikas" iespiešanu un izplatīšanu. Izdevēja iestāde: Rūpniecības un informācijas tehnoloģijas ministrija. Dokumenta numurs: *Gong Chan Ye Zheng Ce* [2010] Nr. 2. Izdošanas datums: 15.9.2010. Spēkā stāšanās datums: 15.9.2010.

izstrādājumiem, un to spēcīgā spiediena dēļ cenas Savienības tirgū ir samazinājušās. Patiešām straujais importa apjoma pieaugums un konstatētais ievērojamais cenu samazinājums ir galvenie vērā ņemamie faktori šajā lietā.

(220) Ķīnas eksportētājiem ir izdevies būtiski palielināt savu tirgus daļu uz Savienības ražošanas nozares rēķina. Izmeklēšanas perioda laikā lielākā daļa kopējā Ķīnas dempinga importa apjoma koncentrējās 3. līmenī, spiežot vairākus šā līmeņa Savienības ražotājus, jo īpaši MVU, pamest tirgu. Turklāt, kā paskaidrots 137. apsvērumā, Komisija konstatēja, ka šādi lieli apjomi par dempinga cenām ietekmēja cenu noteikšanu. Iepriekš cenu noteikšanu ietekmēja 1. līmenis, proti, 2. līmeņa cenas tika noteiktas attiecībā pret 1. līmeni un 3. līmeņa cenas – attiecībā pret 2. līmeni. Patlaban tas ir pretēji – 2. līmeņa cena tiek noteikta, pamatojoties uz 3. līmeni, un 1. līmeņa cena – uz 2. līmeni. Tā rezultātā pārdošanas cenas samazinājās visos līmeņos. Tādēļ Komisija provizoriski secināja, ka straujais apjomu pieaugums ĶTR importā par dempinga cenām bija noteicošais apstāklis, kas radīja būtisku kaitējumu Savienības ražošanas nozarei.

(221) Saskaņā ar pamatregulas 3. panta 7. punktu cēloņsakarības analīzē tika pārbaudīti arī šādi faktori: imports no citām valstīm, Savienības ražošanas nozares eksporta rezultāti un Savienības ražošanas nozares izmaksu izmaiņas.

5.2. **Imports no trešām valstīm**

(222) Izmaiņas importa apjomā no trešām valstīm attiecīgajā periodā bija šādas:

18. tabula

Imports no trešām valstīm

Valsts	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Turcija				
Importa apjoms no Turcijas	712 497	710 504	856 110	884 241
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*100*	*120*	*124*
Importa no Turcijas vienības cenas	212	216	194	185
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*102*	*91*	*87*
Tirgus daļa (%)	3,5	3,4	4,0	4,1
Daļa Savienības kopējā importa apjomā (%)	12,6	11,4	12,1	12,3
Koreja				
Importa apjoms no Korejas	431 676	463 643	477 185	381 167
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*107*	*111*	*88*
Importa no Korejas vienības cenas	219	191	181	186
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*87*	*83*	*85*
Tirgus daļa (%)	2,1	2,2	2,2	1,8
Daļa Savienības kopējā importa apjomā (%)	7,6	7,4	6,8	5,3

Valsts	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Japāna				
Importa apjoms no Japānas	386 128	418 802	398 427	390 859
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*108,5*	*103,2*	*101,2*
Importa no Japānas vienības cenas	293	227	218	221
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*77,6*	*74,4*	*75,4*
Tirgus daļa (%)	1,9	2,0	1,9	1,8
Daļa Savienības kopējā importa apjomā (%)	6,8	6,7	5,6	5,5
Krievija				
Importa apjoms no Krievijas	181 031	237 582	270 515	279 798
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*131,2*	*149,4*	*154,6*
Importa no Krievijas vienības cenas	145	131	130	130
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*90,7*	*89,6*	*89,5*
Tirgus daļa (%)	0,9	1,1	1,3	1,3
Daļa Savienības kopējā importa apjomā (%)	3,2	3,8	3,8	3,9
Taizeme				
Importa apjoms no Taizemes	142 735	177 209	174 994	167 509
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*124,2*	*122,6*	*117,4*
Importa no Taizemes vienības cenas	310	226	233	241
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*72,9*	*75,3*	*77,7*
Tirgus daļa (%)	0,7	0,9	0,8	0,8
Daļa Savienības kopējā importa apjomā (%)	2,5	2,8	2,5	2,3
Citas trešās valstis				
Importa apjoms no visām pārējām valstīm	338 457	376 075	469 425	464 224
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*111*	*139*	*137*
No visām pārējām valstīm importēto izstrādājumu vienības cenas	202	195	200	192
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*96*	*99*	*95*
Tirgus daļa (%)	1,7	1,8	2,2	2,1
Daļa Savienības kopējā importa apjomā (%)	6,0	6,0	6,6	6,5

Valsts	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Visas trešās valstis kopā, izņemot ĶTR				
Importa apjoms no visām pārējām valstīm	2 192 524	2 383 815	2 646 656	2 567 798
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*109*	*121*	*117*
No visām pārējām valstīm importēto izstrādājumu vienības cenas	227	202	192	189
Indekss (2014. gads = 100)	*100*	*89*	*85*	*83*
Tirgus daļa (%)	10,8	11,5	12,3	11,9
Daļa Savienības kopējā importa apjomā (%)	38,7	38,3	37,5	35,8

Avots: Eurostat.

