

REGULAMENTUL (UE) NR. 1072/2012 AL COMISIEI

din 14 noiembrie 2012

de instituire a unei taxe antidumping provizorii la importurile de articole de masă și articole de bucatărie din ceramică originare din Republica Populară Chineză

COMISIA EUROPEANĂ,

având în vedere Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene,

având în vedere Regulamentul (CE) nr. 1225/2009 al Consiliului din 30 noiembrie 2009 privind protecția împotriva importurilor care fac obiectul unui dumping din partea țărilor care nu sunt membre ale Comunității Europene⁽¹⁾ (denumit în continuare „regulamentul de bază”), în special articolul 7,

după consultarea comitetului consultativ,

întrucât:

A. PROCEDURA**1. Deschiderea procedurii**

- (1) La data de 16 februarie 2012, Comisia Europeană a anunțat printr-un aviz publicat în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*⁽²⁾ (denumit în continuare „avizul de deschidere”) deschiderea unei proceduri antidumping privind importurile în Uniune de articole de masă și articole de bucatărie din ceramică originare din Republica Populară Chineză (denumită în continuare „țara în cauză”, „China” sau „RPC”).
- (2) Procedura a fost demarată în urma unei plângeri depuse la data de 3 ianuarie 2012 în numele producătorilor UE (denumiți în continuare „reclamanții”), care reprezintă mai mult de 30 % din producția totală a Uniunii de articole de masă și articole de bucatărie din ceramică. Plângerea conținea elemente de probă *prima facie* care atestau existența unui dumping în cazul produselor menționate, precum și a prejudiciului material rezultat din acesta, considerat suficient pentru a justifica deschiderea unei proceduri.

2. Părțile vizate de procedură

- (3) Comisia a informat în mod oficial reclamanții, alți producători cunoscuți din Uniune, producătorii-exportatori cunoscuți din RPC, importatorii, comercianții, utilizatorii, furnizorii și asociațiile cunoscute a fi vizate, precum și reprezentanții RPC cu privire la deschiderea procedurii. De asemenea, Comisia a informat producătorii din Federația Rusă, care a fost propusă în avizul de deschidere drept țară analogă posibilă. Părților interesate li s-a acordat posibilitatea de a-și face cunoscute în scris punctele de vedere și de a solicita o audiere până la termenul fixat în avizul de deschidere. Au fost audiate toate părțile interesate care au solicitat acest lucru și care au demonstrat că există motive speciale pentru a fi audiate.

- (4) Având în vedere numărul vizibil mare de producători-exportatori și importatori neafiliați, prin avizul de deschidere s-a solicitat producătorilor-exportatori și importatorilor neafiliați să se facă cunoscuți Comisiei și să furnizeze informații de bază cu privire la activitățile lor legate de produsul în cauză în perioada cuprinsă între 1 ianuarie 2011 și 31 decembrie 2011. Aceste informații ar permite Comisiei, în conformitate cu articolul 17 din regulamentul de bază, să decidă dacă eșantionarea este necesară și, în caz afirmativ, să selecteze eșantioane.

- (5) Având în vedere numărul mare al producătorilor din Uniune implicați în această procedură, potrivit avizului de deschidere, Comisia a selectat, în mod provizoriu, un eșantion de producători din Uniune în vederea stabilirii prejudiciului, în conformitate cu articolul 17 din regulamentul de bază. Această preselectie s-a făcut prin utilizarea informațiilor de care Comisia dispunea în etapa de deschidere și s-a bazat pe volumul vânzărilor, dimensiunea, localizarea geografică în Uniune și segmentul de produse al producătorilor. Au fost incluși șase producători din Uniune care acopereau toate tipurile principale de produse și își aveau sediul în cinci state membre, dintre care doi erau întreprinderi mici și mijlocii (IMM-uri). Acest eșantion preliminar reprezenta peste 15 % din producția totală estimată a Uniunii. Cu toate acestea, unul dintre producătorii incluși în eșantionul preliminar nu a dorit să facă parte din eșantion, iar mai multe părți interesate au susținut că un stat membru cu volume mari de producție a fost trecut cu vederea și ar trebui să fie inclus într-un eșantion reprezentativ. Având în vedere aceste lucruri, Comisia a modificat eșantionul preliminar, eșantionul final rezultat incluzând șapte producători din Uniune care acoperă toate tipurile principale de produse și își au sediul în șase state membre, dintre care doi sunt IMM-uri. Acest eșantion reprezintă peste 20 % din producția totală estimată a Uniunii.

- (6) Aproximativ 400 de producători-exportatori sau grupuri de producători-exportatori din RPC, care reprezintă peste 60 % din totalul exporturilor, au furnizat informațiile solicitate și au acceptat să fie incluși în eșantion. Pe baza informațiilor primite, Comisia a selectat, în mod provizoriu, un eșantion de cinci producători-exportatori cu cel mai mare volum de export către Uniune și a invitat toți producătorii-exportatori cunoscuți Comisiei să facă observații cu privire la eșantionul propus. Doi dintre producătorii-exportatori preselectați pentru a face parte din eșantion și-au corectat ulterior informațiile transmise pentru eșantionare, volumul lor de export nemaifiind suficient pentru a fi incluși în eșantion. Comisia a selectat apoi eșantionul final, actualizat cu cele mai mari cinci societăți în ceea ce privește volumul exporturilor. Societățile incluse în eșantion reprezintă aproape 20 % din exporturile către Uniune ale tuturor producătorilor-exportatori cooperanți.

