REGULAMENTUL (UE) 2018/683 AL COMISIEI

din 4 mai 2018

de instituire a unei taxe antidumping provizorii la importurile de anumite tipuri de anvelope pneumatice, noi sau reșapate, din cauciuc, de tipul celor utilizate pentru autobuze sau camioane, cu un indice de sarcină de peste 121, originare din Republica Populară Chineză, și de modificare a Regulamentului de punere în aplicare (UE) 2018/163

COMISIA EUROPEANĂ,

având în vedere Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene,

având în vedere Regulamentul (UE) 2016/1036 al Parlamentului European și al Consiliului din 8 iunie 2016 privind protecția împotriva importurilor care fac obiectul unor subvenții din partea țărilor care nu sunt membre ale Uniunii Europene ([1]), în special articolul 7 alineatul (4),

după consultarea statelor membre,

întrucât:

1. PROCEDURA

1.1. Deschiderea procedurii

(1) La 30 iunie 2017, coaliția împotriva importurilor neloiale de anvelope („reclamantul") a depus o plângere în numele unor producători care reprezintă peste 45 % din producția totală a Uniunii de anvelope noi și reșapate pentru autobuze sau camioane. Plângerea conținea suficiente elemente de probă privind dumpingul și prejudiciul rezultat din acesta.

(2) La 11 august 2017, Comisia Europeană („Comisia") a deschis o anchetă antidumping cu privire la importurile în Uniune de anumite tipuri de anvelope pneumatice, noi sau reșapate, din cauciuc, de tipul celor utilizate pentru autobuze sau camioane, cu un indice de sarcină de peste 121 („anvelope noi și anvelope reșapate" sau „produsul în cauză"), originare din Republica Populară Chineză („țara în cauză" sau „RPC"), pe baza articolului 5 din Regulamentul (UE) 2016/1036 al Parlamentului European și al Consiliului („regulamentul de bază"). Comisia a publicat un aviz de deschidere în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene* ([2]) („avizul de deschidere").

(3) La 21 octombrie, Comisia a publicat o rectificare la avizul de deschidere, în care a clarificat domeniul de aplicare al definiției produsului în cauză ([3]).

(4) La 14 octombrie 2017, Comisia a deschis o anchetă antisubvenție cu privire la importurile în Uniune de anvelope noi și reșapate pentru autobuze și camioane, originare din RPC și a început o anchetă separată. Comisia a publicat un aviz de deschidere în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene* ([4]).

1.2. Înregistrarea importurilor

(5) La 30 august 2016, reclamantul a depus o cerere de înregistrare a importurilor de produs în cauză originare din RPC în temeiul articolului 14 alineatul (5) din regulamentul de bază.

(6) La 4 octombrie 2017, Asociația industriei cauciucului din China (*China Rubber Industry Association*, CRIA) și Camera de comerț a importatorilor și exportatorilor de metale, minerale și produse chimice din China (*China Chamber of Commerce of Metals, Minerals & Chemicals Importers and Exporters*, CCCMC) au prezentat observații cu

([1]) JO L 176, 30.6.2016, p. 21.
([2]) Aviz de inițiere a unei proceduri antidumping privind importurile de pneuri noi și reșapate pentru autobuze sau camioane, originare din Republica Populară Chineză (JO C 264, 11.8.2017, p. 14).
([3]) JO C 356, 21.10.2017, p. 24.
([4]) Aviz de deschidere a unei proceduri antisubvenție privind importurile de pneuri noi și reșapate pentru autobuze sau camioane, originare din Republica Populară Chineză (JO C 346, 14.10.2017, p. 9).

privire la cererea de înregistrare. Acestea au susținut că cererea nu respectase standardul probatoriu aplicabil, întrucât nu exista nicio dovadă a unor antecedente de dumping sau a unei creșteri substanțiale a importurilor și nici a faptului că importurile erau susceptibile să compromită grav efectele corective ale taxei. La 19 octombrie 2017, Comisia a organizat o audiere la cererea CRIA, ocazie cu care și-a reiterat observațiile anterioare.

(7) La 2 februarie 2018, Comisia a publicat Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2018/163 („regulamentul de înregistrare") ([1]), prin care importurile de produs în cauză originare din RPC sunt supuse înregistrării începând cu data de 3 februarie 2018. În regulamentul respectiv, Comisia a examinat observațiile formulate de părțile interesate.

(8) După ce înregistrarea a intrat în vigoare, Grupul Hankook ([2]) a susținut că drepturile sale la apărare au fost violate, întrucât înainte de intrarea în vigoare a regulamentului de înregistrare nu îi fusese comunicată nicio informație cu privire la intenția Comisiei de a supune înregistrării importurile de produs în cauză. Din acest motiv, Grupul Hankook a susținut că s-a produs o încălcare a articolului 41 din Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene.

(9) Comisia a precizat că, în temeiul articolului 20 alineatul (2) din regulamentul de bază, divulgarea prealabilă este obligatorie înainte de instituirea unor măsuri definitive, însă acest lucru nu este valabil pentru o decizie de înregistrare în temeiul articolului 14 alineatul (5) din regulamentul de bază. Respectivul articol prevede numai informarea prealabilă a statelor membre în timp util. În plus, dreptul de a fi audiat în temeiul articolului 41 alineatul (2) litera (a) din Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene se aplică numai măsurilor negative individuale. În acest caz, Comisia a solicitat autorităților vamale să înregistreze importurile. Regulamentul de înregistrare nu este o măsură individuală cu efect negativ asupra Grupului Hankook. El nu a fost adresat Grupului Hankook în mod individual și nici nu a produs efecte negative individuale asupra grupului respectiv. Prin urmare, nici drepturile de apărare ale Grupului Hankook, nici articolul 41 din Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene nu au fost violate.

1.3. **Perioada de anchetă și perioada examinată**

(10) Ancheta privind dumpingul și prejudiciul a acoperit perioada cuprinsă între 1 iulie 2016 și 30 iunie 2017 („perioada de anchetă"). Examinarea tendințelor relevante pentru evaluarea prejudiciului a acoperit perioada cuprinsă între 1 ianuarie 2014 și finele perioadei de anchetă („perioada examinată").

1.4. **Părțile interesate**

(11) În avizul de deschidere, Comisia a invitat părțile interesate să o contacteze pentru a participa la anchetă. De asemenea, Comisia a informat în mod specific reclamantul, alți producători cunoscuți din Uniune, producătorii-exportatori cunoscuți, autoritățile Republicii Populare Chineze, importatorii, furnizorii și utilizatorii cunoscuți, comercianții, precum și asociațiile cunoscute ca părți vizate, în legătură cu deschiderea anchetei și i-a invitat să ia parte la aceasta.

(12) Părțile interesate au avut posibilitatea de a formula observații cu privire la deschierea anchetei și de a solicita să fie audiate de Comisie și/sau de consilierul-auditor pentru proceduri comerciale.

(13) Doi producători din Uniune, reprezentați de reclamant, au profitat de această ocazie pentru a solicita Comisiei, în conformitate cu articolul 19 alineatul (1) din regulamentul de bază, să păstreze confidențialitatea în ceea ce privește identitatea lor, de teamă să nu se confrunte cu represalii din partea clienților sau a concurenților vizați de această anchetă. Ulterior, acestora li s-au adăugat alți doi producători cooperanți din Uniune, care au solicitat același statut.

(14) Comisia a examinat în mod individual temeiurile fiecărei cereri de păstrare a confidențialității. În urma examinării s-a stabilit că există, într-adevăr, dovezi care indică o posibilitate semnificativă de represalii în fiecare dintre cazuri și a acceptat ca identitatea societăților respective să nu fie dezvăluită.

([1]) Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2018/163 al Comisiei din 1 februarie 2018 de supunere la înregistrare a importurilor de pneuri noi și reșapate pentru autobuze sau camioane, originare din Republica Populară Chineză (JO L 30, 2.2.2018, p. 12).

([2]) Grupul Hankook este alcătuit din următoarele societăți afiliate: Shanghai Hankook Tire Sales Co., Ltd; Chongqing Hankook Tire Co., Ltd și Jiangsu Hankook Tire Co., Ltd.

(15) Doi producători-exportatori, Grupul Giti ([1]) și Grupul Aeolus ([2]), au afirmat că păstrarea anonimatului a doi producători din Uniune, reprezentați de reclamant, ar putea afecta în mod grav dreptul la apărare al părților, deoarece nu este posibil să se verifice că reclamantul reprezintă cu adevărat peste 25 % din producția totală a Uniunii. În plus, anonimatul nu permite părților interesate să cunoască nivelul ([3]) pe care își desfășoară activitatea reclamantul și, astfel, să prezinte observații pertinente cu privire la prejudiciul material pe care l-ar putea suferi din cauza exporturilor chineze de produs în cauză către Uniune. Mai mult, Grupul Giti a susținut că, potrivit reclamantului, producția de nivelul 3 a Uniunii ar reprezenta doar 16 % din producția totală a Uniunii. Prin urmare, acesta a argumentat că deschiderea procedurilor constituia o încălcare a articolului 5 alineatul (4) din regulamentul de bază. În fine, Grupul Giti și Grupul Aeolus au argumentat că păstrarea confidențialității nu le permite părților interesate să știe dacă producătorii din Uniune incluși în eșantion sunt afiliați cu producători-exportatori chinezi.

(16) Articolul 19 din regulamentul de bază prevede obligația Comisiei de a nu divulga informații confidențiale fără autorizația expresă a persoanei care a furnizat informațiile respective. Comisia a considerat că versiunea publică a plângerii le permitea părților interesate să evalueze cerințele privind *locus standi*. În plus, reprezentativitatea reclamantului trebuie să fie evaluată pe baza globală a presupusei industrii prejudiciate și nu pe niveluri de piață individuale. În fine, Comisia nu a fost convinsă de argumentul potrivit căruia lipsa de cunoștințe privind posibilele legături dintre reclamanți anonimi și producători-exportatori chinezi ar obstrucționa drepturile de apărare ale părților interesate. Cererile prezentate împotriva acordării confidențialității au fost, prin urmare, respinse.

(17) De asemenea, Comisia a informat producători din Republica Coreea („Coreea"), Japonia, Republica India („India"), Republica Africa de Sud („Africa de Sud"), Republica Turcia („Turcia"), Regatul Thailandei („Thailanda") și Republica Federativă a Braziliei („Brazilia") cu privire la deschiderea anchetei și i-a invitat să participe. În avizul de deschidere, Comisia a informat părțile interesate că avea în vedere să considere Statele Unite ale Americii („SUA") ca țară terță cu economie de piață („țară analoagă"), în sensul articolului 2 alineatul (7) litera (a) din regulamentul de bază. Părțile interesate au avut posibilitatea de a-și exprima opinia și au prezentat observații în acest sens (a se vedea secțiunea 3.1.2 de mai jos).

1.5. **Eșantionarea**

(18) În avizul de deschidere, Comisia a afirmat că ar putea eșantiona părțile interesate în conformitate cu articolul 17 din regulamentul de bază.

(a) *Eșantionarea producătorilor din Uniune*

(19) În avizul de deschidere, Comisia a afirmat că a selectat în mod provizoriu un eșantion de producători din Uniune. Comisia a selectat un eșantion pe baza celor mai mari volume reprezentative de producție și de vânzări, asigurând în același timp o repartizare geografică. Comisia a invitat părțile interesate să prezinte observații în legătură cu eșantionul provizoriu.

(20) Patru părți interesate au transmis observații în legătură cu eșantionul provizoriu (Grupul Aeolus; Grupul Giti; CRIA și CCCMC). În particular, acestea au considerat că segmentarea pieței pe trei niveluri nu s-a reflectat în mod corespunzător în eșantionul provizoriu și că eșantionul ar fi trebui să reflecte cât mai îndeaproape procentajul producției și al vânzărilor nivelurilor 1, 2 și 3 din totalul producției și al vânzărilor Uniunii.

(21) Ca urmare a acestei observații, la 25 septembrie 2017, Comisia a solicitat producătorilor din Uniune să furnizeze informații suplimentare privind nivelurile, în vederea stabilirii unui eșantion revizuit al producătorilor din Uniune.

(22) Producătorii cooperanți din Uniune care au răspuns la chestionarul privind eșantionarea includ întreprinderi mici și mijlocii („IMM-uri") ([4]) și reprezintă peste 50 % din totalul estimat al producției și al vânzărilor Uniunii.

([1]) Giti Tire (China) Investment Co., Ltd și filialele sale: 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, inclusiv Chonche Auto Double Happiness Tyre Corp., Ltd și Pirelli Tyre Co., Ltd.

([3]) Informațiile colectate și primite de Comisie indică faptul că piața anvelopelor de autobuz și de camion a Uniunii este segmentată pe trei niveluri. Anvelopele de nivelul 1 acoperă anvelopele noi premium, purtând marca emblematică a principalilor fabricanți. Anvelopele de nivelul 2 acoperă majoritatea anvelopelor non premium, atât noi cât și reșapate, cu prețuri și performanțe privind kilometrajul variind între aproximativ 65 % și 80 % din prețul anvelopelor de nivelul 1. Anvelopele de nivelul 3 acoperă atât anvelope noi, cât și anvelope reșapate, cu performanțe mai reduse în ceea ce privește kilometrajul și cu o reșapabilitate foarte limitată.

([4]) A se vedea Recomandarea din 6 mai 2003 a Comisiei privind definiția microîntreprinderilor și a întreprinderilor mici și mijlocii (2003/361/CE).

(23) Pentru a stabili eșantionul definitiv, Comisia a luat în considerare fragmentarea sectorului anvelopelor pe diferite niveluri, asigurându-se că toate cele trei niveluri erau acoperite de societățile incluse în eșantion. În plus, pentru a se asigura că situația IMM-urilor se reflectă în mod adecvat în analiza prejudiciului, având în vedere că acestea reprezintă aproximativ 15 % din totalul vânzărilor în Uniune realizate de producătorii din Uniune, Comisia a considerat că IMM-urile ar trebui să fie și ele reprezentate în eșantion.

(24) Unsprezece producători din Uniune au fost incluși în eșantion, pe baza:

— reprezentativității generale din punctul de vedere al volumului producției și al vânzărilor de produs în cauză în anul 2016;

— a reprezentativității nivelurilor din punctul de vedere al volumului producției de produs în cauză în anul 2016;

— a repartizării geografice și

— a reprezentativității producătorilor din Uniune din punctul de vedere al dimensiunii, mai exact între IMM-uri și întreprinderile de dimensiuni mai mari.

(25) Producătorii din Uniune incluși în eșantion cuprind atât întreprinderi mari, cât și IMM-uri. Producătorii din Uniune care au fost selectați își au sediul în șase state membre (Italia, Spania, Polonia, Portugalia, Germania și Franța) care, împreună, reprezentau peste 36 % din producția și vânzările Uniunii raportate de producătorii cooperanți din Uniune.

(26) La 22 decembrie 2017, unul dintre producătorii din Uniune incluși în eșantion, producătorul polonez Geyer&Hosaja, a informat Comisia că luase decizia să înceteze cooperarea în cadrul anchetei. Procentele menționate în considerentul 25 de mai sus nu sunt afectate de retragerea acestui producător, întrucât producția sa reprezintă mai puțin de 0,1 % din totalul producției Uniunii. Prin urmare, Comisia a concluzionat că eșantionul final este reprezentativ pentru industria Uniunii.

(27) În fine, Grupul Giti a susținut că prezenta anchetă ar fi trebuit să fie închisă imediat de Comisie, din cauza preselectării eronate din punct de vedere procedural a eșantionului de producători din Uniune. Comisia a reamintit faptul că selectarea provizorie a unui eșantion de producători din Uniune este posibilă din punct de vedere juridic și propice desfășurării unei anchete eficace, în termene strânse. După cum s-a demonstrat în considerentele 21-25, eșantionul provizoriu a fost modificat ca urmare a observațiilor primite de la părțile interesate. Prin urmare, cererea a fost respinsă.

(b) *Eșantionarea importatorilor*

(28) Pentru a decide dacă eșantionarea era necesară și, în caz afirmativ, pentru a selecta un eșantion, Comisia a solicitat unor importatori neafiliați să furnizeze informațiile specificate în avizul de deschidere. Cinci importatori s-au făcut cunoscuți, aceștia importând aproximativ 430 000 de unități de importuri din RPC. Două societăți au fost incluse în eșantion, reprezentând (70 %-90 %) din importatorii care au prezentat un formular de eșantionare.

(c) *Eșantionarea producătorilor-exportatori din RPC*

(29) Pentru a decide dacă este necesară eșantionarea și, în caz afirmativ, pentru a selecta un eșantion, Comisia a solicitat tuturor producătorilor-exportatori din RPC să furnizeze informațiile specificate în avizul de deschidere. În plus, Comisia a solicitat Misiunii Republicii Populare Chineze pe lângă Uniune să identifice și/sau să contacteze alți eventuali producători-exportatori care ar putea fi interesați să participe la anchetă.

(30) 49 de producători-exportatori au furnizat informațiile solicitate și au fost de acord să fie incluși în eșantion. În conformitate cu articolul 17 alineatul (1) din regulamentul de bază și bazându-se pe cel mai mare volum reprezentativ al exporturilor către Uniune care putea fi investigat în mod rezonabil în timpul avut la dispoziție, Comisia a selectat un eșantion format din următorii patru producători:

— Aeolus Tyre Co., Ltd; Chonche Auto Double Happiness Tyre Corp., Ltd; Qingdao Yellow Sea Rubber Co., Ltd and Pirelli Tyre Co, Ltd („Grupul Aeolus”);

— Xingyuan Tire Group Ltd, Co. și Guangrao Xinhongyuan Tyre Co., Ltd („Grupul Xingyuan”);

— Giti Tire (China) Investment Co., Ltd; Giti Tire (Anhui) Co., Ltd; Giti Tire (Fujian) Co., Ltd; Giti Tire (Hualin) Co., Ltd; Giti Tire (Yinchuan) Co., Ltd („Grupul Giti”);

— Shanghai Hankook Tire Sales Co., Ltd; Chongqing Hankook Tire Co., Ltd; Jiangsu Hankook Tire Co., Ltd; („Grupul Hankook”).

(31) În conformitate cu articolul 17 alineatul (2) din regulamentul de bază, au fost consultați cu privire la selectarea eșantionului toți producătorii-exportatori cunoscuți în cauză, precum și autoritățile din țara în cauză. Comisia a primit observații din partea: 1. reclamantului, 2. a CRIA și a CCCMC și 3. a unui producător-exportator – Grupul Giti.