(223) Pārējo trešo valstu importa tirgus daļa attiecīgajā periodā nedaudz palielinājās no 10,8 % līdz 11,9 %. No pārējo trešo valstu kopējā importa apjoma tikai Krievijas izcelsmes importētajiem izstrādājumiem vidējās cenas bija līdzīgas no Ķīnas importēto izstrādājumu cenām. Attiecīgā izstrādājuma vidējās importa cenas bija nepārprotami augstākas nekā no Ķīnas importēto izstrādājumu vidējās cenas. No Krievijas importēto attiecīgo izstrādājumu tirgus daļa attiecīgajā periodā palielinājās no 0,9 % līdz 1,3 %. Tomēr ierobežotais Krievijas importēto izstrādājumu apjoms neizjauc cēloņsakarību starp importa izstrādājumiem par dempinga cenām un Savienības nozarei radīto kaitējumu.

(224) Tāpēc Komisija secināja, ka pat tad, ja imports no citām trešām valstīm, iespējams, ierobežotā mērā varētu būt ietekmējis Savienības nozares stāvokli, no ĶTR par dempinga cenām importēti izstrādājumi joprojām ir galvenais kaitējuma cēlonis.

5.2.1. *Savienības ražošanas nozares eksporta rādītāji*

(225) Savienības ražotāju eksporta apjomi attiecīgajā periodā bija šādi:

19. tabula

Savienības ražotāju eksporta rādītāji

	2014.	2015.	2016.	Izmeklēšanas periods
Eksporta apjoms (gab.)	6 079 036	5 920 561	5 893 729	5 920 981
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*97,4*	*97,0*	*97,4*
Vidējā cena (EUR/gab.)	188	179	169	168
Indekss 2014. gads = 100	*100*	*95,3*	*89,9*	*89,8*

Avots: Eurostat Comext.

(226) Saskaņā ar *Eurostat* datiem eksporta apjoms attiecīgajā periodā samazinājās par 2,6 %. Ietekmi uz vidējām eksporta cenām rada vērtību pārvešana uz saistītiem uzņēmumiem. Nav pierādījumu, ka Savienības ražošanas nozares eksporta pasākumi varētu izjaukt cēloņsakarību starp importu par dempinga cenām un konstatēto kaitējumu.

5.3. **Izmaksu izmaiņas**

(227) Kā minēts 181. apsvērumā, Savienības ražošanas nozares kopējās izmaksas attiecīgajā periodā samazinājās par EUR 12 par riepu sakarā ar izmaiņām galveno izejvielu (proti, dabīgā un sintētiskā kaučuka) jomā. Tomēr Savienības ražošanas nozares vidējā pārdošanas cena samazinājās par EUR 19 par riepu, ko izraisīja Ķīnas importa par dempinga cenām radītais cenu spiediens.

(228) No tā var secināt, ka izmaksu izmaiņas nevar būt Savienības ražošanas nozarei nodarītā kaitējuma cēlonis.

5.4. **Secinājums par cēloņsakarību**

(229) Tika konstatēts, ka pastāv cēloņsakarība starp Savienības ražotājiem radīto kaitējumu un attiecīgās valsts importu par dempinga cenām.

(230) Būtiskais cenu un apjoma spiediens, ko Savienības nozarei attiecīgajā periodā radīja pieaugošais importa apjoms par dempinga cenām no attiecīgās valsts, ir liedzis Savienības nozarei iespēju gūt labumu no Savienības tirgus izaugsmes pēc krīzes. Sīvākā konkurence notiek 3. līmenī, kura ietvaros tiek veikta lielākā daļa Ķīnas importa, ietekmējot arī augstākus līmeņus, kā paskaidrots 204.–210. apsvērumā. Iepriekš izklāstīto kaitējuma rādītāju analīze liecina, ka Savienības ražošanas nozares kā vienota veseluma ekonomisko stāvokli ietekmēja importa par zemām dempinga cenām no ĶTR palielinājums, kura cenas bija ievērojami zemākas par Savienības izstrādājumu cenām. Ķīnas eksportētājiem izdevās iegūt būtisku tirgus daļu uz Savienības ražošanas nozares rēķina, kā rezultātā samazinājās nodarbinātība un ražošanas jauda. Laikposmā no 2014. gada līdz izmeklēšanas periodam Savienības ražošanas nozares tirgus daļa samazinājās par 5,2 procentpunktiem, bet pārdošanas apjomi stagnēja, lai gan patēriņš Savienības tirgū palielinājās. Turklāt rentabilitāte visā Savienības nozarē arī uzrāda lejupslīdes tendenci, un zaudējumi jo īpaši skar 3. līmeni.

(231) Komisija nošķīra un nodalīja visu zināmo faktoru radīto ietekmi uz Savienības ražošanas nozares stāvokli no kaitējuma ietekmes, ko rada imports par dempinga cenām. Tika konstatēts, ka citu apzināto faktoru, proti, importa no citām trešām valstīm, Savienības ražotāju eksporta pārdošanas rezultātu un izmaksu izmaiņu izraisītā ietekme uz Savienības ražošanas nozares negatīvajām tendencēm tirgus daļas, cenu un rentabilitātes ziņā neizjauc esošo cēloņsakarību. Pat izvērtējot šo faktoru kopējo ietekmi, Komisijas secinājums bija tāds pats: ja nebūtu importa par dempinga cenām, situācija Savienības ražošanas nozarē nebūtu tikusi ietekmēta tik lielā mērā. It īpaši tirgus daļas samazinājums nebūtu bijis tik liels un arī nodarbinātība būtu saglabājusies iepriekšējā līmenī.