(32) Reclamantul a susținut că eșantionul propus nu era suficient de reprezentativ, deoarece nu lua suficient în considerare diferitele segmente de preț, denumite „niveluri”, de pe piața anvelopelor din Uniune. Potrivit reclamantului, segmentul intermediar (nivelul 2) era suprareprezentat în eșantion, în timp ce majoritatea covârșitoare a exportatorilor chinezi operau în segmentul inferior (nivelul 3), care era subreprezentat. Prin urmare, acesta a susținut că producătorii-exportatori incluși în eșantion nu ar reflecta în mod corespunzător prețul mediu de import în Uniune. Reclamantul a solicitat înlocuirea producătorilor-exportatori eșantionați de nivelul 2 cu producători-exportatori eșantionați de nivelul 3.

(33) CRIA, CCCMC și Grupul Giti au acceptat, în principiu, eșantionul selectat în mod provizoriu, dar, ținând cont de numărul mare de producători-exportatori, au considerat că reprezentativitatea acestuia ar putea fi ameliorată în continuare, prin adăugarea mai multor societăți.

(34) Comisia a considerat că eșantionul propus era alcătuit din producători-exportatori încadrați atât la nivelul intermediar, cât și la cel inferior, reprezentând peste 50 % din totalul importurilor din RPC în Uniune. Înlocuirea celor mai mari producători-exportatori de nivelul 2 cu exportatori mai mici de nivelul 3 ar fi făcut ca eșantionul să devină nereprezentativ, având în vedere faptul că o mare parte din totalul exporturilor se încadra, potrivit datelor disponibile, la nivelul intermediar.

(35) În consecință, Comisia a decis să mențină eșantionul selectat în mod provizoriu și a comunicat acest lucru tuturor părților interesate la 19 octombrie 2017.

(36) Ulterior, Asociația industriei europene de reșapare („BIPAVER”) și Asociația producătorilor europeni de anvelope și cauciuc (*European Tyre & Rubber Manufacturers' Association*, ETRMA) au susținut că eșantionul selectat în mod definitiv ar putea conduce la un dezechilibru major al gamei de produse între anvelopele de nivelul 2 și cele de nivelul 3. În opinia acestora, exista posibilitatea ca prețurile medii de import să nu reflecte cu acuratețe acea parte a volumelor de importuri care cauzează cele mai mari prejudicii industriei din Uniune. Prin urmare, aceștia au solicitat insistent Comisiei să reevalueze și să modifice eșantionul și să adauge cel puțin un producător-exportator cu volume de export semnificative încadrat la nivelul 3.

(37) Comisia a reevaluat dacă mărirea în continuare a eșantionului ar fi fezabilă din punct de vedere practic. Aceasta a subliniat că grupurile de producători-exportatori incluși în eșantion constau în: 1. 13 entități juridice care erau implicate în producția și vânzarea internă a produsului în cauză; 2. doi exportatori afiliați situați în afara Uniunii și 3. peste zece importatori afiliați situați în Uniune. Datele furnizate de fiecare dintre aceste entități trebuiau să fie prelucrate și verificate. Prin urmare, Comisia a considerat că, în intervalul de timp disponibil, nu puteau fi anchetați în mod rezonabil mai mulți producători-exportatori.

(38) În consecință, Comisia nu a modificat eșantionul selectat în mod definitiv și comunicat anterior părților interesate.

(39) Pe lângă cei patru producători-exportatori incluși în eșantion, zece producători-exportatori au declarat că, în cazul în care nu sunt selectați pentru a face parte din eșantion, ar dori să primească un chestionar și alte formulare de cerere pentru a le completa și a solicita, astfel, o examinare individuală în temeiul articolului 17 alineatul (3) din regulamentul de bază.

(40) Comisia a trimis chestionare antidumping celor patru producători-exportatori chinezi incluși în eșantion, celor zece producători-exportatori care solicitaseră chestionarul și alte formulare de cerere, după cum se precizează mai sus, precum și producătorilor din Uniune incluși în eșantion.

(41) S-au primit răspunsuri la chestionar din partea celor patru producători-exportatori chinezi incluși în eșantion și din partea unui număr de zece producători din Uniune incluși în eșantion. Niciunul dintre producătorii-exportatori neincluși în eșantion nu a trimis un răspuns la chestionar.

1.6. **Formulare de cerere pentru acordarea tratamentului de societate care funcționează în condițiile unei economii de piață („formular de cerere TEP”)**

(42) Comisia a trimis formulare de cerere TEP celor doi producători-exportatori incluși în eșantion, Grupul Hankook și Grupul Giti, care solicitaseră acordarea tratamentului de societate care funcționează în condițiile unei economii de piață, în conformitate cu articolul 2 alineatul (7) litera (b) din regulamentul de bază. De asemenea, aceasta a trimis formulare de cerere TEP și producătorilor-exportatori cooperanți neincluși în eșantion care solicitaseră acest lucru. Comisia a primit răspunsuri la formularele de cerere TEP doar din partea celor două societăți incluse în eșantion.

1.7. **Vizite de verificare**

(43) Comisia a căutat și a verificat toate informațiile pe care le-a considerat necesare pentru o determinare provizorie a dumpingului, a prejudiciului generat de acesta și a interesului Uniunii. Vizitele de verificare efectuate în temeiul articolului 16 din regulamentul de bază s-au desfășurat la sediile următoarelor societăți:

Producători din Uniune:

— Good Year Firma Oponiarska, Polonia;

— Wetest, Republica Cehă;

— B.R.P. Pneumatici, Italia;

— Banden plant, Țările de Jos;

— Marangoni Spa Ltd, Italia;

— patru producători din Uniune, care au solicitat păstrarea confidențialității.

Producători-exportatori din RPC:

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

— Xingyuan Tire Group Ltd, Co. și Guangrao Xinhongyuan Tyre Co., Ltd (Dongying);

— Giti Tire (China) Investment Co., (Shanghai); Giti Tire (Anhui) Co., Ltd; (Hefei); Giti Tire (Hualin) Co., Ltd (Hualin) și un exportator afiliat din Singapore;

— Shanghai Hankook Tire Sales Co., Ltd (Shanghai); Chongqing Hankook Tire Co., (Chongqing) Ltd; Jiangsu Hankook Tire Co., Ltd (Jiangsu) și un exportator afiliat din Seul, Coreea.

Producători dintr-o țara analoagă:

— producător anonim dintr-o țară analoagă, situat în Brazilia.

Importatori afiliați din Uniune:

— Giti UK, Cheshire, Regatul Unit;

— Hankook UK, Northamptonshire, Regatul Unit și Hankook Germany, Neu-Isenburg, Germania.

2. PRODUSUL ÎN CAUZĂ ȘI PRODUSUL SIMILAR

2.1. **Produsul în cauză**

(44) Produsul în cauză este reprezentat de anumite anvelope pneumatice, noi sau reșapate, din cauciuc, de tipul celor utilizate pentru autobuze sau camioane, cu un indice de sarcină de peste 121, originare din RPC, încadrate în prezent la codurile NC 4011 20 90 și ex 4012 12 00 (cod TARIC 4012 12 00 10). Aceste coduri NC și TARIC sunt menționate doar cu titlu informativ.

(45) Produsul în cauză acoperă atât anvelopele pneumatice noi, cât și anvelopele pneumatice reșapate care sunt utilizate pentru autobuze sau camioane și care au aceleași caracteristici fizice, chimice și tehnice.

(46) Ambele tipuri de produs în cauză sunt fabricate din aceleași materii prime (chiar dacă pot exista diferențe la nivelul tehnologiei utilizate) și au o structură similară. Variațiile la nivelul materiilor prime și al structurii au ca rezultat caracteristici de performanță diferite.

2.1.1. *Procesul de fabricație*

2.1.1.1. Anvelope noi

(47) Procesul de fabricație al anvelopelor noi de camioane și autobuze implică: 1. amestecarea și malaxarea cauciucului; 2. prepararea componentelor anvelopei; 3. fabricarea anvelopei (verzi); 4. prelucrarea termică (vulcanizarea) și 5. inspecția finală. Toate anvelopele de camioane și autobuze sunt fabricate din aceleași materii prime de bază, și anume cauciuc natural, cauciuc sintetic, oțel, negru de fum, alte substanțe chimice și uleiuri, precum și materiale textile; ele au aceleași componente, și anume banda de rulare, flancurile, carcasa interioară, taloanele, benzile de oțel, pliurile carcasei, chiar dacă între diferiții producători ai acestui produs există anumite diferențe.

(48) S-a constatat, de asemenea, că procesul de fabricație a anvelopelor noi de camioane și autobuze implică tehnologii variate, fapt care nu a afectat însă constatările generale privind interschimbabilitatea.

2.1.1.2. Anvelope reșapate

(49) Reșaparea este, în esență, un proces de reciclare cu ajutorul căruia anvelopele uzate sunt renovate prin înlocuirea benzii de rulare pe o carcasă veche. Carcasele sunt elemente principale ale procesului de reșapare și, prin urmare, o parte substanțială a activității reșapatorilor o reprezintă selectarea și achiziționarea de carcase adecvate pentru reșapare. Astfel, carcasele sunt principala materie primă a procesului de producție si constituie – în funcție de calitatea lor – fie un adevărat produs „semifinit”, fie un deșeu.

(50) Din nou, acest proces poate implica tehnologii variate, fără impact asupra constatărilor Comisiei privind interschimbabilitatea.

2.1.2. *Utilizări și tipuri de anvelope*

(51) Anvelopele de camioane și autobuze sunt produse într-o mare varietate de tipuri și dimensiuni și pot fi întâlnite pe o gamă largă de vehicule comerciale, de la camioane și autobuze pentru transportul local în contexte urbane sau regionale, la camioane și autobuze pentru transportul pe distanțe lungi, în funcție de dimensiunile și de specificațiile lor privind indicele de sarcină. Ele nu sunt adecvate nici pentru utilizarea în cazul vehiculelor de călători sau al altor vehicule utilitare ușoare, nici pentru vehiculele exclusiv de teren, cum ar fi tractoarele agricole.

(52) Anvelopele pentru camioane sau autobuze sunt comercializate sub două tipuri și în patru categorii: Anvelopa de tip cu cameră este o opțiune mai tradițională; aceasta are o cameră interioară cu valvă proprie, amplasată în interiorul anvelopei. În cazul anvelopelor de tip fără cameră, anvelopa și janta roții formează un sigiliu etanș, valva fiind montată direct pe jantă. Majoritatea covârșitoare a anvelopelor pentru camioane sau autobuze vândute în Uniune sunt anvelope fără cameră. Cele patru categorii de anvelope pentru camioane sau autobuze sunt: pentru roțile directoare, pentru roțile motoare, pentru remorcă și multipoziție. Anvelopele pentru roțile directoare sunt concepute pentru a fi utilizate pe axa față pentru a ajuta la controlul direcției, dar pot fi utilizate pentru toate pozițiile pe camioane sau autobuze, în funcție de utilizarea vehiculului. Anvelopele pentru roțile motoare sunt concepute pentru sistemul de transmisie și asigură o tracțiune mai bună. Anvelopele pentru remorci sunt concepute pentru a fi montate pe remorci, în timp ce anvelopele multipoziție sunt concepute pentru a fi utilizate pe un vehicul în toate pozițiile, în funcție de utilizarea acestuia.

(53) Anvelopele, noi sau reșapate, sunt supuse acelorași cerințe de siguranță pe piața Uniunii, astfel cum se prevede în Directiva 2007/46/CE a Parlamentului European și a Consiliului ([1]).

2.2. **Segmentarea pe trei niveluri a pieței anvelopelor din Uniune**

(54) Informațiile colectate și primite de Comisie indică faptul că piața anvelopelor de autobuze și camioane din Uniune este segmentată pe trei niveluri sau segmente. Deși nu există linii clare de demarcație între niveluri, există un acord general la nivelul părților interesate și al constatărilor Comisiei privind următoarea clasificare.

(55) Anvelopele de nivelul 1 acoperă anvelopele noi premium, purtând marca emblematică a principalilor fabricanți. Recunoașterea mărcii este un factor-cheie pentru anvelopele de acest nivel, ea justificând plătirea unor prețuri semnificativ mai mari pentru performanțele înalte așteptate, precum și pentru investițiile de marketing deosebit de semnificative. Anvelopele fabricate de producătorii de echipamente originale pentru camioane sau autobuze („OE1”) sunt incluse în principal la acest nivel. Calitatea anvelopelor de nivelul 1 asigură un nivel înalt de

([1]) Directiva 2007/46/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 5 septembrie 2007 de stabilire a unui cadru pentru omologarea autovehiculelor și remorcilor acestora, precum și a sistemelor, componentelor și unităților tehnice separate destinate vehiculelor respective (JO L 263, 9.10.2007, p. 1).

reșapabilitate al acestora, ele fiind concepute să fie anvelope cu mai multe cicluri de utilizare (*multi-life tyres*), fapt ce mărește și mai mult kilometrajul semnificativ mai mare al produsului original (până la trei reșapări pentru o utilizare normală). Anvelopele de nivelul 1 sunt, de asemenea, asociate unui nivel mai ridicat de siguranță și beneficiază adesea de un bun nivel al serviciilor postvânzare.

(56) Anvelopele de nivelul 2 acoperă majoritatea anvelopelor non premium, atât noi cât și reșapate, cu prețuri variind între aproximativ 65 % și 80 % din prețul anvelopelor de nivelul 1. Anvelopele fabricate de producătorii de echipamente originale pentru remorci („OE2") pot fi incluse la acest nivel. Recunoașterea mărcii rămâne importantă la acest nivel, iar mărcile sunt de obicei cunoscute de cumpărători, care sunt de asemenea în măsură să identifice producătorii anvelopelor. Ele sunt în general reșapabile cel puțin o dată și oferă bune performanțe în ceea ce privește kilometrajul, deși mai limitate decât cele ale anvelopelor de nivelul 1.

(57) Anvelopele de nivelul 3 acoperă atât anvelopele noi, cât și anvelopele reșapate, cu performanțe mai reduse în ceea ce privește kilometrajul și cu o reșapabilitate foarte limitată sau chiar inexistentă. În mod obișnuit, prețul lor este stabilit la mai puțin de 65 % din prețul anvelopelor de nivelul 1, acest procent corespunzând și performanței lor în ceea ce privește kilometrajul. Pe acest nivel, recunoașterea mărcii este aproape inexistentă, iar prețul devine factorul determinant în decizia clientului de a cumpăra. În general, aceste anvelope nu sunt furnizate cu servicii postvânzare.

(58) Anvelopele reșapate pot fi clasificate la nivelul 2 sau la nivelul 3. Deși unele anvelope chineze sunt reșapabile, în China se efectuează foarte puține reșapări. Pe de altă parte, reșaparea este destul de larg răspândită în Uniune și pe alte piețe, de exemplu în Brazilia. Activitatea de reșaparea din Uniune include:

— reșapatori integrați, acționând sub numele, marca sau mandatul unui producător de anvelope noi. Ei sunt percepuți ca o continuare a mărcilor care vând anvelopele noi. Această activitate corespunde anvelopelor de nivelul 2;

— reșapatori independenți care acoperă, de obicei, piețe geografice și volume mult mai mici. Ei vând anvelopele sub propriul nume sau sub propria marcă și se bazează pe propria lor expertiză. Majoritatea acestora sunt IMM-uri (cel puțin 380 de societăți în Uniune). Această activitate corespunde anvelopelor de nivelul 3.

(59) Comisia a publicat cartografierea anvelopelor noi și reșapate în funcție de marcă, pe baza informațiilor furnizate de reclamant, și a pus-o la dispoziția tuturor părților interesate la 27 octombrie 2017.

2.3. **Cereri legate de segmentarea pieței anvelopelor din Uniune**

(60) Astfel cum se remarcă în considerentul 58, părțile interesate au acceptat, în general, principiul segmentării pieței pe trei niveluri.

(61) Cartografierea pieței mărcilor de anvelope în funcție de nivel, prevăzută în nota la dosarul din 27 octombrie 2017, a fost în general aprobată de părțile interesate, cu excepția următoarelor cereri prezentate de acestea referitor la reclasificarea anumitor mărci la alte niveluri. Mai exact, Grupul Aeolus a considerat că marca sa Aeolus se încadrează la nivelul 3 (și nu la nivelul 2); doi importatori care importă marca Double Coin au susținut că aceasta ar trebui să fie clasificată la nivelul 2 (în loc de nivelul 3); Grupul Hankook a considerat că marca sa Aurora aparține nivelului 2 (și nu nivelului 3); în răspunsul său la chestionar, Grupul Giti a considerat că mărcile sale Primewell și GT Radial aparțineau nivelului 2 (și nu nivelului 3), iar un importator independent a susținut că marca Sailun ar trebui să fie clasificată la nivelul 2 (în loc de nivelul 3).

(62) Comisia a examinat cererile pe baza datelor prezentate de părțile interesate și a informațiilor colectate *ex officio* pe parcursul anchetei. În conformitate cu caracteristicile identificate în considerentul 49, Comisia a analizat în ce măsură anvelopele purtând mărcile menționate sunt: 1. reșapabile; 2. utilizate ca echipamente originale pentru autobuze și camioane și 3. comercializate în cadrul unui anumit nivel, în conformitate cu propria evaluare efectuată de fiecare societate în parte.

(63) În ceea ce privește Grupul Hankook, Comisia a acceptat să clasifice marca Aurora la nivelul 2, așa cum se solicitase. Însă Comisia a constatat, totodată, că marca Hankook ar trebui să fie clasificată la nivelul 1. Pentru marca Hankook, grupul oferă o garanție juridică potrivit căreia anvelopele sale pot fi reșapate cel puțin o dată. În plus, grupul acționează ca un furnizor OE1 pentru societăți europene cum ar fi Scania, MAN și Mercedes-Benz. Site-ul web al Grupului Hankook comercializează marca Hankook ca „premium", iar un document intern al unui importator afiliat, înmânat în cursul verificării, a indicat că marca a urcat recent la nivelul 1.

(64) În ceea ce privește Grupul Giti, Comisia a acceptat să clasifice mărcile Primewell și GT Radial la nivelul 2, așa cum se solicitase. Comisia a constatat de asemenea că anvelopele Giti sunt reșapabile. Cu toate acestea, activitățile de producător de echipamente originale ale Grupului Giti nu se extind la camioane și autobuze, ele fiind legate de anvelopele pentru autoturisme. În plus, Grupul Giti consideră că mărcile sale se încadrează la nivelul 2. Prin urmare, mărcile grupului au fost clasificate la nivelul 2.