(232) Tāpēc Komisija šajā posmā secināja, ka imports no attiecīgās valsts par dempinga cenām Savienības nozarei ir radījis būtisku kaitējumu un ka pārējie faktori ne kopā, ne atsevišķi neizjauc šo cēloņsakarību.

6. **SAVIENĪBAS INTERESES**

(233) Komisija saskaņā ar pamatregulas 21. pantu pārbaudīja, vai tā var nepārprotami secināt, ka pasākumu noteikšana šajā konkrētajā gadījumā nebūtu Savienības interesēs, kaut arī konstatēts dempings, kas izraisa kaitējumu. Nosakot Savienības intereses, tika ņemtas vērā visas dažādās saistītās intereses, arī Savienības ražošanas nozares un importētāju intereses.

6.1. **Savienības ražošanas nozares intereses**

(234) Iespējamie antidempinga pasākumi visticamāk pozitīvi ietekmēs Savienības ražotājus un it īpaši MVU. Tie varētu gūt labumu no augoša patēriņa un tirgus, kurā valda taisnīgi nosacījumi. It īpaši paredzams, ka šādos apstākļos Savienības ražotāji spētu palielināt savus pārdošanas apjomus un atgūt zaudēto tirgus daļu. Tas savukārt palīdzētu palielināt ražošanu Savienībā un uzlabot jaudas izmantojuma rādītāju. Tirgū, kurā valda taisnīgi nosacījumi, Savienības ražošanas nozare varētu paaugstināt savas cenas un uzlabot savu finansiālo stāvokli.

(235) Ņemot vērā pastāvošo saikni starp riepu atjaunošanas uzņēmējdarbību un atjaunojamu riepu ražošanu, ierosinātie pasākumi jo īpaši ļautu uzlabot riepu atjaunošanas nozares dzīvotspēju. Tas palīdzētu uzlabot arī stāvokli nodarbinātības jomā, it īpaši tādēļ, ka riepu protektoru atjaunošanas nozare ir darbietilpīga un tā ir izplatīta visā Savienības teritorijā.

6.2. **Savienības lietotāju un importētāju intereses**

(236) Paziņojums par procedūras sākšanu tika nosūtīts vairāk nekā 40 importētājiem un attiecīgā izstrādājuma lietotājiem, kā arī to asociācijām,

(237) Pieci savstarpēji nesaistīti importētāji iesūtīja atbildes uz atlases anketas jautājumiem. Tie pārstāv [10 %–15 %] no kopējā importa apjoma no ĶTR. No šiem pieciem uzņēmumiem divi tika atlasīti, pamatojoties uz to importa apjomiem (kas atbilda [6 %–10 %] no kopējā Ķīnas importa) un to atbildēm uz anketas jautājumiem.

(238) Abiem izlasē iekļautajiem uzņēmumiem attiecīgā izstrādājuma imports no Ķīnas izmeklēšanas periodā veidoja ievērojamu daļu no apgrozījuma. To uzņēmējdarbības modelis galvenokārt ir balstīts uz līgumiem ar Ķīnas ražotājiem, lai gan tiem ir arī citi avoti (gan pašmāju, gan no citām trešām valstīm). Tādēļ, kaut arī pasākumi varētu ietekmēt šo uzņēmumu darbību, paredzams arī, ka pasākumu noteikšana paaugstinās cenas Savienības tirgū līdz taisnīgam līmenim.

(239) Ir arī cits uzņēmējdarbības modelis, kura pamatā ir tā dēvētā "tikai konteineru tirdzniecības stratēģija". Tādā gadījumā importētājiem ir lielāka elastība mainīt piegādes avotus. Šajā kategorijā ietilpst trīs no izlasē neiekļautajiem importētājiem, kuri izmeklēšanas periodā pārstāvēja mazāk nekā 2 % no kopējā importa no Ķīnas. Tik zems sadarbības līmenis liecina, ka pasākumu noteikšana būtiski neietekmētu viņu saimniecisko darbību.

(240) Atsaucās vēl divpadsmit importētāji un divas importētāju asociācijas, un lielākā daļa no viņiem atsaucās pēc reģistrācijas regulas publicēšanas. Tika saņemtas piezīmes par reģistrāciju un pasākumu iespējamu noteikšanu. Tomēr neviens no Savienības importētājiem neiesniedza pamatotus pieprasījumus.

(241) Tādējādi, lai gan ierosinātie pasākumi nav lietotāju un importētāju interesēs, Komisija šajā posmā nevarēja skaitliskā izteiksmē noteikt iespējamās tiem radītās negatīvās sekas.

6.3. **Piegādātāju intereses**

(242) Protektoru piegādātāji ir snieguši informāciju, kurā pauž atbalstu antidempinga pasākumu noteikšanai, apgalvojot, ka šādi pasākumi ir būtiski riepu atjaunošanas nozares izdzīvošanai. Bez darbībām riepu protektoru atjaunošanas jomā šo piegādātāju uzņēmējdarbība smagi ciestu. Šis jautājums tiks sīkāk aplūkots izmeklēšanas gaitā.

6.4. **Citas intereses**

(243) Savienība īsteno ilgtermiņa politiku ([1]) nolūkā samazināt radīto atkritumu daudzumu un ilgtspējīgi apsaimniekot izejmateriālus. Faktiski Savienības politika ir divkārša: tā attiecas uz atkritumu rašanās novēršanu un atkritumu reciklēšanas veicināšanu ([2]). Turklāt horizontāls politikas mērķis paredz mazo un vidējo uzņēmumu dalību Savienības tirgū ([3]).