(65) În ceea ce privește Grupul Aeolus, Comisia a acceptat, în mod provizoriu, să clasifice marca Aeolus la nivelul 3, așa cum solicitase societatea, pe baza afirmațiilor potrivit cărora anvelopele sale nu sunt, în general, reșapabile și nu sunt vândute pe piața OE.

(66) Importatorii care făcuseră cererile legate de mărcile Double Coin și Sailun nu erau societăți incluse în eșantion și, prin urmare, Comisia nu a putut verifica cererile lor în această etapă. Întrucât nu au făcut parte din eșantion, clasificarea lor la nivelul 2 sau 3 nu influențează rezultatul investigației. În consecință, deși nu pune în discuție datele prezentate de importatori cu privire la experiența clienților lor cu anvelopele purtând mărcile respective, Comisia nu a luat nicio poziție cu privire la cererile lor în această etapă.

(67) Mai multe părți interesate au afirmat că cartografierea nivelurilor în funcție de marcă este aplicabilă numai Uniunii și că, pe alte piețe, cartografierea nivelurilor ar putea fi foarte diferită. În particular, cartografierea nivelurilor pieței Uniunii nu poate fi transpusă pe piața chineză. Comisia a subliniat faptul că cartografierea în funcție de marcă a fost utilizată în cadrul prezentei anchete pentru a se analiza situația de pe piața Uniunii și că ea nu are nicio semnificație juridică pentru alte piețe.

2.3.1. *Cereri de excludere a unor produse*

(68) CRIA și CCCME, precum și Grupul Aeolus, au susținut că fie anvelopele noi, fie anvelopele reșapate ar trebui să fie excluse din definiția produsului în cauză, deoarece:

— anvelopele noi și anvelopele reșapate au caracteristici esențiale diferite din punct de vedere fizic, tehnic și chimic;

— anvelopele reșapate au o durată de viață mai scurtă decât anvelopele noi;

— anvelopele noi și anvelopele reșapate au utilizări, canalele de vânzare, aplicații și o percepție a consumatorului diferite; în particular, anvelopele reșapate nu sunt utilizate pe piața echipamentelor originale și, în general, nu sunt montate pe axa directoare și pe camioanele care transportă mărfuri periculoase;

— anvelopele noi și anvelopele reșapate au coduri NC diferite.

(69) De asemenea, părțile respective au observat că, în mai multe cauze din domeniul concurenței, atât Comisia, cât și Curtea de Justiție a Uniunii Europene („CJUE") au concluzionat că anvelopele noi și anvelopele reșapate constituie două piețe relevante diferite în ceea ce privește prețul, structura ofertei, structura cererii, canalele de aprovizionare și substituibilitatea ([1]). CRIA și CCCME au remarcat, de asemenea, că alte autorități responsabile cu anchete antidumping au tratat anvelopele noi și anvelopele reșapate separat ([2]).

(70) Potrivit afirmațiilor CRIA și CCCME, Comisia a săvârșit o eroare în ceea ce privește evaluarea factorilor pertinenți, întrucât nu a tratat anvelopele noi și anvelopele reșapate separat.

(71) Grupul Giti a susținut că anvelopele reșapabile sau cu mai multe cicluri de utilizare ar trebui să fie excluse din definiția produsului în cauză, deoarece anvelopele reșapabile sunt mai sofisticate decât anvelopele nereșapabile, având caracteristicile tehnice distinctive.

(72) Comisia a constatat că procesul de reșapare păstrează principalele caracteristici, componentele și structura anvelopei, așa cum rezultă acestea în urma procesului de fabricație inițial. În particular, specificațiile tehnice principale ale anvelopei, și anume dimensiunea, indicele de sarcină și indicele de viteză ale acesteia nu sunt modificate în etapa de reșapare. Anvelopele noi (reșapabile sau nereșapabile) și anvelopele reșapate sunt fabricate din aceleași materii prime și din aceleași componente și au o structură similară.

(73) Principala diferență, la nivelul caracteristicilor tehnice, dintre o anvelopă nou-fabricată și o anvelopă reșapată fabricată pe carcasa acesteia este aceea că anvelopa reșapată poate avea, într-adevăr, o durată de viață mai scurtă și că anvelopa reșapată poate fi percepută ca o opțiune mai puțin sigură. Cu toate acestea, exact aceleași diferențe de percepție din punct de vedere tehnic, al calității și al siguranței apar între două anvelope noi încadrate la niveluri diferite. În particular, anvelopele de nivel inferior au, de asemenea, performanțe mai reduse în ceea ce privește kilometrajul și nu sunt o opțiune preferată pentru vehiculele care trebuie să respecte standarde de siguranță foarte ridicate, și anume acelea care transportă mărfuri periculoase.

(74) Prin urmare, Comisia a respins în mod provizoriu afirmația conform căreia anvelopele noi (reșapabile sau nereșapabile) și anvelopele reșapate au caracteristici de bază diferite din punct de vedere fizic, chimic și tehnic.

([1]) Comisia Europeană, cauza COMP/M.4564 -BRIDGESTONE/BANDAG; cauza COMP/E-2/36.041/PO. Curtea de Justiție a Uniunii Europene, Hotărârea din 9 noiembrie 1983, cauza C-322/81, Michelin/Comisia, ECLI: EU:C:1983:313.

([2]) Investigațiile citate au vizat SUA, India, Egiptul și Comisia Eurasiatică.

(75) De asemenea, Comisia a constatat că atât anvelopele noi, cât și cele reșapate sunt utilizate de proprietarii de camioane sau autobuze care își desfășoară activitatea în principal în sectorul transportului de persoane sau mărfuri pe distanțe variind de la scurte la lungi. Prin urmare, utilizarea finală esențială a anvelopelor noi și a anvelopelor reșapate este aceeași. Comisia a constatat, de asemenea, că anvelopele noi și anvelopele reșapate au aceleași patru tipuri principale de aplicare, și anume pentru roțile directoare, pentru roțile motoare, pentru remorcă și multipoziție, și că ele sunt supuse acelorași cerințe de siguranță pe piața Uniunii, conform prevederilor legislației în domeniu.

(76) Prin urmare, afirmația potrivit căreia anvelopele noi și anvelopele reșapate au aplicații diferite a fost respinsă, în mod provizoriu.

(77) Comisia a fost de acord că anvelopele reșapate diferă de anvelopele noi de nivelul 1, în măsura în care cele dintâi nu sunt vândute pe piața echipamentelor originale. Comisia a constatat, de asemenea, că exact același lucru este valabil și pentru anvelopele de nivelul 3 și, într-o mare măsură, pentru mărcile de nivelul 2, care nu sunt vândute nici ele pe piața echipamentelor originale.

(78) Prin urmare, Comisia a respins în mod provizoriu afirmația potrivit căreia anvelopele noi și anvelopele reșapate au canale de vânzare diferite.

(79) În ceea ce privește deciziile luate de Comisie în domeniul concurenței și hotărârea CJUE ([1]) în care anvelopele reșapate au fost încadrate pe o piață de produs separată, acest lucru este, în fapt, irelevant pentru definiția produsului în cadrul anchetelor de apărare comercială. Definiția pieței într-un caz de fuziune se axează pe substituția din perspectiva cererii și a ofertei ([2]). Într-o anchetă antidumping, piața este definită de caracteristicile fizice, tehnice și chimice ale produsului în cauză. Prin urmare, Comisia a respins acest argument.

(80) În ceea ce privește afirmația referitoare la definiția produsului în cazuri de antidumping în țări terțe, Comisia a precizat că definiția produsului se înscrie în marja largă de apreciere a autorității de anchetă în chestiuni de apărare comercială ([3]). Prin urmare, maniera în care respectivele autorități de anchetă din țările terțe au utilizat propria libertate de apreciere în această privință nu poate limita marja de apreciere a Comisiei în scopul prezentei anchete.

(81) De asemenea, s-a afirmat că produsul în cauză nu ar trebui să fie încadrat la mai multe coduri NC. În această privință, Comisia a reamintit, în primul rând, faptul că este foarte frecvent ca un singur produs în cauză să fie încadrat la mai multe coduri NC. Această situație apare în mod natural, datorită modului în care este concepută Nomenclatura combinată. În plus, în avizul de deschidere s-a precizat în mod clar că codurile NC sunt prezentate doar cu titlu informativ. În al doilea rând, nu a fost furnizat niciun element de probă concret, iar Comisia nu a găsit informații potrivit cărora produsul în cauză ar fi fost definit în așa fel încât anvelopele noi și anvelopele reșapate importate să nu poată fi considerate în mod provizoriu ca alternative la anvelopele noi și la anvelopele reșapate produse în Uniune și să nu poată concura direct cu acestea din urmă. În scopul prezentei anchete, același principiu se aplică și percepției producătorilor și a consumatorilor, canalelor de distribuție sau altor factori, în ceea ce privește existența uneia sau mai multor categorii de produs, în contrast cu diferențierea anvelopelor noi de cele reșapate.

(82) În fine, părțile interesate au susținut că, datorită segmentării pieței din Uniune, anvelopele reșapate sunt percepute a fi de o calitate inferioară în raport cu anvelopele noi de nivelul 1, chiar dacă sunt fabricate pe o carcasă de anvelopă de nivelul 1.

(83) Comisia a acceptat această afirmație, care este în concordanță cu cartografierea nivelurilor stabilită pentru prezenta anchetă, și a luat în considerare numai anvelopele reșapate de nivelurile 2 și 3.

2.4. **Produsul similar**

(84) Examinarea a arătat că următoarele produse au aceleași caracteristici fizice de bază, precum și aceleași utilizări de bază:

— produsul în cauză;

— produsul fabricat și vândut pe piața internă din Brazilia, care a fost considerată în mod provizoriu țară analoagă;

— produsul fabricat și vândut în Uniune de către industria din Uniune.

([1]) Comisia Europeană, cauza COMP/M.4564 -BRIDGESTONE/BANDAG; cauza COMP/E-2/36.041/PO. Curtea de Justiție a Uniunii Europene, Hotărârea din 9 noiembrie 1983, cauza C-322/81, Michelin/Comisia, ECLI: EU:C:1983:313.

([2]) Comisia Europeană, cauza COMP/M.4564 -BRIDGESTONE/BANDAG, pagina 4.

([3]) Curtea de Justiție a Uniunii Europene, Hotărârea din 17 martie 2016, cauza C-232/14, Portmeirion Group, ECLI:EU:C:2016:180, punctul 47 și urm.

(85) Comisia a stabilit în această etapă că produsele respective sunt produse similare în sensul articolului 1 alineatul (4) din regulamentul de bază.

3. DUMPINGUL

3.1. Valoarea normală

3.1.1. Tratamentul de societate care funcționează în condițiile unei economii de piață (denumit în continuare „TEP")

(86) În temeiul articolului 2 alineatul (7) literele (a) și (b) din regulamentul de bază, Comisia stabilește valoarea normală pe baza prețului sau a valorii construite într-o țară terță cu economie de piață, în cazul importurilor din țări cu economie planificată, cu excepția cazului în care exportatorul poate dovedi că își desfășoară activitatea în condiții de economie de piață.

(87) CCCMC și CRIA au afirmat că, după expirarea alineatului (15) litera (a) punctul (ii) din Protocolul de aderare a RPC la Organizația Mondială a Comerțului („OMC") la 11 decembrie 2016, exportatorilor chinezi ar trebui să li se aplice regulile generale pentru determinarea valorii normale. În această privință, ei au argumentat că utilizarea unei metode corespunzătoare unei economii planificate, pentru a efectua o determinare după data de 11 decembrie 2016, este contrară obligațiilor Uniunii Europene în cadrul OMC. Ei au susținut că valoarea normală nu poate fi bazată pe o țară analoagă, ci ar trebui să se bazeze pe datele privind vânzările și costurile din China.

(88) Avizul de deschidere a fost publicat la 11 august 2017. Prin urmare, legislația relevantă aplicabilă prezentei proceduri este regulamentul de bază, în versiunea sa aplicabilă la momentul deschiderii anchetei. Valoarea normală trebuie să fie deci stabilită pe baza articolului 2 alineatul (7) literele (a) și (b) din regulamentul de bază, astfel cum se aplica la data deschiderii prezentei anchete în august 2017. Prin urmare, cererile prezentate de CCCMC și CRIA sunt respinse.

(89) În continuare, este prezentată o scurtă descriere a criteriilor TEP, exclusiv pentru a facilita trimiterile:

— deciziile economice se adoptă ca răspuns la condițiile pieței și fără o intervenție semnificativă din partea statului, iar costurile reflectă valorile de piață;

— întreprinderile dispun de un set clar de documente contabile de bază, care sunt auditate independent, în conformitate cu standardele internaționale de contabilitate și care sunt aplicate în toate cazurile;

— nu există denaturări semnificative provenind de la precedentul sistem de economie planificată;

— certitudinea și stabilitatea juridică sunt asigurate prin legi privind falimentul și proprietatea, iar

— operațiunile de schimb valutar se efectuează la cursul pieței.

(90) Pentru a stabili dacă sunt îndeplinite criteriile de la articolul 2 alineatul (7) litera (c) din regulamentul de bază, Comisia a căutat să obțină informațiile necesare, solicitând producătorilor-exportatori să completeze formularul de cerere TEP. Două dintre cele patru societăți cooperante incluse în eșantion, Grupul Giti și Grupul Hankook, au cerut acordarea TEP și au răspuns în termenul stabilit. Prin urmare, în ceea ce privește aceste două grupuri de societăți, s-a luat o decizie privind acordarea TEP.

(91) Comisia a căutat să obțină toate informațiile considerate necesare și a verificat toate informațiile furnizate în cererea de acordare a TEP la sediile principalelor entități juridice ale ambelor grupuri.

(92) În cazul părților afiliate, Comisia a examinat dacă grupul de societăți afiliate, în ansamblul său, îndeplinea condițiile pentru acordarea TEP. Prin urmare, în cazul în care o filială sau orice altă societate afiliată solicitantului din RPC este implicată, direct sau indirect, în producția sau vânzarea de produs în cauză, examinarea TEP s-a efectuat cu privire la fiecare societate în parte, precum și cu privire la grupul de societăți, în ansamblul său.

(93) Niciunul dintre cele două grupuri care au solicitat acordarea TEP nu a reușit să demonstreze că respecta toate criteriile enunțate la articolul 2 alineatul (7) litera (c) din regulamentul de bază.

(94) Mai precis, niciunul dintre cele două grupuri nu a reușit să demonstreze, nici individual, nici ca grup, că dispunea de un set clar de documente contabile care erau auditate independent în conformitate cu standardele internaționale de contabilitate și, prin urmare, nu a îndeplinit criteriul 2 de acordare a TEP.

(95) Mai mult, niciunul dintre cele două grupuri nu a reușit să demonstreze că nu era supus unor denaturări semnificative provenind de la precedentul sistem de economie planificată. În consecință, aceste societăți sau grupuri de societăți nu au îndeplinit criteriul 3 de acordare a TEP. Mai exact, ambele grupuri beneficiau de regimuri fiscale preferențiale.

(96) În plus, Grupul Hankook nu a reușit să demonstreze că nu exista nicio intervenție semnificativă din partea statului și că costurile legate de principalii factori de producție reflectă în mod substanțial valorile pieței. Astfel, acest grup nu a reușit să demonstreze nici că îndeplinea criteriul 1 de acordare a TEP.

(97) Comisia a comunicat constatările ambilor producători-exportatori în cauză, autorităților din țara în cauză și industriei din Uniune. Părțile interesate au făcut observații pe marginea constatărilor. Grupul Hankook a argumentat că intervențiile de stat constatate în temeiul criteriului 1 nu erau semnificative. Ambele grupuri au considerat că deficiențele din sistemele lor contabile nu erau majore. De asemenea, ele au susținut că regimul fiscal preferențial în temeiul criteriului 3 de acordare a TEP nu constituiau o denaturare semnificativă.

(98) Aceste observații nu au pus sub semnul întrebării constatările factuale, ci au propus pur și simplu o calificare juridică alternativă. Având însă în vedere amploarea și gravitatea problemelor constatate în temeiul tuturor celor trei criterii, observațiile respective nu au fost de natură să modifice constatările Comisiei.

(99) După informarea statelor membre în conformitate cu articolul 2 alineatul (7) litera (c) din regulamentul de bază, tuturor solicitanților li s-a comunicat individual și oficial, la 9 aprilie 2017, decizia finală a Comisiei cu privire la cererile lor de acordare a TEP.

(100) Astfel, nici Grupul Giti, nici Grupul Hankook nu au putut demonstra că îndeplinea toate criteriile pentru acordarea TEP stabilite la articolul 2 alineatul (7) litera (c) din regulamentul de bază și, prin urmare, nu li s-a putut acorda TEP.

3.1.2. *Țara analoagă*

(101) În conformitate cu articolul 2 alineatul (7) litera (a) din regulamentul de bază, valoarea normală a fost stabilită pe baza prețului sau a valorii construite într-o țară terță cu economie de piață pentru toți producătorii-exportatori. În acest scop, a trebuit să fie selectată o țară terță cu economie de piață („țara analoagă”).

(102) În avizul de deschidere, Comisia a informat părțile interesate că, în opinia sa, SUA era o țară analoagă adecvată și a invitat părțile interesate să prezinte observații.

(103) Comisia a primit observații din partea a trei părți interesate în ceea ce privește alegerea țării analoage:

— CRIA/CCCMC;

— Grupul Giti;

— reclamantul.

(104) Atât CRIA/CCCMC, cât și Grupul Giti au pledat împotriva alegerii SUA ca țară analoagă. De asemenea, ei au considerat că Japonia și Coreea (deși într-o măsură mai mică) nu sunt țări adecvate, opinând că Thailanda ar fi cea mai adecvată țară analoagă. Grupul Giti a argumentat, de asemenea, că Turcia nu ar putea constitui o țară adecvată, din cauza prezenței unor restricții comerciale și a accesului diferit la materiile prime. CRIA/CCCMC au invitat Comisia să contacteze posibili producători dintr-o țară analoagă din Turcia, Thailanda, Brazilia și Republica Arabă Egipt („Egipt”).

(105) Reclamantul s-a opus alegerii Thailandei ca țară analoagă, reiterându-și opinia potrivit căreia SUA era cea mai adecvată țară analoagă.