(244) Riepu atjaunošanai ir būtiska nozīme pozitīvas aprites ekonomikas nodrošināšanā. Papildus augstu uzticamības, veiktspējas un drošības standartu nodrošināšanai atjaunotās riepas ir vērtējamas kā būtisks ieguvums arī no ekoloģiskā skatu punkta (mazāks izmantoto izejvielu un enerģijas apjoms, mazāks saražotā CO_2 apjoms, mazāks piesārņojums un mazāks ūdens patēriņš). Tādējādi tas arī sekmētu lielāku sociālo mērķu īstenošanu, proti, tādu mērķu īstenošanu, kas ir atzīti konkrētās Savienības politikas programmās.

(245) Vairākas ieinteresētās personas uzsvēra, ka *premium* riepu ražotāji ražo jaunas augstas kvalitātes riepas, kas tiek izgatavotas tā, lai tām būtu ilgs aprites cikls un lai tās varētu atjaunot. Ja riepu atjaunošanas nozare beigs pastāvēt, konkurence riepu nozarē izpaudīsies kā pēc iespējas zemāku standartu noteikšana. Tas izraisīs rūpniecības lejupslīdi, vērtības zudumu visā piegādes ķēdē, kā arī Savienības tirgū pieejamo riepu kvalitātes pasliktināšanos.

(246) *AIRP* norādīja, ka riepu atjaunošanas sektors ir aprites ekonomikas piemērs, jo, salīdzinot ar vienas jaunas riepas izgatavošanu, vienas lietotas riepas atjaunošanai tiek patērēts par 70 % mazāk izejvielu, par 65 % mazāk enerģijas un par 19 % mazāk ūdens, tiek saražots par 37 % mazāk CO_2 un gaisa piesārņojums (daļiņas) ir par 21 % mazāks, un izraisa par 29 % mazāk augsnes erozijas valstīs, kur tiek iegūts dabīgais kaučuks.

(247) Turklāt, pateicoties riepu atjaunošanas nozarei, pašlaik gadā netiek radīts aptuveni 240 000 tonnu nolietotu riepu. Tādējādi pasākumi, kas Savienībā aizsargā augstas kvalitātes atjaunojamas riepas un kurus piemēro, vēršoties pret būtībā vienreiz lietojamām riepām, arī vairotu ieguldījumu atkritumu rašanās novēršanā atbilstīgi Atkritumu direktīvas mērķiem, jo šie pasākumi palīdzētu Savienībā saglabāt dzīvotspējīgu uzņēmējdarbību riepu atjaunošanā.

([1]) Lūdzu, skatiet Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 19. novembra Direktīvu 2008/98/EK par atkritumiem un par dažu direktīvu atcelšanu (OV L 312, 22.11.2008., 3. lpp.).

([2]) Skatiet 2018. gada janvārī pieņemto ES rīcības plānu pārejai uz aprites ekonomiku; http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm

([3]) Skatiet Komisijas politiku mazo un vidējo uzņēmumu atbalstam; https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/small-business-act_en

(248) Saskaņā ar *AIRP* veiktajiem pētījumiem, pateicoties riepu atjaunošanai, Itālija gadā ietaupa vidēji 30 miljonus litru jēlnaftas, kā arī vairāk nekā 20 000 tonnu citu stratēģisku izejvielu, piemēram, dabīgā un sintētiskā kaučuka, melnā oglekļa, auduma šķiedru, tērauda un vara, turklāt par 10 202 tonnām samazinot CO_2 emisijas. Saskaņā ar šiem pašiem pētījumiem katra atjaunota riepa samazina CO_2 emisijas par 26,5 kg.

(249) Tādējādi pasākumi, kas Savienībā aizsargā augstas kvalitātes atjaunojamas riepas un kurus piemēro, vēršoties pret būtībā vienreiz lietojamām riepām, arī sekmētu politikas saskaņotību ar Savienības mērķiem atkritumu samazināšanas un aprites ekonomikas jomā, jo šie pasākumi palīdzētu Savienībā saglabāt dzīvotspējīgu riepu atjaunošanas uzņēmējdarbību. Turklāt, ņemot vērā apstākli, ka šajā nozarē galvenokārt darbojas MVU, šie pasākumi arī atbilstu būtiskam Komisijas mērķim, sniedzot atbalstu šiem uzņēmumiem.

6.5. **Secinājums par Savienības interesēm**

(250) Antidempinga pasākumi pozitīvi ietekmētu Savienības ražotājus. Neskatoties uz apgalvojumiem par negatīvu ietekmi uz Savienības ražotājiem, maksājums tomēr nebūtu neproporcionāls, ņemot vērā globālo ietekmi uz visu Savienības ražošanas nozari. Patiesībā tiek uzskatīts, ka Savienības ražošanas nozares brīvā pieejamā jauda un imports no citām valstīm varētu mazināt riskus, piedāvājot alternatīvus piegādes avotus. Godīgas konkurences un vienlīdzīgu konkurences apstākļu atjaunošana, novēršot importu par dempinga cenām, arī sekmētu Savienības kopējā riepu tirgus veselīgu attīstību, kā arī veicinātu politikas saskaņotību ar aprites ekonomikas mērķiem, atkritumu rašanās novēršanu un MVU aizsardzību Savienībā. Pamatojoties uz šiem apsvērumiem, nav pārliecinošu iemeslu, kas neļautu autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētu ĶTR izcelsmes riepu importam noteikt pagaidu pasākumus.