(106) Comisia a primit date de contact fiabile de la 22 de producători din opt țări (SUA, Japonia, Coreea, Turcia, India, Thailanda, Africa de Sud și Brazilia). Ea a contactat cele 22 de societăți, invitându-le să coopereze în calitate de producător dintr-o țară analoagă și a primit răspunsuri la chestionar de la patru producători din SUA, Thailanda, Africa de Sud și Brazilia (câte un producător din fiecare dintre aceste țări).

(107) Răspunsul la chestionar transmis de un producător din SUA nu conținea informații în conformitate cu chestionarul, iar producătorul nu a mai fost dispus să furnizeze informațiile lipsă. Având în vedere acest răspuns incomplet, Comisia a exclus SUA din analiza sa.

(108) În mod similar, Comisia a exclus și Thailanda ca potențială țară analoagă. În acest caz, răspunsul la chestionar primit din partea unui producător din Thailanda indicase că volumul producției sale era extrem de redus (mai puțin de 10 000 de articole) și că fabrica numai anvelope de tip cu cameră. Comisia a considerat că datele provenite de la acest producător nu ar oferi o comparație semnificativă din cauza lipsei de reprezentativitate, ținând cont de faptul că majoritatea covârșitoare a anvelopelor vândute pe piața Uniunii sunt anvelope fără cameră.

(109) Comisia a primit un răspuns complet la chestionar de la un producător din Africa de Sud. Producția internă totală a Africii de Sud este limitată la mai puțin de 200 000 de unități pe an, ceea ce reprezintă doar aproximativ 2 % din exporturile Chinei către Uniune. Consumul intern este de 1,3 milioane de unități. Importurile totale reprezintă 90 % din consumul intern. Deși nu există taxe de protecție comercială în vigoare, taxele vamale obișnuite sunt destul de ridicate: 25 % pentru majoritatea țărilor globului și 15 % pentru Uniune. Africa de Sud este comparabilă cu RPC în ceea ce privește nivelul de dezvoltare economică.

(110) În fine, Comisia a primit un răspuns complet la chestionar de la un producător din Brazilia.

(111) Brazilia are o producție semnificativă (7,1 milioane de articole), care este mai mare decât totalul exporturilor Chinei către Uniune (4,59 milioane de articole). Consumul intern pe piața braziliană este de aproape 7 milioane de unități. Totalul importurilor – aproximativ 1 milion de unități – reprezintă în jur de 15 % din consumul Braziliei. Exporturile totale sunt de 900 000 de unități. Volumele producătorului cooperant (peste 1 milion de articole) sunt suficient de reprezentative pentru a stabili valoarea normală. Producătorii din Brazilia și China au condiții similare de acces la principalele materii prime, întrucât cele două țări sunt producătoare de cauciuc natural. În fine, Brazilia este comparabilă cu RPC în ceea ce privește nivelul de dezvoltare economică. Deși în Brazilia sunt în vigoare taxe de protecție comercială împotriva mai multor țări terțe, există încă importuri semnificative de produs în cauză după cum s-a indicat mai sus.

(112) Comisia a considerat că atât Africa de Sud, cât și Brazilia ar putea fi utilizate ca țări analoage. Având în vedere că producția internă a Africii de Sud era considerabil mai mică decât cea a Braziliei, atât în termeni relativi, cât și în termeni absoluți, Comisia a decis să aleagă Brazilia ca cea mai adecvată țară analoagă în conformitate cu articolul 2 alineatul (7) litera (a) din regulamentul de bază.

3.1.3. *Valoarea normală*

(113) Informațiile primite de la producătorul cooperant din țara analoagă au fost utilizate ca bază pentru determinarea valorii normale pentru producătorii-exportatori cărora nu li s-a acordat TEP, în temeiul articolului 2 alineatul (7) litera (a) din regulamentul de bază.

(114) Unele tipuri de produse fabricate în țara analoagă nu au putut fi corelate cu tipurile de produse exportate din țara în cauză către Uniune, deoarece producătorul din țara analoagă nu producea toate dimensiunile și tipurile de anvelope exportate către Uniune. Prin urmare, valoarea normală a tipurilor de produse necorelate a trebuit să fie construită în temeiul articolului 2 alineatul (3) din regulamentul de bază, pe baza costurilor de producție ale producătorului din țara analoagă, plus o sumă rezonabilă care să reflecte costurile de vânzare, costurile generale și costurile administrative (VGA), precum și profitul.

(115) Comisia a calculat costul de fabricație (CF) mediu pe kg pentru fiecare poziție a anvelopei – roți directoare, roți motoare, multipoziție sau remorcă, pentru fiecare nivel respectiv (1, 2 sau 3) și pentru fiecare tip de anvelopă (cu cameră sau fără cameră), pe baza datelor verificate privind costurile de producție, provenite de la producătorul brazilian. Acest CF mediu era cuprins între 20,03 CNY/kg și 21,29 CNY/kg Comisia a construit valoarea fiecărui număr de cod de produs necorelat exportat de producătorii chinezi înmulțind greutatea produsului cu CF mediu pentru fiecare poziție, tip și nivel ale anvelopei. Comisia a adăugat apoi o sumă rezonabilă reprezentând VGA (35-45 % din CF), pe baza datelor reale referitoare la producție și vânzări, așa cum se prevede la articolul 2 alineatul (6) din regulamentul de bază. La final, ea a adăugat o valoare rezonabilă a profitului (23-28 % din CF), utilizând marja medie de profit a vânzărilor de produse profitabile.

3.2. **Prețul de export**

(116) Producătorii-exportatori incluși în eșantion exportau către Uniune, fie direct către clienți independenți, fie prin intermediul unor societăți afiliate sau neafiliate acționând ca importatori.

(117) Atunci când producătorii-exportatori exportau produsul în cauză direct către clienți independenți din Uniune, prețul de export era prețul plătit efectiv sau prețul de plătit pentru produsul în cauză în momentul vânzării la export către Uniune, în conformitate cu articolul 2 alineatul (8) din regulamentul de bază.

(118) Atunci când producătorii-exportatori exportau produsul în cauză către Uniune prin intermediul unor societăți afiliate acționând ca importatori, prețul de export era stabilit pe baza prețului la care produsul importat era revândut pentru prima dată unor clienți independenți din Uniune, în conformitate cu articolul 2 alineatul (9) din regulamentul de bază. În acele cazuri, au fost efectuate ajustări ale prețului în funcție de toate costurile suportate între import și revânzare, incluzând cheltuielile VGA și profiturile.

(119) În ceea ce privește o filială a Grupului Aeolus (Pirelli Tyre Co., Ltd), Comisia nu a primit, în termenul-limită stabilit, datele necesare pentru stabilirea prețului de export. La 23 martie 2018, Comisia a informat societatea că chestionarele furnizate de importatorii săi afiliați erau incomplete și i-a cerut acesteia să revizuiască și să

retransmită răspunsurile la chestionare. Societatea a fost informată că dacă nu oferă informații complete și corecte în termenul stabilit, Comisia ar putea reveni la utilizarea datelor disponibile în conformitate cu articolul 18 din regulamentul de bază. La 4 aprilie 2018, societatea în cauză a furnizat răspunsuri revizuite. Cu toate acestea, Comisia a considerat că răspunsurile erau în continuare incomplete și că, prin urmare, nu puteau fi prelucrate în scopul analizei dumpingului și a prejudiciului. Ca urmare a acestui fapt, Comisia a stabilit marja de dumping pe baza informațiilor verificate provenite de la celelalte societăți verificate din Grupul Aeolus, și anume Aeolus Tyre și Chonche Auto Double Happiness Tyre. Grupul Aeolus a fost invitat să actualizeze datele referitoare la Pirelli pentru restul procedurii.

3.3. **Comparație**

(120) Comisia a comparat valoarea normală și prețul de export al producătorilor-exportatori incluși în eșantion pe o bază franco fabrică. Marjele de dumping au fost stabilite prin compararea prețurilor franco fabrică individuale ale producătorilor-exportatori incluși în eșantion cu prețurile de vânzare pe piața internă ale producătorului din țara analoagă sau cu valoarea normală construită, după caz.

(121) Pentru a asigura o comparație echitabilă între valoarea normală și prețul de export, s-au operat ajustări, în conformitate cu articolul 2 alineatul (10) din regulamentul de bază, pentru a ține seama de diferențele care influențează prețurile și de comparabilitatea acestora. Comisia a efectuat următoarele ajustări ale prețului de export și ale valorii normale, pe baza datelor furnizate de exportatorii incluși în eșantion și de producătorul din țara analoagă, în răspunsurile lor la chestionar și în cursul vizitei de verificare: costurile legate de expedierea produsului în cauză, cum ar fi cele legate de transportul rutier și maritim, de asigurări, de manipulare, de încărcare, precum și costurile auxiliare (8-18 %); comisioanele bancare și costurile de credit (0-1 %); garanția și reducerile (2-3 %); impozitarea indirectă (4 %). În fine, pentru unul dintre producători-exportatori, ajustările au fost făcute pentru comisioanele pe care le plătea către societatea sa mamă (2-5 %).

3.4. **Marjă de dumping**

(122) Pentru producătorii-exportatori incluși în eșantion, Comisia a comparat valoarea normală medie ponderată a fiecărui tip de produs similar cu prețul de export mediu ponderat al tipului corespunzător de produs în cauză, în conformitate cu articolul 2 alineatele (11) și (12) din regulamentul de bază.

(123) Marja de dumping pentru producătorii-exportatori cooperanți neincluși în eșantion a fost stabilită în conformitate cu dispozițiile articolului 9 alineatul (6) din regulamentul de bază. Această marjă a fost calculată ca medie ponderată pe baza marjelor calculate pentru producătorii-exportatori incluși în eșantion.

(124) În ceea ce privește toți ceilalți producători-exportatori din RPC, Comisia a stabilit nivelul de cooperare în RPC. Acesta a fost măsurat prin evaluarea proporției volumului exporturilor realizate de producătorii cooperanți către Uniune din volumul total al exporturilor din țara în cauză către Uniune.

(125) Nivelul de cooperare a fost mare. Prin urmare, marja de dumping reziduală aplicabilă tuturor celorlalți producători-exportatori din RPC a fost stabilită provizoriu la un nivel corespunzător celei mai ridicate marje de dumping constatate pentru producătorii-exportatori cooperanți incluși în eșantion.

(126) Marjele de dumping provizorii, exprimate ca procent din prețul CIF la frontiera Uniunii, înainte de vămuire, sunt următoarele:

Societate	Marjă de dumping provizorie (%)
Grupul Xingyuan	166,7
Grupul Giti	98,7
Grupul Aeolus	151,2
Grupul Hankook	80,4
Alte societăți cooperante	110,3
Toate celelalte societăți	166,7

4. **PREJUDICIU**

4.1. **Definiția industriei din Uniune și a producției Uniunii**

(127) În cursul perioadei examinate, produsul similar a fost fabricat de peste 380 de producători din Uniune. Acești producători constituie „industria din Uniune", în sensul articolului 4 alineatul (1) din regulamentul de bază.

(128) Producția totală a Uniunii în cursul perioadei de anchetă a fost stabilită la aproximativ 20,9 milioane de anvelope. Comisia a stabilit cifra producției totale a Uniunii pe baza datelor obținute în cursul anchetei. Astfel cum se indică în considerentul 24, zece producători din Uniune din eșantionul final reprezintă peste 36 % din producția și vânzările Uniunii, raportate de producătorii cooperanți de produs similar din Uniune. Prin urmare, indicatorii microeconomici au fost examinați pe baza datelor obținute din răspunsurile celor zece producători din Uniune.

(129) Producția Uniunii este fragmentată între mari grupuri de societăți și peste 380 de IMM-uri la nivelul întregii Uniunii. Întreprinderile mari reprezintă aproximativ 90 % din producția totală a Uniunii și 85 % din vânzările în Uniune ale producătorilor din Uniune. IMM-urile sunt implicate în producția de anvelope reșapate și acoperă restul de 10 % din producția Uniunii și de 15 % din vânzările în Uniune ale producătorilor din Uniune.

(130) S-a constatat că producătorii incluși în eșantion importă produsul în cauză din RPC și îl revând pe piața Uniunii. Cu toate acestea, în comparație cu vânzările lor globale, importurile rămân marginale și nu afectează încadrarea lor ca producători din Uniune.

4.2. **Consumul Uniunii**

(131) Consumul Uniunii a fost stabilit pe baza informațiilor furnizate de ETRMA, a datelor de import de la Eurostat încadrate la codurile NC 4011 20 90 și 4012 12 00, precum și a informațiilor primite de la furnizorii de bandă de rulare.

(132) În cursul perioadei examinate, consumul Uniunii a evoluat după cum urmează:

Tabelul 1

Consumul Uniunii (articole)

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Consumul total al Uniunii	20 248 578	20 782 365	21 452 278	21 590 193
Indice 2014 = 100	*100*	*102,6*	*105,9*	*106,6*

Sursa: ETRMA, baza de date Comext a Eurostat și furnizorii de bandă de rulare.

(133) Consumul Uniunii a crescut în cursul perioadei examinate. În ansamblu, în cursul perioadei examinate, consumul a crescut cu 6,6 %, de la aproximativ 20,2 milioane la aproximativ 21,6 milioane de anvelope în perioada de anchetă.

4.3. **Contextul în ceea ce privește piața Uniunii**

4.3.1. *Descriere generală*

(134) Piața anvelopelor de camioane și autobuze din Uniune este o piață foarte competitivă, cu o multitudine de producători și de mărci.

(135) Piața Uniunii este împărțită între vânzările de echipamente originale către producătorii de autobuze sau de camioane și piața pieselor de schimb. Cererea de pe piață pentru anvelopele de camioane și de autobuze în sectorul echipamentelor originale este determinată de producția de camioane și de autobuze, în timp ce sectorul din aval este influențat de mulți factori, inclusiv de activitatea economică, vânzări, dimensiuni, compoziție și utilizarea camioanelor sau autobuzelor și a flotelor în serviciu. Vânzările de produse importate din China sunt concentrate în principal pe piața pieselor de schimb.

(136) Aproximativ 17 % din consumul total al Uniunii constă în echipamente originale vândute producătorilor de camioane și de autobuze. Restul anvelopelor de camioane și de autobuze vândute în Uniune sunt vândute ca anvelope de rezervă, direct sau indirect proprietarilor de camioane sau de autobuze. Anvelopele de rezervă acoperă o gamă mai largă de anvelope și sunt vândute prin intermediul unei varietăți mai mari de canale, cu strategii de marketing diferite. Anvelopele de rezervă pot fi vândute direct către utilizatorii finali sau prin intermediul unor distribuitori afiliați sau neafiliați care le revând apoi către utilizatorii finali.

(137) Principalele canale de vânzare sunt vânzările către distribuitori, care le revând proprietarilor de flote sau vânzările directe către proprietarii de parcuri auto, uneori însoțite de servicii (control, întreținere, servicii).

(138) Marca influențează și ea prețul pe care consumatorii sunt dispuși să-l plătească pentru anvelopele de camion și de autobuz. Mărcile implică adesea o anumită percepție a calității și serviciilor, cu atât mai mult în cazul anvelopelor de calitate superioară.

4.3.2. *Interconexiunea dintre anvelopele noi și anvelopele reșapate*

(139) Comisia a stabilit că principalii producători din Uniune se concentrau pe nivelurile 1 și 2, unde anvelopele erau/sunt concepute astfel încât să aibă un ciclu de viață îndelungat și să fie reșapabile. Acest lucru justifica prețurile (și marjele de profit) semnificativ mai ridicate, pentru performanțele înalte așteptate de la anvelopele de nivelurile 1 și 2.

(140) În fapt, ancheta a arătat că producătorii mai mari din Uniune promovează în mod activ reșapabilitatea anvelopelor lor ca modalitate de a crea fidelitate față de marcă și de a crea o distincție față de importurile mai ieftine de anvelope de nivelul 3. Astfel, ancheta a arătat că o mare parte a valorii atribuite anvelopelor de nivelurile 1 și 2 provine, de fapt, din existența industriei de reșapare la nivelul 3.

(141) Cu toate acestea, gradul ridicat de interschimbabilitate al anvelopelor noi și al celor reșapate face totodată ca nivelul 3 să fie cel mai vulnerabil la importurile chinezești de produs în cauză la prețuri scăzute. Acest lucru este valabil în special dacă se ia în considerare faptul că utilizatorii sunt conștienți că, din punctul de vedere al performanțelor, anvelopele reșapate și anvelopele noi de calitate inferioară nu se diferențiază în mod semnificativ. La rândul său, această interschimbabilitate face ca prețul să devină factorul determinant în decizia clientului de a achiziționa o anvelopă reșapată sau o anvelopă nouă de nivelul 3.

(142) Comisia invită părțile interesate să-și prezinte observațiile cu privire la evaluarea preliminară și să furnizeze informații care să sprijine sau să contrazică această analiză, astfel încât să se ajungă la o imagine cât mai completă posibil în etapa finală a prezentei anchete.

4.4. **Importurile din țara în cauză**

4.4.1. *Volumul și cota de piață a importurilor din țara în cauză*

(143) Comisia a stabilit volumul importurilor pe baza datelor Eurostat. Cota de piață a importurilor a fost stabilită pe baza consumului Uniunii, conform tabelului 1.

(144) Importurile în Uniune din țara în cauză au evoluat după cum urmează:

Tabelul 2

Volumul importurilor (articole) și cota de piață

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Volumul importurilor din RPC (articole)	3 471 997	3 840 290	4 420 368	4 596 098
Indice 2014 = 100	*100*	*110,6*	*127,3*	*132,4*
Cotă de piață (%)	17,1	18,5	20,6	21,3
Indice 2014 = 100	*100*	*107,8*	*120,2*	*124,1*

Sursa: baza de date Comext a Eurostat.

(145) Conform Eurostat, volumele importurilor din RPC au crescut cu 32 % în perioada examinată, de la circa 3,5 milioane de anvelope în 2014, la aproximativ 4,6 milioane de anvelope în perioada de anchetă. Această evoluție a condus la o creștere a cotei de piață a importurilor din China, pe o piață în creștere, de la 17,1 % la 21,3 %.

4.4.2. *Prețurile importurilor din țara în cauză*

(146) Comisia a stabilit prețurile importurilor pe baza datelor Eurostat. Subcotarea prețurilor importurilor a fost stabilită pe baza producătorilor-exportatori chinezi incluși în eșantion.