(251) Tādēļ cerams, ka antidempinga pasākumu noteikšana palīdzēs Savienības ražošanas nozarei palikt tirgū un pēc tam uzlabot tās stāvokli. Pastāv liels risks, ka gadījumā, ja pasākumus nenoteiks, Savienības nozarei vidējā termiņā būtu jāapsver atteikšanās no riepu atjaunošanas uzņēmējdarbības, neizbēgami izraisot darbvietu zaudējumu. Kā izklāstīts 175. apsvērumā, darbvietas jau ir zaudētas, jo desmitiem MVU ir pārtraukuši darbību šajā nozarē. Veroties no importētāju vai lietotāju skatu punkta, nav konstatēti pārliecinoši iemesli, kas šajā izmeklēšanas posmā liegtu noteikt antidempinga pasākumus attiecībā uz autobusiem un kravas automobiļiem paredzēto riepu importu no ĶTR.

7. **PAGAIDU ANTIDEMPINGA PASĀKUMI**

(252) Pamatojoties uz Komisijas secinājumiem par dempingu, kaitējumu un cēloņsakarību un ņemot vērā Savienības intereses, būtu jāpiemēro pagaidu pasākumi, lai novērstu papildu kaitējumu Savienības nozarei, ko rada attiecīgā izstrādājuma imports par dempinga cenām.

7.1. **Kaitējuma novēršanas līmenis (kaitējuma starpība)**

(253) Lai noteiktu pasākumu līmeni, Komisija vispirms noteica maksājuma summu, kas novērstu Savienības ražošanas nozarei nodarīto kaitējumu.

(254) Kaitējums tiktu novērsts, ja Savienības ražošanas nozare spētu segt ražošanas izmaksas un no līdzīgā izstrādājuma pārdošanas Savienības tirgū gūtu tādu peļņu pirms nodokļu samaksas, kādu šī veida ražošanas nozare savā tirgū varētu pienācīgi gūt parastos konkurences apstākļos, proti, ja nebūtu importa par dempinga cenām. Vēlamās peļņas apmērs tika noteikts, pamatojoties uz Savienības ražošanas nozares gūto peļņu 2014. gadā. Attiecīgajā periodā šis tika uzskatīts par gadu, kurā situācija visvairāk līdzinājās normāliem konkurences apstākļiem, jo Ķīnas importa apjoms bija viszemākais un vidējā importa cena bija visaugstākā attiecīgajā periodā.

(255) Pamatojoties uz to, Komisija aprēķināja līdzīgā izstrādājuma cenu, kas Savienības nozarei nerada kaitējumu, izlasē iekļauto Savienības ražotāju ražošanas izmaksām izmeklēšanas periodā pieskaitot peļņas normu 15,6 % apmērā, atņemot no Savienības pārdošanas cenām izmeklēšanas periodā sasniegto faktisko peļņas normu un aizstājot to ar peļņas normu 15,6 % apmērā.

(256) Pēc tam Komisija noteica kaitējuma novēršanas līmeni, salīdzinot izlasē iekļauto ĶTR ražotāju eksportētāju, kuri sadarbojās, vidējo svērto importa cenu, kas tika noteikta, lai veiktu cenu samazinājuma aprēķinus, ar izlasē iekļauto Savienības ražotāju Savienības tirgū laista līdzīgā izstrādājuma vidējo svērto cenu izmeklēšanas periodā, kas nerada kaitējumu. Šī salīdzinājuma rezultātā iegūto starpību izteica procentos no importa vidējās svērtās *CIF* vērtības.

(257) Kaitējuma novēršanas līmenis attiecībā uz "citiem uzņēmumiem, kuri sadarbojās" un "visiem pārējiem uzņēmumiem" ir definēts tādā pašā veidā kā dempinga starpība šiem uzņēmumiem (sk. 127. un 128. apsvērumu).

7.2. **Pagaidu pasākumi**

(258) Pagaidu antidempinga pasākumi būtu jānosaka Ķīnas Tautas Republikas izcelsmes attiecīgā izstrādājuma importam saskaņā ar mazākā maksājuma noteikumu, kas paredzēts pamatregulas 7. panta 2. punktā. Komisija salīdzināja kaitējuma starpības ar dempinga starpībām. Maksājuma summa būtu jānosaka dempinga vai kaitējuma starpības apmērā, atkarībā no tā, kurš no šiem lielumiem ir mazāks.

(259) Kā minēts 7. apsvērumā, Komisija uz ĶTR izcelsmes attiecīgā izstrādājuma importu attiecināja reģistrāciju, ņemot vērā antidempinga un kompensācijas pasākumu iespējamu piemērošanu ar atpakaļejošu spēku atbilstoši pamatregulas 14. panta 5. punktam un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) 2016/1037 ([1]) ("antisubsidēšanas pamatregula") 24. panta 5. punktam.

(260) Attiecībā uz pašreizējo antidempinga izmeklēšanu un ņemot vērā iepriekš izklāstītos konstatējumus, importa reģistrācija antidempinga izmeklēšanas nolūkā saskaņā ar pamatregulas 14. panta 5. punktu būtu jāpārtrauc.

(261) Attiecībā uz paralēli notiekošo antisubsidēšanas izmeklēšanu attiecīgā izstrādājuma importa no ĶTR reģistrācija saskaņā ar antisubsidēšanas pamatregulas 24. panta 5. punktu būtu jāturpina.