(147) Prețul mediu al importurilor în Uniune din țara în cauză a evoluat după cum urmează:

Tabelul 3

Prețuri de import (EUR/articol)

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
RPC	144,4	144,3	127,7	128,8
Indice 2014 = 100	*100*	*99,9*	*88,4*	*89,1*

Sursa: baza de date Comext a Eurostat.

(148) În cursul perioadei examinate, prețurile importurilor din RPC în Uniune au scăzut cu 11 %.

4.4.3. *Subcotarea prețurilor*

(149) Comisia a stabilit subcotarea prețurilor în cursul perioadei de anchetă comparând:

1. prețurile de vânzare medii ponderate pe tip de produs și pe segment, practicate de producătorii din Uniune incluși în eșantion, percepute de la clienții neafiliați de pe piața Uniunii și ajustate la nivel franco fabrică și
2. prețurile medii ponderate corespunzătoare pe tip de produs și pe segment ale importurilor provenite de la producătorii-exportatori chinezi incluși în eșantion și destinate primului client independent de pe piața Uniunii, stabilite pe bază de cost, asigurare și navlu (CIF), cu ajustări corespunzătoare pentru taxele vamale și pentru costurile ulterioare importului.

(150) Prețurile au fost comparate în funcție de tip, pentru tranzacții efectuate la același nivel comercial, și au fost ajustate în mod adecvat, când a fost necesar și după deducerea rabaturilor și a reducerilor. Rezultatul comparației a fost exprimat ca procent din cifra de afaceri a producătorilor din Uniune incluși în eșantion, înregistrată în cursul perioadei de anchetă. Acesta a arătat o marjă de subcotare medie ponderată situată între 21 % și 31 % pentru importurile de produs în cauză din țara în cauză pe piața Uniunii. În plus, s-a constatat că marja de subcotare medie ponderată de la cele trei niveluri era semnificativă: 24 % pentru nivelurile 1 și 2 și între 21 % și 31 % pentru nivelul 3. Nivelul substanțial al subcotării demonstrează efectul pronunțat al dumpingului în acest caz.

4.5. **Situația economică a industriei din Uniune**

4.5.1. *Observații cu caracter general*

(151) În conformitate cu articolul 3 alineatul (5) din regulamentul de bază, examinarea impactului asupra industriei din Uniune al importurilor care fac obiectul unui dumping include o evaluare a tuturor indicatorilor economici care au influențat situația industriei Uniunii pe parcursul perioadei examinate.

(152) Astfel cum se menționează în considerentele 19-27, a fost utilizată eșantionarea pentru examinarea eventualului prejudiciu suferit de industria din Uniune.

(153) Pentru determinarea prejudiciului, Comisia a făcut o distincție între indicatorii de prejudiciu macroeconomici și cei microeconomici. Comisia a evaluat indicatorii macroeconomici pe baza datelor cuprinse în plângere, a statisticilor Eurostat și a informațiilor furnizate de ETRMA, după caz, pentru a se asigura că datele fac referire la toți producătorii din Uniune. Comisia a evaluat indicatorii microeconomici pe baza datelor cuprinse în răspunsurile la chestionar ale producătorilor din Uniune incluși în eșantion și a informațiilor furnizate de ETRMA. Datele se referă la producătorii din Uniune incluși în eșantion. Ambele seturi de date s-au dovedit a fi reprezentative pentru situația economică a industriei Uniunii.

(154) Indicatorii macroeconomici sunt: producția, capacitatea de producție, gradul de utilizare a capacității de producție, volumul vânzărilor, cota de piață, creșterea economică, ocuparea forței de muncă, productivitatea și amploarea marjei de dumping.

(155) Indicatorii microeconomici sunt: prețurile unitare medii, costurile unitare, costurile cu forța de muncă, stocurile, profitabilitatea, fluxul de lichidități, investițiile, randamentul investițiilor și capacitatea de a procura capital.

(156) Există două observații privind metodologia utilizată la analizarea indicatorilor de prejudiciu.

(157) Astfel cum s-a menționat în considerentul 23, producătorii din Uniune se împart în două categorii de societăți, din punctul de vedere al mărimii: întreprinderile mari și IMM-urile (extrem de fragmentate), reprezentând 85 %, respectiv 15 % din totalul vânzărilor în Uniune realizate de producătorii din Uniune în 2016. Cu toate acestea, ca urmare a eșantionării producătorilor din Uniune, datele referitoare la vânzări ale IMM-urilor incluse în eșantion reprezentau aproximativ 4 % din totalul vânzărilor în Uniune, realizate de producătorii din Uniune incluși în eșantion. Prin urmare, Comisia a decis să pondereze rezultatele producătorilor din Uniune incluși în eșantion, în conformitate cu cota de piață a fiecărei categorii de societăți. Întrucât IMM-urile își desfășoară activitatea doar pe nivelul 3, această ajustare a avut drept consecință directă creșterea ponderii vânzărilor de anvelope de nivelul 3 în cadrul setului de date provenite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

(158) În plus, vânzările totale în Uniune, realizate de producătorii din Uniune, au fost împărțite între cele trei niveluri, în următoarele proporții: nivelul 1: 51 %, nivelul 2: 23 % și nivelul 3: 26 %. Cu toate acestea, chiar și după ajustarea descrisă în considerentul 161, datele privind vânzările în Uniune, furnizate de producătorii din Uniune incluși în eșantion, nu reflectă proporția reală a vânzărilor pe fiecare nivel în Uniune. Prin urmare, Comisia a decis să pondereze rezultatele producătorilor din Uniune incluși în eșantion, în conformitate cu ponderea fiecărui nivel din vânzările totale în Uniune ale producătorilor din Uniune, pentru a se asigura că cele trei niveluri erau reprezentate în toți microindicatorii în conformitate cu ponderea lor din totalul vânzărilor în Uniune.

(159) Mai multe părți au susținut că, în cazul în care Comisia urmează segmentarea pe trei niveluri, stabilirea prejudiciului trebuie să fie efectuată și ea pentru fiecare nivel în parte. În particular, situația industriei din Uniune și impactul importurilor trebuie să fie evaluate pentru fiecare nivel în parte, de exemplu impactul importurilor de nivelul 2 (atât din China, cât și din alte țări) trebuie să fie evaluat în ceea ce-i privește pe producătorii din Uniune încadrați la nivelul 2.

(160) Comisia a considerat că, în ciuda segmentării pieței Uniunii, anvelopele definite în considerentul 78 au aceleași caracteristici fizice, chimice și tehnice și sunt interschimbabile. În consecință, determinarea prejudiciului a fost efectuată pentru produsul în cauză în conformitate cu Acordul antidumping al OMC. În particular, organul de apel a constatat că „atunci când autoritățile de investigare examinează o parte a industriei interne, acestea trebuie, în principiu, să examineze în mod similar toate celelalte părți care compun industria respectivă, precum și industria în întregime” ([1]). Prin urmare, o analiza pe segmente este posibilă în temeiul legislației OMC, dar ea trebuie să fie însoțită de o analiză a întregii industrii. În mod similar, Tribunalul Uniunii Europene a acceptat faptul că analiza prejudiciului se poate axa pe nivelul cel mai afectat de importurile care fac obiectul unui dumping ([2]).

(161) Astfel, Comisia a efectuat analiza anumitor indicatori pentru fiecare nivel în parte. După cum se indică în considerentele 212-216, această analiză confirmă faptul că, în general, industria din Uniune a suferit un prejudiciu și că tendințele pentru produsul în cauză, luate în ansamblu, corespund, în general, tendințelor pentru fiecare nivel, considerat separat.

(162) Situația economică a industriei din Uniune este analizată pe o bază agregată, iar, în ceea ce privește anumiți indicatori microeconomici, această analiză vizează fiecare nivel în parte, dată fiind segmentarea pieței Uniunii.

4.5.2. *Indicatori macroeconomici*

4.5.2.1. Producție, capacitate de producție și grad de utilizare a capacității de producție

(163) Estimările privind producția totală, capacitatea de producție și gradul de utilizare a capacității de producție ale Uniunii au evoluat în cursul perioadei examinate după cum urmează:

Tabelul 4

Producție, capacitate de producție și grad de utilizare a capacității de producție

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Volumul producției (articole)	20 722 065	20 199 411	20 496 669	20 863 087
Indice 2014 = 100	*100*	*98*	*99*	*101*

([1]) WT/DS184/AB/R, 23.8.2001, Statele Unite – Măsuri antidumping cu privire la anumite produse din oțel laminat la cald provenind din Japonia, punctul 204.

([2]) Hotărârea Tribunalului Uniunii Europene din 28 octombrie 2004, cauza T-35/01 Shanghai Teraoka Electronic Co.Ltd/Consiliul, punctele 129 și 258.

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Capacitate de producție (articole)	27 978 885	27 443 671	25 609 977	25 178 389
Indice 2014 = 100	*100*	*98*	*92*	*90*
Rata de utilizare a capacității (%)	74	74	80	83
Indice 2014 = 100	*100*	*99*	*108*	*112*

Sursa: ETRMA, baza de date Comext a Eurostat pentru datele de import și export și informațiile furnizate de reclamant.

(164) După cum se arată în tabelul 4, producția a rămas relativ stabilă, cu 20,9 milioane de unități în perioada de anchetă, în timp ce rata de utilizare a capacității a crescut cu 9 puncte procentuale în decursul aceleiași perioade.

(165) Principala cauză a creșterii ratei de utilizare a capacității poate fi atribuită doar diminuării semnificative (cu 10 %) a capacității de producție. Aceasta a vizat în principal activitatea de reșapare – întrucât în cursul perioadei examinate, cel puțin 85 de IMM-uri situate practic în toate statele membre au încetat să mai producă anvelope reșapate – dar și închiderea filialelor unor mari întreprinderi ([1]).

(166) Tendința de stagnare a producției Uniunii și închiderea de societăți sunt în contrast cu creșterea post-criză a consumului în Uniune, de care industria din Uniune ar fi putut beneficia.

4.5.2.2. Volumul vânzărilor și cota de piață

(167) Volumul vânzărilor și cota de piață a industriei din Uniune au evoluat pe parcursul perioadei examinate după cum urmează:

Tabelul 5

Volumul vânzărilor și cota de piață

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Volumul vânzărilor totale pe piața Uniunii (articole)	14 584 057	14 558 260	14 385 254	14 426 297
Indice 2014 = 100	*100*	*99,8*	*98,6*	*99,0*
Cotă de piață (%)	72,0	70,1	67,1	66,8
Indice 2014 = 100	*100*	*97,3*	*93,1*	*92,8*

Sursa: ETRMA și baza de date Comext a Eurostat pentru datele de import.

(168) Pe o piață în creștere, vânzările în Uniune au rămas stabile în cursul perioadei examinate. Acest lucru are ca rezultat o scădere cu 5,2 puncte procentuale a cotei de piață (de la 72,0 % la 66,8 %), în timp ce volumul vânzărilor de anvelope din China care fac obiectul unui dumping a crescut cu 1,1 milioane.

4.5.2.3. Creștere economică

(169) Consumul Uniunii a crescut cu 6,6 % pe parcursul perioadei examinate. Volumul vânzărilor industriei Uniunii a scăzut cu 1 %, în ciuda creșterii consumului, ceea ce a condus la scăderea cotei de piață a industriei Uniunii. Cota de piață a importurilor țării în cauză a crescut în cursul perioadei examinate.

([1]) În 2017, Grupul Goodyear și-a închis fabrica din Regatul Unit (aproximativ 330 de locuri de muncă); Grupul Michelin a închis mai multe fabrici din Uniune: două fabrici în Franța (în 2014, 700 de angajați, iar în 2017, 330 de angajați), în Germania (200 de angajați în 2016), în Ungaria (500 de angajați în 2015) și în Italia; Grupul Continental a închis o fabrică în Germania.

4.5.2.4. Ocuparea forței de muncă și productivitatea

(170) Ocuparea forței de muncă și productivitatea au evoluat în cursul perioadei examinate după cum urmează:

Tabelul 6

Ocuparea forței de muncă și productivitatea

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Număr de angajați	38 445	36 478	34 959	34 188
Indice 2014 = 100	*100*	*95*	*91*	*89*
Productivitate (unitate/angajat)	539	554	586	610
Indice 2014 = 100	*100*	*103*	*109*	*113*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion și observațiile primite de la furnizorii de bandă de rulare și de la ETRMA.

(171) S-au pierdut peste 4 200 de locuri de muncă directe pe parcursul perioadei examinate, această situație afectând atât IMM-urile, în cazul cărora cel puțin 85 de producători situați pe întreg teritoriul Uniunii au oprit producția, cât și întreprinderile mari, care au închis mai multe fabrici.

(172) În plus, Asociația Italiană a Reșapatorilor (AIRP) a susținut că sectorul reșapării din Uniune reprezintă aproximativ 13 000 de locuri de muncă, în producție și distribuție. Activitatea de reșapare este o activitate cu utilizare mai degrabă intensivă a forței de muncă, iar o anvelopă reșapată sprijină de 3 până la 4 ori mai multe locuri de muncă decât o anvelopă nouă. Potrivit AIRP, mai multe societăți asociate își reduc, în prezent, personalul sau fac uz masiv de fondurile de asigurări de șomaj.

(173) În paralel, productivitatea a crescut, de la 539 de unități pe angajat în 2014, la 610 unități pe angajat în cursul perioadei de anchetă.

4.5.2.5. Amploarea marjei de dumping

(174) Toate marjele de dumping au fost semnificativ superioare nivelului de minimis. Impactul amplorii marjelor de dumping efective asupra industriei din Uniune a fost substanțial, având în vedere volumul și prețurile importurilor din țara în cauză.

(175) Aceasta este prima anchetă antidumping privind produsul în cauză în Uniune. Prin urmare, nu există date disponibile pentru a evalua efectele unor eventuale practici de dumping anterioare.

4.5.3. *Indicatori microeconomici*

4.5.3.1. Prețurile și factorii care influențează prețurile

(176) Prețurile de vânzare unitare medii ale producătorilor din Uniune incluși în eșantion către clienți neafiliați din Uniune au evoluat după cum urmează în cursul perioadei examinate:

Tabelul 7

Prețurile de vânzare din Uniune și costul de producție

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Preț de vânzare unitar mediu în Uniune (EUR/articol)	237	225	216	218
Indice 2014 = 100	*100*	*95*	*91*	*92*

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Cost de producție mediu (EUR/articol)	200	188	183	188
Indice 2014 = 100	*100*	*94*	*91*	*94*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

(177) Prețul de vânzare unitar mediu a scăzut cu 19 EUR, în timp ce costurile unitare au scăzut cu 12 EUR în cursul aceleiași perioade. Acest lucru corespunde unei scăderi a prețurilor cu 8 % în cursul perioadei examinate, în timp ce costurile au scăzut cu 6 %.

(178) În cursul perioadei de anchetă, costul de producție a crescut față de 2016, fapt care nu a putut fi reflectat pe deplin în prețul de vânzare.

(179) S-a efectuat o analiză separată, pe baza aceleiași metodologii descrise, pentru cele trei niveluri.

(180) Pe nivelul 1, prețul de vânzare unitar mediu a scăzut cu 25 EUR, în timp ce costurile unitare au scăzut cu 19 EUR pe parcursul aceleiași perioade. Ambele au scăzut cu 9 % pe parcursul perioadei examinate.

Tabelul 8

Prețurile de vânzare din Uniune și costul de producție – Nivelul 1

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Preț de vânzare unitar mediu în Uniune (EUR/articol)	270,8	255,3	245,3	245,7
Indice 2014 = 100	*100*	*94*	*91*	*91*
Cost de producție mediu (EUR/articol)	222	200	199	203
Indice 2014 = 100	*100*	*90*	*89*	*91*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

(181) Pe nivelul 2, prețul de vânzare unitar mediu a scăzut cu 27 EUR, în timp ce costurile unitare au scăzut cu 17 EUR în cursul aceleiași perioade. Acest lucru corespunde unei scăderi a prețului mediu cu 12 % în cursul perioadei examinate, în timp ce costurile au scăzut cu 9 %.

Tabelul 9

Prețurile de vânzare din Uniune și costul de producție – Nivelul 2

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Preț unitar de vânzare mediu în Uniune pe piața totală (EUR/articol)	228	212	193	201
Indice 2014 = 100	*100*	*93*	*85*	*88*
Cost de producție mediu (EUR/articol)	187	176	162	170
Indice 2014 = 100	*100*	*94*	*87*	*91*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

(182) Pe nivelul 3, prețul de vânzare unitar mediu a scăzut cu 9 EUR, în timp ce costurile unitare au crescut cu 2 EUR pe parcursul aceleiași perioade. Acest lucru corespunde unei scăderi a prețului mediu cu 5 % în cursul perioadei examinate, în timp ce costurile au crescut cu 1 %.

Tabelul 10

Prețurile de vânzare din Uniune și costul de producție – Nivelul 3

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Preț unitar de vânzare mediu în Uniune pe piața totală (EUR/articol)	181	176	172	172
Indice 2014 = 100	*100*	*97*	*95*	*95*
Cost de producție mediu (EUR/articol)	170	175	167	172
Indice 2014 = 100	*100*	*103*	*98*	*101*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

4.5.3.2. Costuri cu forța de muncă

(183) Costurile medii cu forța de muncă ale producătorilor din Uniune incluși în eșantion au evoluat în cursul perioadei examinate după cum urmează:

Tabelul 11

Costuri medii cu forța de muncă per angajat

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Cost mediu cu forța de muncă per angajat (EUR)	43 875	44 961	46 432	46 785
Indice 2014 = 100	*100*	*102*	*105*	*106*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

(184) Costul mediu cu forța de muncă a crescut cu 6 % în cursul perioadei examinate.

4.5.3.3. Stocuri

(185) Nivelurile stocurilor producătorilor din Uniune incluși în eșantion au evoluat în cursul perioadei examinate după cum urmează:

Tabelul 12

Stocuri

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Stocuri finale (indice 2014 = 100)	*100*	*81*	*100*	*144*
Stocuri finale ca procentaj din producție	7	6	7	9
Indice 2014 = 100	*100*	*81*	*97*	*134*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

(186) Stocurile au crescut cu 44 % în cursul perioadei examinate și au atins aproximativ 9 % din producția anuală. Această situație are un impact negativ asupra situației financiare a producătorilor din Uniune incluși în eșantion.

4.5.3.4. Rentabilitate, flux de lichidități, investiții, randamentul investițiilor și capacitatea de a mobiliza capital

(187) Rentabilitatea, fluxul de lichidități, investițiile și randamentul investițiilor producătorilor din Uniune incluși în eșantion au evoluat în cursul perioadei examinate după cum urmează:

Tabelul 13

Rentabilitate, flux de lichidități, investiții și randamentul investițiilor

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Rentabilitatea vânzărilor în Uniune către clienți neafiliați (% din cifra de afaceri din vânzări)	15,6	16,7	15,2	13,7
Indice 2014 = 100	*100*	*107*	*98*	*88*
Flux de lichidități (milioane EUR)	309	312	292	272
Indice 2014 = 100	*100*	*101*	*94*	*88*
Investiții (milioane EUR)	86	63	59	65
Indice 2014 = 100	*100*	*73*	*69*	*76*
Randamentul investițiilor (%)	21,0	21,7	19,3	17,6
Indice 2014 = 100	*100*	*103*	*92*	*84*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

(188) Comisia a stabilit rentabilitatea producătorilor din Uniune incluși în eșantion prin exprimarea profitului net înainte de impozitare, realizat din vânzările produsului similar către clienți neafiliați din Uniune, ca procent din cifra de afaceri generată de vânzările respective.

(189) Rentabilitatea generală a scăzut de la 15,6 % în 2014 la 13,7 % în perioada de anchetă. Această scădere a fost calculată pe baza ponderii în vânzări a fiecărui nivel, conform explicațiilor de la considerentele 161 și 162. Scăderea rentabilității cu 1,9 puncte procentuale este rezultatul unei scăderi mai puternice la nivelul prețurilor (– 8 %) decât la nivelul costurilor (– 6 %).

(190) Rentabilitatea globală este influențată de rentabilitatea la nivelul 1, în timp ce numai nivelul 3 a devenit generator de pierderi în cursul perioadei de anchetă. În plus, tendința relativă a rentabilității pentru întreaga industrie din Uniune este și ea descrescătoare.

(191) Fluxul net de lichidități reprezintă capacitatea producătorilor din Uniune de a-și autofinanța activitățile. Tendința fluxului net de lichidități arată o scădere cu 12 %.

(192) Randamentul investițiilor este profitul, exprimat în procente din valoarea contabilă netă a investițiilor. Acesta a avut o evoluție negativă, de la 21,0 % la 17,6 % în cursul perioadei examinate.

(193) S-a efectuat o analiză separată, pe baza aceleiași metodologii descrise, pentru cele trei niveluri.

(194) Rentabilitatea pe nivelul 1 a înregistrat fluctuații în cursul perioadei examinate. Ea a crescut din 2014 (17,9 %) până în 2015 (21,8 %) și apoi a scăzut în perioada de anchetă, la un nivel ușor inferior celui din 2014 (17,5 %). Această situație se explică, parțial, prin evoluția costului de producție și a prețurilor, întrucât, în 2015, costul de producție a scăzut mai mult decât prețurile de vânzare.

(195) Pe nivelul 1, fluxul net de lichidități a rămas stabil, în timp ce randamentul investițiilor a scăzut de la 26,0 % la 24,3 % în cursul perioadei examinate.

Tabelul 14

Rentabilitatea, fluxul de lichidități, investițiile și randamentul investițiilor pe nivelul 1

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Rentabilitatea vânzărilor în Uniune către clienți neafiliați (% din cifra de afaceri din vânzări)	17,9	21,8	18,9	17,5
Indice 2014 = 100	*100*	*122*	*106*	*98*
Flux de lichidități (milioane EUR)	191	218	199	192
Indice 2014 = 100	*100*	*113*	*104*	*100*
Investiții (milioane EUR)	54	36	35	38
Indice 2014 = 100	*100*	*68*	*65*	*72*
Randamentul investițiilor (%)	26,0	29,3	25,0	24,3
Indice 2014 = 100	*100*	*112*	*96*	*93*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

(196) În ceea ce privește nivelul 2, rentabilitatea a scăzut cu 2,6 puncte procentuale în cursul perioadei examinate (de la 17,9 % în 2014 la 15,3 % în perioada de anchetă).

(197) Pe nivelul 2, fluxul de numerar net a scăzut în mod semnificativ, cu 22 %, iar randamentul investițiilor a scăzut de la 20,4 % la 16,2 % în cursul perioadei examinate.

Tabelul 15

Rentabilitatea, fluxul de lichidități, investițiile și randamentul investițiilor pe nivelul 2

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Rentabilitatea vânzărilor în Uniune către clienți neafiliați (% din cifra de afaceri din vânzări)	17,9	16,7	16,0	15,3
Indice 2014 = 100	*100*	*93*	*90*	*86*
Flux de lichidități (milioane EUR)	88	76	65	69
Indice 2014 = 100	*100*	*86*	*74*	*78*
Investiții (milioane EUR)	18	16	15	17
Indice 2014 = 100	*100*	*92*	*84*	*97*
Randamentul investițiilor (%)	20,4	21,4	20,1	16,2
Indice 2014 = 100	*100*	*105*	*98*	*79*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

(198) Nivelul 3 este generator de pierderi în perioada de anchetă (– 0,4 %). Pierderile IMM-urilor au fost deosebit de pronunțate (– 6,1 % în perioada de anchetă). Rentabilitatea întreprinderilor mari de pe nivelul 3 s-a redus la jumătate din 2014 până la perioada de anchetă, de la 10 % la 4,8 %.

(199) Pe nivelul 3, fluxul de numerar net a scăzut în mod semnificativ, cu 62 %, iar randamentul investițiilor a scăzut de la 7,6 % la 2,5 % în cursul perioadei examinate.

Tabelul 16

Rentabilitatea, fluxul de lichidități, investițiile și randamentul investițiilor pe nivelul 3

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Rentabilitatea vânzărilor în Uniune către clienți neafiliați (% din cifra de afaceri din vânzări)	6,1	0,6	2,7	– 0,4
Indice 2014 = 100	*100*	*10*	*45*	*– 7*
Flux de lichidități (milioane EUR)	28	17	26	11
Indice 2014 = 100	*100*	*62*	*93*	*38*
Investiții (milioane EUR)	14	10	10	10
Indice 2014 = 100	*100*	*69*	*66*	*66*
Randamentul investițiilor (%)	7,6	0,2	4,8	2,5
Indice 2014 = 100	*100*	*2*	*62*	*33*

Sursa: Răspunsurile verificate la chestionar, primite de la producătorii din Uniune incluși în eșantion.

4.6. **Interconexiunea dintre niveluri**

(200) Piața anvelopelor de camioane și autobuze din Uniune a fost puternic afectată de criza economică. Deoarece consumul de anvelope este intrinsec legat de achiziționarea de vehicule noi și de kilometrii parcurși de flote, el depinde în mare măsură de activitatea economică globală. Orice variație a activității economice și, mai ales, a volumului de mărfuri transportate pe cale rutieră, se reflectă în mod direct în vânzările de anvelope. Într-o perioadă în care camioanele sunt utilizate mai puțin, achiziționarea de camioane noi sau înlocuirea anvelopelor acestora devine mai puțin necesară și, prin urmare, piața anvelopelor intră în declin.

(201) În urma crizei economice, s-a produs o modificare structurală a cererii, care a trecut de la nivelurile superioare la cele inferioare, unde prețurile sunt cele care tind să determine decizia de achiziționare. În acest context, ofertele ieftine de anvelope importate și preferințele anumitor proprietari de parcuri auto de a opta pentru anvelope mai ieftine au jucat un rol major în reconfigurarea pieței Uniunii.

(202) Presiunea puternică la care sunt supuși reșapatorii a făcut ca din ce în ce mai multe fabrici și ateliere să fie închise, după cum se arată în considerentul 175. Din cauza indisponibilității unor facilități de producție locale, reșaparea anvelopelor uzate de calitate superioară devine tot mai puțin posibilă. Prin urmare, achiziționarea de anvelope de calitate superioară care oferă opțiunea unor reșapări multiple devine mai puțin atractivă. În contextul acestor evoluții și văzându-se confruntați cu importuri la prețuri reduse de anvelope de nivelul 3, care au reprezentat majoritatea importurilor din China, producătorii de anvelope noi din Uniune nu au altă opțiune decât să-și consolideze, la rândul lor, prezența pe nivelul 3.

(203) În fine, concurența între segmente este și ea clară, datorită influenței prețurilor de la nivelurile inferioare asupra prețurilor de la nivelul superior. În Uniune, prețurile anvelopelor de nivelul 1 au resimțit presiunea exercitată de importurile ieftine. Reclamantul a susținut că impactul era și mai evident în zonele regionale cu o prezență sporită a anvelopelor de nivelul 3 (mai exact, în acele zone, prețul anvelopelor de nivelul 1 era stabilit, de regulă, la un nivel mai scăzut decât în alte zone ale Uniunii, fapt care evidențiază impactul concurențial al anvelopelor de nivelul 3 asupra anvelopelor de nivelul 1).

(204) Acest lucru înseamnă că operatorii economici par să-și fi transferat o parte a achizițiilor de la anvelopele de nivelul 1 sau 2 la anvelopele de nivelul 3, fapt ce demonstrează că există o concurență între diferitele segmente.

(205) Tabelul de mai jos indică ponderea, pe nivel, din consumul Uniunii în 2012 și în 2016. În acea perioadă, consumul Uniunii a crescut cu aproximativ 3,8 milioane de articole, iar peste 90 % din această creștere a avut loc pe nivelul 3 (aproximativ 3,6 milioane de articole). Acest lucru a condus la o înclinare a balanței în ceea ce privește importanța relativă a nivelului 3, care a crescut de la 27 % la 39 % din consumul total al Uniunii.

Tabelul 17

Consumul Uniunii defalcat pe niveluri în anii 2012 și 2016

	2012	2016
Consumul Uniunii	17 684 000	21 452 278
Nivelul 1	46 %	37 %
Nivelul 2	27 %	24 %
Nivelul 3	27 %	39 %

Sursa: ETRMA și baza de date Comext a Eurostat.

(206) Pe baza informațiilor colectate, Comisia a stabilit că, în trecut, anvelopele de nivelul 1 determinau prețul de referință pentru celelalte niveluri. Principalii producători din Uniune se concentrau pe nivelurile 1 și 2, unde anvelopele erau/sunt concepute astfel încât să aibă un ciclu de viață îndelungat și să fie reșapabile. Acest lucru justifica prețurile (și marjele de profit) semnificativ mai ridicate, pentru performanțele înalte așteptate de la anvelopele de nivelurile 1 și 2. Consumatorii apreciau aceste proprietăți fizice și de performanță și erau dispuși să plătească prețuri mai mari pentru aceste proprietăți. Cu toate acestea, din informațiile aflate la dispoziția Comisiei a rezultat că tendința de stabilire a prețurilor menționată mai sus se schimbase și că apăruse un „efect de cascadă invers", prin care prețurile de la nivelul 3 afectau prețurile de la nivelul 1. Este important de remarcat că majoritatea importurilor la prețuri reduse vizează nivelul 3, unde producătorii din Uniune au suferit pierderi în cursul perioadei de anchetă.

(207) Pe baza celor de mai sus, Comisia a concluzionat, în mod provizoriu, că între diferitele niveluri există o relație de simbioză, în cadrul căreia presiunea exercitată asupra prețurilor de la nivelul 3 afectează și prețurile de la celelalte niveluri.

4.7. **Concluzie privind prejudiciul**

(208) În mod global, indicatorii de prejudiciu arată că, per ansamblu, industria din Uniune se află sub o presiune puternică. În perioada de anchetă s-a înregistrat o reducere a capacităților de producție, a investițiilor și a ocupării forței de muncă și o pierdere semnificativă la nivelul cotei de piață, în ciuda scăderii prețurilor de vânzare. S-a înregistrat o creștere a cotei de piață a importurilor de produs în cauză în detrimentul industriei din Uniune, pe toate cele trei niveluri, fapt care a condus la pierderea unui număr de peste 4 200 de locuri de muncă. Deși, pe ansamblul industriei, rentabilitatea se situa încă în jur de 14 %, ea a scăzut cu 1,9 puncte procentuale între 2014 și perioada de anchetă și cu 3 puncte procentuale între 2015 și perioada de anchetă. În plus, tendința relativă a rentabilității pentru întreaga industrie a Uniunii este și ea descrescătoare.

(209) S-a stabilit de asemenea, în mod provizoriu, că importurile din China subcotau în mod substanțial prețurile industriei din Uniune, fapt care, la rândul său, a indicat un impact direct și semnificativ asupra deteriorării performanței și asupra declinului capacității de producție, a producției, a ocupării forței de muncă și al altor indicatori de prejudiciu pentru industria din Uniune. Evoluția negativă a fost resimțită cel mai mult pe nivelul 3, unde numeroase IMM-uri din sectorul reșapării au ieșit de pe piață și nu au putut să beneficieze de redresarea economică a sectorului, de care au profitat în cele din urmă importurile la preț scăzut. Se reamintește faptul că societățile care activează predominant pe nivelul 3 reprezintă aproximativ 20 % din producția totală a Uniunii. Pierderile nivelului 3 nu sunt sustenabile și pun sub semnul întrebării supraviețuirea întregii activități de reșapare din Uniune.

(210) În plus, efectele presiunii exercitate asupra prețului au fost resimțite și de prețurile de la nivelurile superioare. Creșterea presiunii asupra prețurilor – exercitată de anvelopele de nivelul 3, ca urmare a importurilor la prețuri mici având ca obiect în principal anvelope de acest nivel – a declanșat o evoluție similară pe nivelul 2, unde prețurile de vânzare au scăzut cu 12 % în perioada examinată. Chiar și prețurile anvelopelor de nivelul 1 au trebuit să fie reduse cu 9 % pentru a rămâne competitive.

(211) Într-adevăr, dată fiind interconexiunea dintre niveluri în ceea ce privește prețurile, chiar și cele mai performante anvelope de nivelul 1 erau afectate de efectul de cascadă invers al presiunii asupra prețurilor pe toate cele trei niveluri, așa cum s-a explicat în capitolul anterior. Acest lucru a condus la o epuizare industrială, la pierderi de valoare de-a lungul întregului lanț de aprovizionare pe toate cele trei niveluri și la degradarea calității anvelopelor disponibile pe piața Uniunii. În plus, concurența intensă a prețurilor pe toate cele trei niveluri are consecințe negative asupra gradului de utilizare a capacităților și conduce la o creștere a stocurilor industriei (tabelul 12), însoțită de un nivel mai scăzut al fluxului de lichidități și al investițiilor (tabelul 13). În fine, pierderile industriei de reșapare din Uniune afectează totodată rentabilitatea pe care o pot atinge societățile active pe nivelurile 1 și 2.

(212) Așadar, se concluzionează, în mod provizoriu, că industria din Uniune a suferit un prejudiciu semnificativ în sensul articolului 3 alineatul (5) din regulamentul de bază.

(213) În plus, reclamanții au susținut că exista un risc de continuare a agravării prejudiciului. În opinia acestora, o serie de măsuri care au fost impuse pe alte piețe de import-export ar putea cauza o reorientare imediată a schimburilor comerciale. În plus, s-ar părea că producătorii din Uniune sunt amenințați pe propriile piețe de export, având în vedere că unele țări precum Turcia au inițiat o anchetă de salvgardare. Riscul de agravare ar putea fi totodată legat de supracapacitățile masive din RPC, unde capacitățile neutilizate reprezintă aproximativ 40 % din exporturile chineze actuale. Reclamanții erau de asemenea preocupați de un posibil impact structural asupra pieței anvelopelor din UE, într-un context în care costul suplimentar implicat de achiziționarea unei anvelope de calitate superioară devine din ce în ce mai greu de justificat odată ce opțiunea reșapării multiple a anvelopelor de calitate superioară dispare împreună cu industria de reșapare. În fine, ei prevăd o îmbunătățire continuă a anvelopelor din RPC. Dacă anvelopelor de calitate superioară din RPC li s-ar permite să concureze cu anvelopele din Uniune la prețuri de dumping, acest lucru ar reduce marjele industriei anvelopelor din Uniune, reducând prin urmare și capacitatea acesteia de a investi și a inova. La rândul său, această situație ar putea forța industria din Uniune să se bazeze pe anvelope de calitate inferioară care necesită investiții limitate în C&D, afectând și mai mult reșapabilitatea acestora.

(214) În acest stadiu, Comisia a observat că „politica industriei anvelopelor” ([1]) din RPC încurajează producătorii de anvelope să facă progrese în ceea ce privește aspectele tehnice și brandingul (de exemplu, prin implementarea unor strategii de branding, creșterea popularității și a reputației mărcii și creșterea în continuare a valorii mărcii) și a reamintit faptul că, în paralel, este în curs de desfășurare o anchetă antisubvenție. Prin urmare, având în vedere cele de mai sus, Comisia a invitat părțile să-și prezinte observațiile cu privire la aspectele prezentate de reclamanți în considerentul anterior, pentru a-i permite acesteia să analizeze aspectele respective în detaliu în etapa definitivă.

5. LEGĂTURA DE CAUZALITATE

(215) În conformitate cu articolul 3 alineatul (6) din regulamentul de bază, Comisia a examinat dacă importurile care fac obiectul unui dumping, provenite din țările în cauză, au cauzat un prejudiciu important industriei din Uniune. În conformitate cu articolul 3 alineatul (7) din regulamentul de bază, Comisia a examinat, de asemenea, dacă alți factori cunoscuți ar fi putut prejudicia, în același timp, industria din Uniune.

(216) Comisia s-a asigurat de faptul că acestor importuri nu li s-a atribuit niciun eventual prejudiciu cauzat de alți factori decât importurile care fac obiectul unui dumping, provenite din țările în cauză. Factorii respectivi sunt: importurile din alte țări terțe, performanța vânzărilor la export a producătorilor din Uniune și evoluția costurilor.

5.1. Efectele importurilor care fac obiectul unui dumping

(217) Prețurile importurilor care fac obiectul unui dumping din RPC au subcotat în mod semnificativ prețurile practicate de industria din Uniune în cursul perioadei de anchetă, marjele de subcotare variind de la 21 % la 31 %, ceea ce a dus la scăderea cotei de piață și a rentabilității industriei din Uniune (respectiv de la 72,0 % la 66,8 % și de la 15,6 % în 2014 la 13,7 % în cursul perioadei examinate). Într-adevăr, în cursul perioadei examinate, volumul vânzărilor industriei din Uniune a scăzut ușor, în timp ce volumul importurilor din RPC a crescut cu 32 %, acaparând astfel cea mai mare parte a creșterii consumului din Uniune.