(262) Šajā procedūras posmā nav iespējams pieņemt lēmumu par antidempinga pasākumu iespējamu piemērošanu ar atpakaļejošu spēku.

(263) Saskaņā ar Harmonizētās sistēmas skaidrojumu ("*HSEN*") par pozīciju 8708 un 8716 autotransporta piekabju un puspiekabju riteņi, kas aprīkoti ar riepām, ir klasificējami pozīcijās 8708 un 8716. Tā kā pastāv risks, ka uzņēmēji importēs ar Ķīnas izcelsmes riepām aprīkotus riteņus, lai apietu pasākumus, Komisija uzskatīja par lietderīgu uzraudzīt šādu riteņu importu, lai mazinātu šādu risku. Informāciju, kas savākta saskaņā ar šo uzraudzības shēmu, varētu arī izmantot, ja nākotnē būs nepieciešams sākt pretapiešanas izmeklēšanu saskaņā ar pamatregulas 13. pantu. Tāpēc šādu izstrādājumu importam būtu jānosaka atsevišķi *Taric* kodi: autotransporta piekabju un puspiekabju riteņiem, kas aprīkoti ar autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētām jaunām vai atjaunotām gumijas pneimatiskajām riepām, kuru slodzes indekss pārsniedz 121.

(264) Tādējādi pagaidu antidempinga maksājuma likmēm, kas izteiktas kā *CIF* cena līdz Savienības robežai pirms nodokļa samaksas, vajadzētu būt šādām:

Uzņēmums	Dempinga starpība (%)	Kaitējuma starpība (%)	Pagaidu antidempinga maksājums (%)
Xingyuan Group	166,7	68,8	68,8
Giti Group	98,7	33,2	33,2
Aeolus Group	151,2	48,1	48,1
Hankook Group	80,4	29,3	29,3
Citi uzņēmumi, kuri sadarbojās	110,3	40,2	40,2
Visi pārējie uzņēmumi	166,7	68,8	68,8

(265) Uzņēmumu antidempinga maksājuma individuālās likmes, kas norādītas šajā regulā, tika noteiktas, pamatojoties uz šīs izmeklēšanas konstatējumiem. Tāpēc tās atspoguļo izmeklēšanas gaitā konstatēto stāvokli attiecībā uz minētajiem uzņēmumiem. Šīs maksājuma likmes piemēro tikai tāda attiecīgā izstrādājuma importam, kura izcelsme ir attiecīgajā valstī un kuru ražojušas minētās juridiskās personas. Uz importēto attiecīgo izstrādājumu, ko ražojis kāds cits uzņēmums, kas nav konkrēti minēts šīs regulas rezolutīvajā daļā, tostarp tiesību subjektiem, kas saistīti ar konkrēti minētajiem uzņēmumiem, būtu jāattiecina maksājuma likme, kas piemērojama "visiem pārējiem uzņēmumiem". Tam nepiemēro individuālās antidempinga maksājuma likmes.

([1]) Eiropas Parlamenta un Padomes 2016. gada 8. jūnija Regula (ES) 2016/1037 par aizsardzību pret subsidētu importu no valstīm, kas nav Eiropas Savienības dalībvalstis (OV L 176, 30.6.2016., 55. lpp.).

(266) Uzņēmums var pieprasīt piemērot minētās individuālās antidempinga maksājuma likmes, ja tas pēc tam maina nosaukumu. Šāds pieprasījums adresējams Komisijai. Pieprasījumā jāietver visa attiecīgā informācija, kas apliecina, ka nosaukuma maiņa neietekmē uzņēmuma tiesības izmantot tam piemērojamo maksājuma likmi. Ja uzņēmuma nosaukuma maiņa neietekmē tā tiesības gūt labumu no tam piemērojamās maksājuma likmes, paziņojumu par nosaukuma maiņu publicē *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī*.

(267) Lai iespējami mazinātu antidempinga pasākumu apiešanas risku maksājuma likmju lielo atšķirību dēļ, ir nepieciešami īpaši pasākumi, kas nodrošinātu individuālo antidempinga maksājumu piemērošanu. Uzņēmumiem, uz kuriem attiecas individuālie antidempinga maksājumi, jāuzrāda derīgs komercrēķins dalībvalstu muitas dienestiem. Rēķinam ir jāatbilst 1. panta 3. punktā paredzētajām prasībām. Uz importu, kam nav pievienots šāds rēķins, būtu jāattiecina antidempinga maksājums, kas piemērojams "visiem pārējiem uzņēmumiem".

(268) Lai pareizi piemērotu antidempinga maksājumus, antidempinga maksājums visiem pārējiem uzņēmumiem būtu jāpiemēro ne vien ražotājiem eksportētājiem, kas šajā izmeklēšanā nesadarbojās, bet arī ražotājiem, kas izmeklēšanas periodā neeksportēja uz Savienību.

8. **PASĀKUMU VEIDS**

(269) Komisija konstatēja, ka *ad valorem* ("pēc vērtības") maksājumam ir divi būtiski trūkumi. Pirmkārt, *ad valorem* maksājums rada stimulu uzņēmumam tirgot sava produktu klāsta lētākos izstrādājumus. Tas 3. līmenī radītu papildu spiedienu, lai gan tieši šim tirgus līmenim ir vajadzīga vislielākā aizsardzība pret sīvu negodīgu konkurenci. Tāpēc Komisija uzskatīja, ka attiecībā uz 3. līmeņa riepām ir piemērotāk paredzēt fiksētu maksājumu noteiktā absolūtā līmenī.