(218) În ansamblu, în cursul perioadei examinate, cota de piață pierdută de industria din Uniune (– 5,2 puncte procentuale) a fost preluată de importurile din China (+ 4,2 puncte procentuale).

(219) Analiza indicatorilor de prejudiciu de la considerentele 155-203 arată că situația economică a industriei din Uniune, în special situația sa financiară, s-a înrăutățit și că acest fapt coincide cu sosirea din RPC a unor volume mari de importuri care fac obiectul unui dumping. Prețurile acestor importuri au subcotat prețurile industriei din

([1]) Anunț al Ministerului Industriei și Tehnologiei Informației privind tipărirea și diseminarea „Politicii industriei anvelopelor”. Instituția promulgatoare: Ministerul Industriei și Tehnologiei Informației Numărul documentului: Gong Chan Ye Zheng Ce [2010] nr. 2. Data promulgării: 15.9.2010 Data intrării în vigoare: 15.9.2010.

Uniune și au exercitat o puternică presiune în sensul scăderii prețurilor de pe piața Uniunii. Într-adevăr, creșterea bruscă a importurilor și diminuarea semnificativă a prețurilor sunt factorii principali care trebuie luați în considerare în acest caz.

(220) Exportatorii chinezi au reușit să-și mărească semnificativ cota de piață, în detrimentul industriei din Uniune. În cursul perioadei de anchetă, majoritatea volumului total al importurilor chineze care fac obiectul unui dumping s-a concentrat pe nivelul 3, forțând mai mulți producători din Uniune de pe acest nivel, în special IMM-urile din sectorul reșapării, să iasă de pe piață. În plus, după cum s-a explicat la considerentul 137, Comisia a stabilit că aceste volume mari la prețuri de dumping au influențat stabilirea prețurilor. Anterior, aceasta se făcea în funcție de nivelul 1, adică prețurile de la nivelul 2 erau stabilite în funcție de cele de la nivelul 1, iar prețurile de la nivelul 3 în funcție de cele de la nivelul 2. Acum ea se face în sens invers: prețurile de la nivelul 2 sunt stabilite în funcție de cele de la nivelul 3, iar prețurile de la nivelul 1 în funcție de cele de la nivelul 2. Acest lucru a condus la o scădere a prețurilor de vânzare pe toate nivelurile. Prin urmare, Comisia a concluzionat, în mod provizoriu, că creșterea rapidă a importurilor din RPC care fac obiectul unui dumping a jucat un rol determinant în prejudiciul important suferit de industria din Uniune.

(221) Alți factori examinați în cadrul analizei cauzalității în conformitate cu articolul 3 alineatul (7) din regulamentul de bază au fost: importurile din alte țări, performanța la export a industriei din Uniune și evoluția costurilor industriei din Uniune.

5.2. **Importuri din țări terțe**

(222) Volumul importurilor din alte țări terțe a evoluat pe parcursul perioadei examinate după cum urmează:

Tabelul 18

Importuri din țări terțe

Țară	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Turcia				
Volumul importurilor din Turcia	712 497	710 504	856 110	884 241
Indice (2014 = 100)	*100*	*100*	*120*	*124*
Prețuri unitare ale importurilor din Turcia	212	216	194	185
Indice (2014 = 100)	*100*	*102*	*91*	*87*
Cotă de piață (%)	3,5	3,4	4,0	4,1
Procent din volumul total al importurilor Uniunii	12,6	11,4	12,1	12,3
Coreea				
Volumul importurilor din Coreea	431 676	463 643	477 185	381 167
Indice (2014 = 100)	*100*	*107*	*111*	*88*
Prețuri unitare ale importurilor din Coreea	219	191	181	186
Indice (2014 = 100)	*100*	*87*	*83*	*85*
Cotă de piață (%)	2,1	2,2	2,2	1,8
Procent din volumul total al importurilor Uniunii	7,6	7,4	6,8	5,3

Țară	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Japonia				
Volumul importurilor din Japonia	386 128	418 802	398 427	390 859
Indice (2014 = 100)	*100*	*108,5*	*103,2*	*101,2*
Prețuri unitare ale importurilor din Japonia	293	227	218	221
Indice (2014 = 100)	*100*	*77,6*	*74,4*	*75,4*
Cotă de piață (%)	1,9	2,0	1,9	1,8
Procent din volumul total al importurilor Uniunii	6,8	6,7	5,6	5,5
Rusia				
Volumul importurilor din Rusia	181 031	237 582	270 515	279 798
Indice (2014 = 100)	*100*	*131,2*	*149,4*	*154,6*
Prețuri unitare ale importurilor din Rusia	145	131	130	130
Indice (2014 = 100)	*100*	*90,7*	*89,6*	*89,5*
Cotă de piață (%)	0,9	1,1	1,3	1,3
Procent din volumul total al importurilor Uniunii	3,2	3,8	3,8	3,9
Thailanda				
Volumul importurilor din Thailanda	142 735	177 209	174 994	167 509
Indice (2014 = 100)	*100*	*124,2*	*122,6*	*117,4*
Prețuri unitare ale importurilor din Thailanda	310	226	233	241
Indice (2014 = 100)	*100*	*72,9*	*75,3*	*77,7*
Cotă de piață (%)	0,7	0,9	0,8	0,8
Procent din volumul total al importurilor Uniunii	2,5	2,8	2,5	2,3
Alte țări terțe				
Volumul importurilor din toate celelalte țări	338 457	376 075	469 425	464 224
Indice (2014 = 100)	*100*	*111*	*139*	*137*
Prețuri unitare ale importurilor din toate celelalte țări	202	195	200	192
Indice (2014 = 100)	*100*	*96*	*99*	*95*
Cotă de piață (%)	1,7	1,8	2,2	2,1
Procent din volumul total al importurilor Uniunii	6,0	6,0	6,6	6,5

Țară	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Totalul tuturor țărilor terțe, cu excepția RPC				
Volumul importurilor din toate celelalte țări	2 192 524	2 383 815	2 646 656	2 567 798
Indice (2014 = 100)	*100*	*109*	*121*	*117*
Prețuri unitare de import din toate celelalte țări	227	202	192	189
Indice (2014 = 100)	*100*	*89*	*85*	*83*
Cotă de piață (%)	10,8	11,5	12,3	11,9
Procent din volumul total al importurilor Uniunii	38,7	38,3	37,5	35,8

Sursa: Eurostat.

(223) Importurile din alte țări terțe au înregistrat o ușoară creștere a cotei lor de piață, de la 10,8 % la 11,9 % în perioada examinată. Din totalul importurilor din alte țări terțe, numai importurile din Rusia aveau prețuri medii similare cu cele ale importurilor din China. Prețurile medii ale importurilor de produs în cauză erau în mod evident mai ridicate decât prețurile medii ale importurilor din China. Cota de piață a importurilor de produs în cauză din Federația Rusă a crescut de la 0,9 % la 1,3 % în perioada examinată. Cu toate acestea, cantitățile limitate ale importurile din Rusia nu rup legătura de cauzalitate dintre importurile care fac obiectul unui dumping și prejudiciul suferit de industria din Uniune.

(224) Prin urmare, Comisia a concluzionat că, deși este posibil ca importurile din alte țări terțe să fi avut un impact limitat asupra situației industriei din Uniune, importurile din China care fac obiectul unui dumping rămân cauza principală a prejudiciului.

5.2.1. *Rezultatele la export ale industriei din Uniune*

(225) Volumul exporturilor producătorilor din Uniune a evoluat pe parcursul perioadei examinate după cum urmează:

Tabelul 19

Rezultatele la export ale producătorilor din Uniune

	2014	2015	2016	Perioada de anchetă
Volumul exporturilor (articole)	6 079 036	5 920 561	5 893 729	5 920 981
Indice 2014 = 100	*100*	*97,4*	*97,0*	*97,4*
Preț mediu (EUR/articol)	188	179	169	168
Indice 2014 = 100	*100*	*95,3*	*89,9*	*89,8*

Sursa: baza de date Comext a Eurostat.

(226) Conform Eurostat, volumele exporturilor au scăzut cu 2,6 % în perioada examinată. Prețurile medii de export sunt afectate de valorile de transfer către societăți afiliate. Nu există dovezi că activitatea de export a industriei din Uniune ar putea rupe legătura de cauzalitate dintre importurile care fac obiectul unui dumping și prejudiciul constatat.

5.3. **Evoluția costurilor**

(227) Astfel cum s-a menționat la considerentul 181, costurile totale ale industriei din Uniune au scăzut cu 12 EUR per anvelopă în perioada examinată, datorită evoluției materiilor prime principale (și anume cauciucul natural și cel sintetic). Cu toate acestea, prețurile de vânzare medii ale industriei din Uniune au scăzut cu 19 EUR per anvelopă, din cauza presiunii asupra prețurilor, exercitată de importurile chinezești care fac obiectul unui dumping.

(228) Prin urmare, se poate concluziona că evoluția costurilor nu poate reprezenta o cauză a prejudiciului suferit de industria din Uniune.

5.4. **Concluzie privind legătura de cauzalitate**

(229) S-a stabilit că există o legătură de cauzalitate între prejudiciul suferit de producătorii din Uniune și importurile care fac obiectul unui dumping provenite din țara în cauză.

(230) Presiunea considerabilă asupra prețurilor și a volumului exercitată, pe parcursul perioadei examinate, asupra industriei din Uniune de importurile tot mai mari care fac obiectul unui dumping provenite din țara în cauză nu a permis industriei din Uniune să beneficieze de creșterea pieței Uniunii din perioada de după criză. Într-adevăr, concurența cea mai acerbă are loc pe nivelul 3, unde au loc majoritatea importurilor din China, dar ea afectează și nivelurile superioare, după cum se explică la considerentele 204-210. Analiza indicatorilor de prejudiciu de mai sus arată că situația economică a industriei Uniunii în ansamblul său a fost afectată de o creștere a importurilor la prețuri reduse care fac obiectul unui dumping din RPC, care au subcotat în mod substanțial prețurile din Uniune. Exportatorii chinezi au reușit să câștige o cotă de piață semnificativă în dauna industriei din Uniune, ceea ce a condus la o scădere a ocupării forței de muncă și la o reducere a capacității de producție. Industria din Uniune a pierdut 5,2 puncte procentuale din cota sa de piață între 2014 și perioada de anchetă, iar volumul vânzărilor a stagnat, în timp ce consumul de pe piața Uniunii a crescut. În plus, tendința rentabilității pentru întreaga industrie din Uniune este și ea în scădere, pierderi înregistrându-se în special la anvelopele de nivelul 3.

(231) Comisia a distins și a separat efectele tuturor factorilor cunoscuți asupra situației industriei din Uniune de efectele prejudiciabile ale importurilor care fac obiectul unui dumping. S-a constatat că efectul celorlalți factori identificați, și anume al importurilor din alte țări terțe, al rezultatelor vânzărilor la export ale producătorilor din Uniune și al evoluției costurilor, asupra evoluțiilor negative ale industriei din Uniune în ceea ce privește cota de piață, prețurilor și rentabilitatea, nu rupe legătura de cauzalitate. Chiar și atunci când s-a luat în considerare efectul combinat al acestora, concluzia Comisiei a fost aceeași: în absența importurilor care fac obiectul unui dumping, industria din Uniune nu ar fi fost afectată într-o măsură atât de semnificativă. În particular, cota de piață nu ar fi scăzut la asemenea niveluri, iar ocuparea forței de muncă ar fi fost menținută.

(232) Prin urmare, Comisia a concluzionat, în această etapă, că prejudiciul important suferit de industria din Uniune a fost cauzat de importurile care fac obiectul unui dumping provenite din țara în cauză și că ceilalți factori, luați în considerare în mod individual sau colectiv, nu au rupt legătura de cauzalitate.

6. **INTERESUL UNIUNII**

(233) În conformitate cu articolul 21 din regulamentul de bază, Comisia a examinat dacă poate concluziona în mod clar că, în pofida determinării dumpingului prejudiciabil, nu ar fi în interesul Uniunii să adopte măsuri în prezentul caz. Determinarea interesului Uniunii s-a bazat pe evaluarea diferitelor interese implicate în ansamblul lor, printre care cele ale industriei și ale importatorilor din Uniune.

6.1. **Interesul industriei din Uniune**

(234) Este probabil ca efectul potențialelor măsuri antidumping să fie pozitiv în ceea ce-i privește pe producătorii din Uniune, în special pentru IMM-uri. Aceștia ar fi în măsură să beneficieze de creșterea consumului și de o piață reglementată de condiții echitabile. Se preconizează, în special, că, în aceste condiții, producătorii din Uniune ar fi în măsură să-și mărească vânzările și, prin urmare, să recâștige o parte din cota de piață pierdută. La rândul său, acest lucru ar spori și mai mult producția Uniunii și rata de utilizare a capacității. În condiții echitabile, industria din Uniune ar fi capabilă să-și mărească prețurile și să-și îmbunătățească situația financiară.

(235) Având în vedere interconexiunea dintre activitatea de reșapare și producția de anvelope reșapabile, măsurile propuse ar asigura, în particular, viabilitatea industriei de reșapare. Acest lucru ar avea un efect pozitiv asupra ocupării forței de muncă, ținând cont în special de faptul că industria anvelopelor reșapabile se caracterizează printr-o utilizare intensivă a forței de muncă și că este situată pe întreg teritoriul Uniunii.

6.2. **Interesul utilizatorilor și importatorilor din Uniune**

(236) Avizul de deschidere a fost trimis unui număr de peste 40 de importatori și utilizatori ai produsului în cauză și asociațiilor acestora.

(237) La chestionarul de eșantionare au răspuns cinci importatori neafiliați. Ei reprezintă între 10 % și 15 % din totalul importurilor din RPC. Dintre aceste cinci societăți, două au fost incluse în eșantion pe baza volumului importurilor acestora (reprezentând între 6 % și 10 % din totalul importurilor din China) și au răspuns la chestionar.

(238) Pentru ambii importatori eșantionați, importurile de produs în cauză din China reprezentau o parte semnificativă a cifrei de afaceri în cursul perioadei de anchetă. Modelul lor de afaceri se bazează, în principal, pe încheierea unor contracte cu producătorii-exportatori chinezi, deși ei dispun totodată de surse alternative (fie pe piața internă, fie în alte țări terțe). Prin urmare, deși măsurile ar avea un impact asupra activității acestora, este de așteptat, de asemenea, ca impunerea de măsuri să conducă la o creștere a prețurilor de pe piața Uniunii la niveluri corecte.

(239) Există un alt model de afaceri, care se bazează pe o strategie de tranzacționare „la container" (*container only trading strategy*). În acest caz, importatorii beneficiază de mai multă flexibilitate în ceea ce privește schimbarea surselor de aprovizionare. Trei dintre importatorii neincluși în eșantion se încadrează în această categorie, reprezentând sub 2 % din totalul importurilor din China în cursul perioadei de anchetă. Un nivel de cooperare atât de scăzut indică faptul că impunerea de măsuri nu ar avea un impact semnificativ asupra activității acestora.

(240) Alți doisprezece importatori, precum și două asociații de importatori, s-au făcut cunoscuți, majoritatea lor după publicarea regulamentului de înregistrare. S-au făcut observații privind înregistrarea și posibila impunere de măsuri. Cu toate acestea, niciunul dintre importatorii din Uniune nu a prezentat cereri documentate.

(241) Prin urmare, chiar dacă măsurile propuse nu sunt în interesul utilizatorilor și al importatorilor, Comisia nu a putut să cuantifice, în acest stadiu, niciun potențial efect negativ asupra acestora.

6.3. **Interesul furnizorilor**

(242) Furnizorii de bandă de rulare au prezentat observații în sprijinul impunerii de măsuri antidumping, susținând că aceste măsuri sunt esențiale pentru supraviețuirea industriei de reșapare. În absența activităților de reșapare, activitatea lor comercială va fi grav afectată. Acest aspect va fi analizat în continuare în cursul anchetei.

6.4. **Alte interese**

(243) Reducerea deșeurilor și gestionarea materiilor prime în mod sustenabil sunt politici consacrate ale Uniunii ([1]). Într-adevăr, politica Uniunii are două obiective: evitarea deșeurilor și încurajarea reciclării ([2]). Pe lângă acestea, există obiectivul politic orizontal de a încuraja prezența întreprinderilor mici și mijlocii pe piața Uniunii ([3]).

(244) Reșaparea este esențială pentru o economie circulară virtuoasă. Pe lângă garantarea unui înalt standard de fiabilitate, performanță și siguranță, reșaparea reprezintă un avantaj important și din punctul de vedere al mediului (o utilizare mai scăzută a materiilor prime și a energiei, producerea unor cantități mai reduse de CO_2, reducerea poluării și un consum de apă mai mic). Prin urmare, ea ar contribui și la realizarea acestor obiective societale mai mari, recunoscute prin politici specifice ale Uniunii.

(245) Mai multe părți interesate au subliniat faptul că producătorii de anvelope premium produc anvelope noi de calitate superioară, care sunt concepute să aibă un ciclu de viață lung și care pot fi reșapate. În absența industriei de reșapare, concurența din industria anvelopelor va provoca o uniformizare la nivelul inferior, ceea ce va conduce la epuizare industrială, la o pierdere de valoare de-a lungul întregului lanț de aprovizionare și la minimizarea calității ofertei în Uniune.

(246) AIRP a declarat că activitatea de reșapare este un exemplu de economie circulară, întrucât, comparativ cu producerea de anvelope noi, pentru reșaparea unei singure anvelope se utilizează cu 70 % mai puține materii prime, cu 65 % mai puțină energie și cu 19 % mai puțină apă, se produce cu 37 % mai puțin CO_2 și se reduce cu 21 % poluarea aerului (particule), și se cauzează o eroziune a solului cu 29 % mai mică în țările în care este produs cauciucul natural.

(247) În plus, industria de reșapare împiedică în prezent crearea a aproximativ 240 000 de tone de anvelope uzate în fiecare an. În consecință, măsurile de protejare a anvelopelor de calitate superioară reșapabile în Uniune, care sunt impuse în esență împotriva anvelopelor de unică folosință, ar contribui de asemenea la evitarea producerii de deșeuri în conformitate cu obiectivele Directivei privind deșeurile, întrucât măsurile menționate ar sprijini menținerea unei activități de reșapare viabile în Uniune.

([1]) A se vedea Directiva 2008/98/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 19 noiembrie 2008 privind deșeurile și de abrogare a anumitor directive (JO L 312, 22.11.2008, p. 3).

([2]) A se vedea Planul de acțiune privind economia circulară, adoptat în ianuarie 2018; http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm

([3]) A se vedea politica Comisiei de sprijinire a întreprinderilor mici și mijlocii; https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/small-business-act_en

(248) Conform studiilor efectuate de AIRP, datorită reșapării, Italia economisește în medie 30 de milioane de litri de țiței pe an, precum și peste 20 000 de tone de alte materii prime strategice – cum ar fi cauciucul natural și cel sintetic, negrul de fum, fibrele textile, oțelul și cuprul – la care se adaugă o reducere a emisiilor de CO_2 cu 10 202 tone. Conform acelorași studii, fiecare anvelopă reșapată reduce emisiile de CO_2 cu 26,5 kg

(249) În consecință, măsurile de protejare a anvelopelor de calitate superioară reșapabile în Uniune, care sunt impuse în esență împotriva anvelopelor de unică folosință, ar contribui de asemenea la coerența politicilor cu obiectivele Uniunii privind reducerea deșeurilor și economia circulară, întrucât ele ar sprijini menținerea unei activități de reșapare viabile în Uniune. În plus, dat fiind faptul că în acest sector activează în principal IMM-uri, aceste măsuri ar fi, de asemenea, în concordanță cu importantul obiectiv al Comisiei de sprijinire a acestor întreprinderi.

6.5. **Concluzie privind interesul Uniunii**

(250) Efectele măsurilor antidumping asupra producătorilor din Uniune ar fi pozitive. În ciuda afirmațiilor potrivit cărora taxa ar avea un impact potențial negativ asupra importatorilor din Uniune, ea ar continua să nu fie disproporționată, ținând cont de efectele globale asupra industriei din Uniune în ansamblul ei. În fapt, se consideră că capacitatea liberă disponibilă în industria din Uniune și importurile din alte țări ar atenua riscurile prin oferirea unor surse de aprovizionare alternative. Reinstaurarea concurenței loiale și a unor condiții de concurență echitabile, prin eliminarea importurilor care fac obiectul unui dumping, ar fi benefică pentru dezvoltarea sănătoasă a pieței globale a anvelopelor din Uniune și ar promova coerența politicilor cu obiectivele privind economia circulară, evitarea deșeurilor și protecția IMM-urilor în Uniune. Pe baza acestor elemente, nu există motive imperioase împotriva instituirii de măsuri provizorii asupra importurilor de anvelope pentru autobuze și camioane din RPC.

(251) Prin urmare, se poate aprecia că instituirea de măsuri antidumping ar permite industriei din Uniune să rămână pe piață și, ulterior, să-și îmbunătățească situația. Există un risc ridicat ca, în cazul în care nu s-ar institui măsuri, industria din Uniune să fie obligată să ia în considerare retragerea din activitatea de reșapare a anvelopelor pe termen mediu, având ca rezultat o pierdere inevitabilă de locuri de muncă, așa cum s-a întâmplat deja cu închiderea a zeci de IMM-uri, astfel cum se arată la considerentul 175. Din perspectiva importatorilor sau a utilizatorilor, nu s-au identificat motive convingătoare împotriva instituirii de măsuri antidumping la importurile de anvelope pentru autobuze și camioane originare din RPC în acest stadiu al anchetei.

7. **MĂSURI ANTIDUMPING PROVIZORII**

(252) Pe baza concluziilor la care a ajuns Comisia cu privire la dumping, prejudiciu, legătura de cauzalitate și interesul Uniunii, ar trebui instituite măsuri provizorii pentru a împiedica agravarea prejudiciului cauzat industriei Uniunii de importurile de produs în cauză care fac obiectul unui dumping.

7.1. **Nivelul de eliminare a prejudiciului (marja de prejudiciu)**

(253) Pentru a stabili nivelul măsurilor, Comisia a stabilit, mai întâi, valoarea taxei necesare pentru a elimina prejudiciul suferit de industria Uniunii.

(254) Prejudiciul ar fi eliminat dacă industria Uniunii ar fi în măsură să își acopere costurile de producție și să obțină un profit înainte de impozit în ceea ce privește vânzările de produs similar pe piața din Uniune, care ar putea fi realizat în mod rezonabil în condiții normale de concurență de către un sector industrial de acest tip, și anume în absența importurilor care fac obiectul unui dumping. Acest nivel-țintă al profitului a fost stabilit pe baza profitului obținut de industria din Uniune în 2014. Din întreaga perioadă examinată, acesta a fost considerat anul din perioada examinată în care condițiile concurențiale s-au apropiat cel mai mult de normalitate, deoarece volumul importurilor din China s-a situat la nivelul său cel mai redus, în timp ce prețul mediu de import a înregistrat nivelul său cel mai ridicat.

(255) Pe această bază, Comisia a calculat un preț al produsului similar, neprejudiciabil pentru industria din Uniune, prin adăugarea marjei de profit de 15,6 % la costul de producție din cursul perioadei de anchetă suportat de producătorii din Uniune incluși în eșantion, scăzând din prețurile de vânzare în Uniune marja reală de profit obținută în cursul perioadei de anchetă și înlocuind-o cu o marjă de profit de 15,6 %.

(256) Comisia a stabilit apoi nivelul de eliminare a prejudiciului, comparând prețul de import mediu ponderat al producătorilor-exportatori cooperanți din Republica Populară Chineză incluși în eșantion, stabilit pentru calcularea subcotării prețurilor, cu prețul neprejudiciabil mediu ponderat al produsului similar vândut pe piața Uniunii în cursul perioadei de anchetă de către producătorii din Uniune incluși în eșantion. Orice diferență rezultată din această comparație a fost exprimată ca procent din valoarea CIF de import medie ponderată.

(257) Nivelul de eliminare a prejudiciului pentru „alte societăți cooperante” și pentru „toate celelalte societăți” este definit în același mod ca marja de dumping pentru aceste societăți (a se vedea considerentele 127 și 128).

7.2. **Măsuri provizorii**

(258) Ar trebui să se instituie măsuri antidumping provizorii asupra importurilor de produs în cauză originar din Republica Populară Chineză, în conformitate cu regula taxei mai mici de la articolul 7 alineatul (2) din regulamentul de bază. Comisia a comparat marjele de prejudiciu și marjele de dumping. Valoarea taxelor ar trebui stabilită la nivelul cel mai mic dintre nivelul marjei de dumping și cel al marjei de prejudiciu.

(259) Astfel cum s-a menționat în considerentul 7, Comisia a impus obligativitatea înregistrării importurilor de produs în cauză originar din RPC prin regulamentul de înregistrare, având în vedere posibila aplicare retroactivă a oricăror măsuri antidumping și compensatorii în temeiul articolului 14 alineatul (5) din regulamentul de bază și al articolului 24 alineatul (5) din Regulamentul (UE) 2016/1037 al Parlamentului European și al Consiliului ([1]) („regulamentul antisubvenție de bază”).

(260) În ceea ce privește ancheta antidumping curentă și având în vedere constatările de mai sus, ar trebui să se întrerupă înregistrarea importurilor în scopul anchetei antidumping în temeiul articolului 14 alineatul (5) din regulamentul de bază.

(261) În ceea ce privește ancheta antisubvenție desfășurată în paralel, înregistrarea importurilor de produs în cauză din RPC în temeiul articolului 24 alineatul (5) din regulamentul antisubvenție de bază ar trebui să continue.

(262) În etapa actuală a procedurii, nu se poate lua nicio decizie privind posibila aplicare retroactivă a unor măsuri antidumping.

(263) Conform Notelor explicative la Sistemul Armonizat (NESA) aferente pozițiilor 8708 și 8716, roțile libere, roțile de remorci și roțile de semiremorci, dotate cu anvelope, trebuie să fie clasificate la pozițiile 8708 și 8716. Întrucât există riscul ca operatorii să utilizeze importul de roți dotate cu anvelope chineze pentru a eluda măsurile, Comisia a considerat oportun să monitorizeze importurile de astfel de roți, pentru a reduce acest risc la minimum. Informațiile colectate în cadrul acestui program de monitorizare ar putea fi, de asemenea, utilizate în cazul în care, în viitor, ar trebui lansată o anchetă antieludare în temeiul articolului 13 din regulamentul de bază. Prin urmare, în ceea ce privește importurile de roți libere, roți de remorci și roți de semiremorci, dotate cu anvelope pneumatice, noi sau reșapate, din cauciuc, de tipul celor utilizate pentru autobuze sau camioane, cu un indice de sarcină de peste 121, ar trebui să fie stabilite coduri TARIC separate.

(264) Prin urmare, nivelurile taxei antidumping provizorii, exprimate ca procentaj din prețul „CIF” (cost, asigurare și navlu) la frontiera Uniunii, înainte de vămuire, ar trebui să fie următoarele:

Societate	Marjă de dumping (%)	Marjă de prejudiciu (%)	Taxă antidumping provizorie (%)
Grupul Xingyuan	166,7	68,8	68,8
Grupul Giti	98,7	33,2	33,2
Grupul Aeolus	151,2	48,1	48,1
Grupul Hankook	80,4	29,3	29,3
Alte societăți cooperante	110,3	40,2	40,2
Toate celelalte societăți	166,7	68,8	68,8

(265) Nivelurile taxei antidumping individuale aplicabile societăților precizate în prezentul regulament au fost stabilite pe baza constatărilor prezentei anchete. Prin urmare, ele reflectau situația constatată în cursul prezentei anchete în ceea ce privește aceste societăți. Aceste niveluri ale taxei sunt aplicabile exclusiv importurilor de produs în cauză originar din țara în cauză și fabricat de entitățile juridice menționate. Importurile de produs în cauză fabricat de orice altă societate care nu este menționată în mod specific în partea dispozitivă a prezentului regulament, inclusiv de entitățile afiliate societăților menționate în mod specific, ar trebui să facă obiectul taxei aplicabile „tuturor celorlalte societăți”. Ele nu ar trebui să facă obiectul niciuneia dintre taxele antidumping individuale.

([1]) Regulamentul (UE) 2016/1037 al Parlamentului European și al Consiliului din 8 iunie 2016 privind protecția împotriva importurilor care fac obiectul unor subvenții din partea țărilor care nu sunt membre ale Uniunii Europene (JO L 176, 30.6.2016, p. 55).

(266) O societate care își modifică ulterior denumirea entității poate solicita aplicarea acestor niveluri ale taxei antidumping individuale. Cererea trebuie să fie adresată Comisiei. Cererea trebuie să conțină toate informațiile relevante care să permită demonstrarea faptului că modificarea nu afectează dreptul societății de a beneficia de nivelul taxei care i se aplică. În cazul în care schimbarea denumirii societății nu afectează dreptul său de a beneficia de nivelul taxei aplicabile acesteia, o notificare privind schimbarea denumirii va fi publicată în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.

(267) Pentru a minimiza riscurile de eludare ca urmare a diferenței mari dintre nivelurile taxei, sunt necesare măsuri speciale vizând asigurarea aplicării taxelor antidumping individuale. Societățile care fac obiectul taxelor antidumping individuale trebuie să prezinte o factură comercială valabilă autorităților vamale ale statelor membre. Factura trebuie să respecte cerințele prevăzute la articolul 1 alineatul (3) din prezentul regulament. Importurile care nu sunt însoțite de factura respectivă ar trebui să facă obiectul taxei antidumping aplicabile „tuturor celorlalte societăți".

(268) Pentru a asigura o aplicare corespunzătoare a taxelor antidumping, taxa antidumping pentru toate celelalte societăți ar trebui să se aplice nu doar producătorilor-exportatori necooperanți în cadrul prezentei examinări, ci și producătorilor care nu au avut exporturi în Uniune în timpul perioadei de anchetă.

8. **FORMA MĂSURILOR**

(269) Comisia a constatat că taxa *ad valorem* are două dezavantaje importante. În primul rând, o taxă *ad valorem* creează un stimulent pentru ca o întreprindere să-și vândă segmentul inferior al gamei sale de produse. Acest lucru ar crea o presiune suplimentară pe nivelul 3, deși tocmai acest nivel al pieței este cel care are cea mai mare nevoie de protecție împotriva unei concurențe neloiale acerbe. Prin urmare, Comisia consideră că este mai adecvat să stabilească o taxă pentru anvelopele de nivelul 3 la un anumit nivel absolut.

(270) În al doilea rând, o taxă *ad valorem* ar putea conduce, de asemenea, la sume relativ ridicate pe nivelul cu prețuri ridicate al anvelopelor de nivelul 1 și 2. Aici există riscul ca aceste anvelope de calitate superioară să devină prea scumpe, deși tocmai aceste anvelope sunt cele care pot fi benefice pentru industria reșapării din Uniune. Reșapatorii din Uniune au nevoie de carcase adecvate, care ar putea fi furnizate fie de producătorii din Uniune de nivelul 1 sau 2, fie de anumiți producători chinezi de același nivel. Dacă măsurile impun sancțiuni prea drastice asupra importurilor în Uniune de anvelope de nivelul 1 sau 2, acest lucru ar putea afecta obiectivele de politică ale Uniunii privind economia circulară.

(271) În consecință, Comisia a considerat, în mod provizoriu, că, din motive legate de interesul Uniunii, este de preferat impunerea de taxe fixe pe articol, calculate pe baza marjei de prejudiciu individuale pentru fiecare exportator. Aceste taxe fixe ar remedia riscul de neabordare în mod corespunzător a dumpingului care are loc pe nivelul 3, întrucât anvelopele de nivelul 3 sunt importate în Uniune în cantități mari și ar plăti o taxă fixă relativ ridicată în comparație cu valoarea lor reală. În același timp, aceste taxe răspund riscului de suprapenalizare a importurilor în Uniune de anvelope de nivelul 1 sau 2, care sunt reșapabile și pot fi reșapate de industria de profil a Uniunii.

(272) În concluzie, Comisia a considerat adecvat să impună taxe provizorii sub formă de taxe fixe.

9. **DISPOZIȚIE FINALĂ**

(273) În interesul unei bune administrări, Comisia va invita părțile interesate să prezinte observații scrise și/sau să solicite o audiere de către Comisie și/sau de către consilierul-auditor pentru proceduri comerciale până la un termen stabilit.

(274) Constatările privind instituirea taxelor provizorii sunt provizorii și pot fi modificate în etapa finală a anchetei,

ADOPTĂ PREZENTUL REGULAMENT:

Articolul 1

(1) Se instituie o taxă antidumping provizorie la importurile de anumite tipuri de anvelope pneumatice, noi sau reșapate, din cauciuc, de tipul celor utilizate pentru autobuze sau camioane, cu un indice de sarcină de peste 121, încadrate în prezent la codurile NC 4011 20 90 și ex 4012 12 00 (cod TARIC 4012 12 00 10) și originare din Republica Populară Chineză.

(2) Taxele antidumping provizorii, aplicabile în EUR per articol produsului descris la alineatul (1) și fabricat de societățile menționate în continuare, sunt următoarele:

Societate	Taxă antidumping provizorie (EUR/articol)	Cod adițional TARIC
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
Alte societăți cooperante enumerate în anexă	62,79	
Toate celelalte societăți	82,17	C999

(3) Aplicarea nivelurilor individuale ale taxelor specificate pentru societățile enumerate la alineatul (2) sau în anexă este condiționată de prezentarea către autoritățile vamale ale statelor membre a unei facturi comerciale valabile, pe care trebuie să figureze o declarație datată și semnată de un reprezentant oficial al entității care emite respectiva factură, identificat prin nume și funcție, redactată după cum urmează: „*Subsemnatul (Subsemnata) certific faptul că [articolul (articolele)] de [produs în cauză] vândut (vândute) la export în Uniunea Europeană, care face (fac) obiectul prezentei facturi, a (au) fost fabricat (fabricate) de [denumirea și adresa societății] [cod adițional TARIC] în Republica Populară Chineză. Declar că informațiile furnizate în prezenta factură sunt complete și corecte.*" Dacă nu se prezintă o astfel de factură, se aplică taxa aplicabilă tuturor celorlalte societăți.

(4) Punerea în liberă circulație în Uniune a produsului menționat la alineatul (1) este condiționată de depunerea unei garanții echivalente cu valoarea taxei provizorii.

(5) Roțile libere, roțile de remorci și roțile de semiremorci, dotate cu anvelope pneumatice, noi sau reșapate, din cauciuc, de tipul celor utilizate pentru autobuze sau camioane, cu un indice de sarcină de peste 121 sunt încadrate la codurile TARIC 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 și 8716 90 90 80.

(6) În lipsa unor indicații contrare, se aplică dispozițiile relevante în vigoare referitoare la taxele vamale.

Articolul 2

(1) În termen de 25 de zile calendaristice de la data intrării în vigoare a prezentului regulament, părțile interesate:

(a) pot solicita dezvăluirea faptelor și a considerațiilor esențiale pe baza cărora a fost adoptat prezentul regulament;

(b) pot transmite Comisiei observațiile lor scrise, inclusiv observațiile referitoare la clasificarea mărcilor pe niveluri și

(c) pot solicita să fie audiate de Comisie și/sau de consilierul-auditor pentru proceduri comerciale.

(2) În termen de 25 de zile calendaristice de la data intrării în vigoare a prezentului regulament, părțile menționate la articolul 21 alineatul (4) din Regulamentul (UE) 2016/1036 al Parlamentului European și al Consiliului pot prezenta observații privind aplicarea măsurilor provizorii.

Articolul 3

La articolul 1 din Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2018/163, alineatul (1) se înlocuiește cu următorul text:

„(1) În conformitate cu articolul 24 alineatul (5) din Regulamentul (UE) 2016/1037, autoritățile vamale sunt invitate să ia măsurile corespunzătoare pentru a înregistra importurile în Uniune de anvelope noi și anvelope reșapate pentru autobuze sau camioane, cu un indice de sarcină de peste 121, încadrate în prezent la codurile NC 4011 20 90 și ex 4012 12 00 (codul TARIC 4012 12 00 10) și originare din Republica Populară Chineză."

Articolul 4

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

Articolul 1 se aplică pe o perioadă de șase luni.

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

Adoptat la Bruxelles, 4 mai 2018.

Pentru Comisie

Președintele

Jean-Claude JUNCKER

ANEXĂ

Producători-exportatori chinezi cooperanți care nu au fost incluși în eșantion:

Denumirea societății	Cod adițional TARIC
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

Denumirea societății	Cod adițional TARIC
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