(270) Otrkārt, *ad valorem* maksājums arī varētu radīt visai lielas summas 1. un 2. līmenī, kuru raksturo augsta cena. Šajā gadījumā pastāv risks, ka šādas augstas kvalitātes riepas varētu kļūt pārāk dārgas, lai gan tieši šī segmenta riepas varētu būt izdevīgas Savienības riepu atjaunošanas sektoram. Savienības riepu atjaunotājiem ir vajadzīgi piemēroti korpusi, kurus varētu nodrošināt Savienības 1. vai 2. līmeņa ražotāji vai atsevišķi attiecīgā līmeņa Ķīnas eksportētāji. Ja pasākumi 1. un 2. līmeņa importam Savienībā radīs pārmērīgas sankcijas, tas varētu izraisīt negatīvu ietekmi uz Savienības mērķiem aprites ekonomikas jomā.

(271) Komisija provizoriski uzskatīja, ka Savienības intereses liecina par to, ka būtu jāpiemēro fiksēti maksājumi par gab., ko aprēķinātu, pamatojoties uz katra eksportētāja individuālā kaitējuma starpību. Šādi fiksēti maksājumi novērstu risku, ka dempinga problēma 3. līmenī netiks pienācīgi atrisināta, jo 3. līmeņa riepas tiek importētas Savienībā lielos daudzumos un salīdzinājumā ar to faktisko vērtību par tām tiktu maksāts salīdzinoši augsts fiksēts maksājums. Vienlaikus šādi maksājumi mazina pārmērīgas sankciju piemērošanas risku 1. un 2. līmeņa importam Savienībā, kas ir atjaunojamas un ko Savienības riepu atjaunotāji var atjaunot.

(272) Visbeidzot, Komisija konstatēja, ka būtu atbilstīgi noteikt pagaidu maksājumus fiksētu maksājumu veidā.

9. **NOBEIGUMA NOTEIKUMI**

(273) Pareizas pārvaldības labad Komisija aicinās ieinteresētās personas konkrētā termiņā sniegt rakstiskas piezīmes un/vai pieprasīt uzklausīšanu Komisijā un/vai pie tirdzniecības procedūru uzklausīšanas amatpersonas.

(274) Konstatējumi attiecībā uz pagaidu maksājumu noteikšanu ir provizoriski un var tikt grozīti izmeklēšanas galīgajā posmā,

IR PIEŅĒMUSI ŠO REGULU.

1. pants

1. Konkrētu Ķīnas Tautas Republikas izcelsmes autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētu jaunu vai atjaunotu gumijas pneimatisko riepu, kuru slodzes indekss pārsniedz 121 un kuras patlaban klasificē ar KN kodiem 4011 20 90 un ex 4012 12 00 (*Taric* kods 4012 12 00 10), importam tiek noteikts pagaidu antidempinga maksājums.

2. Pagaidu antidempinga maksājumi, kas piemērojami 1. punktā aprakstītajam izstrādājumam, kurš ražots turpmāk uzskaitītajos uzņēmumos, euro valūtā par gabalu, ir šādi.

Uzņēmums	Pagaidu antidempinga maksājums (EUR/gab.)	*Taric* papildu kods
Xingyuan Tire Group Ltd., Co.; Guangrao Xinhongyuan Tyre Co., Ltd.	82,17	C331
Giti Tire (Anhui) Company Ltd.; Giti Tire (Fujian) Company, Ltd; Giti Tire (Hualin) Company Ltd.; Giti Tire (Yinchuan) Company, Ltd.	57,42	C332
Aeolus Tyre Co., Ltd, Chonche Auto Double Happiness Tyre Corp., Ltd Qingdao Yellow Sea Rubber Co., Ltd; Pirelli Tyre Co, Ltd	64,13	C333
Chongqing Hankook Tire Co., Ltd., Jiangsu Hankook Tire Co., Ltd.	52,85	C334
Citi pielikumā uzskaitītie uzņēmumi, kas sadarbojas	62,79	
Visi pārējie uzņēmumi	82,17	C999

3. Šā panta 2. punktā vai pielikumā uzskaitītajiem uzņēmumiem individuālās maksājuma likmes piemēro tikai tad, ja dalībvalstu muitas dienestiem tiek uzrādīts derīgs komercrēķins, kurā ir šāda deklarācija, kuru datējusi un parakstījusi šo rēķinu izdevušās struktūras amatpersona un kurā norādīts tās vārds, uzvārds un ieņemamais amats: *"Es, apakšā parakstījies, apliecinu, ka šajā rēķinā norādītie (attiecīgā izstrādājuma) (gab.), kas pārdoti eksportam uz Eiropas Savienību, ir ražoti uzņēmumā (uzņēmuma nosaukums un adrese), (Taric papildu kods), Ķīnas Tautas Republikā. Apliecinu, ka rēķinā sniegtā informācija ir pilnīga un patiesa."* Ja šādu rēķinu neuzrāda, tad piemēro "visiem pārējiem uzņēmumiem" piemērojamo maksājumu.

4. Laižot 1. punktā minēto izstrādājumu brīvā apgrozībā Savienībā, iemaksā drošības naudu pagaidu maksājuma apmērā.

5. Autotransporta piekabju un puspiekabju riteņus, kas aprīkoti ar autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētām jaunām vai atjaunotām gumijas pneimatiskajām riepām, kuru slodzes indekss pārsniedz 121, klasificē ar *Taric* kodiem 8708 70 10 15, 8708 70 10 80, 8708 70 50 15, 8708 70 50 80, 8708 70 91 15, 8708 70 99 15, 8716 90 90 15 un 8716 90 90 80.

6. Ja nav noteikts citādi, piemēro attiecīgos spēkā esošos noteikumus par muitas nodokļiem.

2. pants

1. Ieinteresētās personas 25 kalendāro dienu laikā no šīs regulas spēkā stāšanās dienas var:

a) pieprasīt, lai tām izpauž būtiskos faktus un apsvērumus, uz kuru pamata pieņemta šī regula;

b) iesniegt Komisijai rakstiskas piezīmes, tostarp piezīmes par zīmolu klasifikāciju līmeņos; un

c) pieprasīt uzklausīšanu Komisijā un/vai pie tirdzniecības procedūru uzklausīšanas amatpersonas.

2. Personas, kas minētas Regulas (ES) 2016/1036 21. panta 4. punktā, 25 kalendāro dienu laikā no šīs regulas spēkā stāšanās dienas var sniegt piezīmes par pagaidu pasākumu piemērošanu.

3. pants

Īstenošanas regulas (ES) 2018/163 1. panta 1. punktu aizstāj ar šādu:

"1. Ar šo muitas dienestiem tiek uzdots saskaņā ar Regulas (ES) 2016/1037 24. panta 5. punktu attiecīgi rīkoties, lai reģistrētu Savienībā importētās Ķīnas Tautas Republikas izcelsmes jaunas un atjaunotas autobusiem vai kravas automobiļiem paredzētas riepas, kuru slodzes indekss pārsniedz 121 un kuras patlaban klasificē ar KN kodiem 4011 20 90 un ex 4012 12 00 (Taric kods 4012 12 00 10)."

4. pants

Šī regula stājas spēkā nākamajā dienā pēc tās publicēšanas *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī*.

Regulas 1. pantu piemēro sešus mēnešus.

Šī regula uzliek saistības kopumā un ir tieši piemērojama visās dalībvalstīs.

Briselē, 2018. gada 4. maijā

Komisijas vārdā –
priekšsēdētājs
Jean-Claude JUNCKER

PIELIKUMS

Izlasē neiekļautie Ķīnas Tautas Republikas ražotāji eksportētāji, kuri sadarbojās:

Uzņēmuma nosaukums	*Taric* papildu kods
Bayi Rubber Co., Ltd.	C335
Bridgestone (Huizhou) Tire Co. Ltd.	C336
Briway Tire Co., Ltd.	C337
Chaoyang Long March Tyre Co., Ltd.	C338
Goodyear Dalian Tire Co. Limited	C339
Guizhou Tyre Co., Ltd.	C340
Jiangsu General Science Technology Co., Ltd.	C341
Megalith Industrial Group Co., Ltd.	C342
Michelin Shenyang Tire Co., Ltd.	C343
Nanjing Kumho Tire Co., Ltd.	C344
Ningxia Shenzhou Tire Co., Ltd.	C345
Prinx Chengshan (Shandong) Tire Co., Ltd.	C346
Qingdao Doublestar Tire Industrial Co., Ltd.	C347
Qingdao Fudong Tyre Co., Ltd.	C348
Qingdao Hairunsen Tyre Co., Ltd.	C349
Quindao GRT Rubber Co. Ltd.	C350
Sailun Jinyu Group Co., Ltd.	C351
Shaanxi Yanchang Petroleum Group Rubber Co., Ltd.	C352
Shandong Kaixuan Rubber Co., Ltd.	C353
Shandong Changfeng Tyres Co., Ltd.	C354
Shandong Haohua Tire Co., Ltd.	C355
Shandong Hawk International Rubber Industry Co., Ltd.	C356
Shandong Hengfeng Rubber & Plastic Co.,Ltd	C357
Shandong Hengyu Science & Technology Co., Ltd.	C358
Shandong Homerun Tires Co., Ltd.	C359
Shandong Huasheng Rubber Co., Ltd.	C360
Shandong Hugerubber Co., Ltd.	C361
Shandong Jinyu Tire Co., Ltd.	C362
Shandong Linglong Tyre Co., Ltd.	C363
Shandong Mirage Tyres Co., Ltd.	C364
Shandong Vheal Group Co., Ltd.	C365

Uzņēmuma nosaukums	*Taric* papildu kods
Shandong Wanda Boto Tyre Co., Ltd.	C366
Shandong Wosen Rubber Co., Ltd.	C367
Shandong Yongfeng Tyres Co., Ltd.	C368
Shandong Yongsheng Rubber Group Co., Ltd.; Shandong Santai Rubber Co., Ltd.	C369
Shandong Yongtai Group Co., Ltd.	C370
Shanghai Huayi Group Corp. Ltd.; Double Coin Group (Jiang Su) Tyre Co., Ltd.	C371
Shengtai Group Co., Ltd.	C372
Sichuan Kalevei Technology Co., Ltd.	C373
Toyo Tire (Zhucheng) Co., Ltd.	C374
Triangle Tyre Co., Ltd.	C375
Weifang Goldshield Tire Co., Ltd.	C376
Weifang Shunfuchang Rubber And Plastic Products Co., Ltd.	C377
Xuzhou Armour Rubber Company Ltd.	C378
Zhongce Rubber Group Co., Ltd.	C379