⁽¹⁾ JO L 343, 22.12.2009, p. 51.

⁽²⁾ JO C 44, 16.2.2012, p. 22.

- (7) Societățile sau grupurile de societăți selectate în final pentru a fi incluse în eșantion sunt:
- (a) Hunan Hualian China Industry Co., Ltd și societățile sale afiliate,
 - (b) Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co., Ltd și societățile sale afiliate,
 - (c) CHL International Ltd și societățile sale afiliate,
 - (d) Shandong Zibo Niceton-Marck Huaguang Ceramics Limited și societățile sale afiliate (denumită în continuare „Niceton”) și
 - (e) Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramics Co., Ltd.
- (8) O societate a contestat procesul de selecție a societăților incluse în eșantion și a susținut că ar trebui să fie inclusă în eșantion. Societatea în cauză a susținut că includerea sa nu ar face ca numărul de societăți incluse în eșantion să fie nerezonabil și nu ar provoca întârzieri în desfășurarea anchetei, având în vedere că este un exportator relativ mic. De asemenea, a mai afirmat că este vorba despre o societate cu capital străin și că eșantionul nu ar fi reprezentativ fără includerea sa.
- (9) Comisia reamintește faptul că selectarea societăților incluse în eșantion s-a realizat pe baza celor mai mari volume, în conformitate cu articolul 17 alineatul (1) din regulamentul de bază, luând în considerare numărul de producători care ar putea fi anchetați în mod rezonabil pe parcursul perioadei disponibile. Având în vedere că societatea este un exportator relativ mic, includerea sa nu ar adăuga nicio valoare reprezentativității eșantionului în ceea ce privește volumul exportat. În plus, se constată faptul că societatea s-a prezentat foarte târziu - la patru luni după ce selecția finală a fost comunicată tuturor producătorilor-exportatori și, de asemenea, după ce au avut loc vizitele de verificare la sediile societăților selectate. Prin urmare, cererea de includere în eșantion este respinsă.
- (10) Mai mult de șaiszeci de importatori neafiliați au răspuns la întrebările privind eșantionarea până la termenul limită și și-au oferit cooperarea în cadrul procedurii. Dintre aceste societăți, cinci au fost selectate pentru a alcătui eșantionul. Acești cinci importatori neafiliați au fost selectați pe baza volumelor și a valorii importurilor și revânzărilor în Uniune, a localizării geografice, a modelului de afaceri și a segmentului lor de produse. Societățile incluse în eșantion corespund celor mai mari volume reprezentative și valori ale importurilor și revânzărilor în Uniune care pot fi examinate în mod rezonabil pe parcursul perioadei disponibile. Conform cifrelor raportate în etapa de eșantionare, acestea reprezintă aproximativ 6 % din importurile produsului în cauză în cursul perioadei de anchetă.
- (11) Pentru a permite producătorilor-exportatori din RPC să prezinte o cerere pentru acordarea tratamentului de societate care funcționează în condițiile unei economii de piață (denumit în continuare „TEP”) sau a tratamentului individual (denumit în continuare „TI”), dacă doreau acest lucru, Comisia a trimis formulare de cerere producătorilor-exportatori chinezi care au solicitat acest lucru și autorităților din China.
- (12) Unsprezece producători-exportatori sau grupuri de producători-exportatori din China au solicitat acordarea TEP, în conformitate cu articolul 2 alineatul (7) din regulamentul de bază, sau a TI în cazul în care ancheta stabilește că nu îndeplinesc condițiile pentru acordarea TEP. Trei dintre acești solicitanți au fost incluși în eșantion, ceilalți opt – nu. Unul dintre acești producători-exportatori, care nu a fost inclus în eșantion, și-a retras ulterior cererea de acordare a TEP, dar și-a păstrat cererea de TI. Ceilalți doi producători-exportatori incluși în eșantion și alte patru societăți, care nu au fost incluse în eșantion, au solicitat numai acordarea TI.
- (13) Comisia a trimis chestionare celor cinci producători-exportatori din RPC incluși în eșantion și altor aproape 300 de producători-exportatori din RPC care au solicitat acest lucru. Mai mult, au fost trimise chestionare celor șapte producători din Uniune selectați să facă parte din eșantion, celor cinci importatori selectați să facă parte din eșantion, unui număr de patru asociații de comercianți cu amănuntul și distribuitori și, de asemenea, comercianților cu amănuntul și distribuitorilor individuali care au solicitat acest lucru. În plus, au fost trimise chestionare producătorilor-exportatori din India, Turcia, Brazilia, Thailanda și Rusia, care au fost considerate țări candidate pentru selectarea unei țări analoge adecvate.
- (14) S-au primit răspunsuri de la treisprezece producători-exportatori sau grupuri de producători-exportatori din RPC și de la trei producători din țări analoge posibile (Brazilia, Thailanda și Rusia). În plus, s-au primit răspunsuri la chestionar de la cei șapte producători din Uniune selectați pentru a face parte din eșantion și de la cei cinci importatori selectați în eșantion. S-au mai primit răspunsuri la chestionar de la un comerciant cu amănuntul, un distribuitor și două asociații de comercianți cu amănuntul și distribuitori.
- (15) În plus, Comisia a primit informații de la peste 20 de importatori neafiliați unui producător-exportator, diverși comercianți cu amănuntul, un furnizor de programe de marketing și din partea *China Chamber of Commerce for Import and Export of Light Industrial Products and Art-Crafts* („Camera de comerț chineză pentru importurile și exporturile produselor din industria ușoară și ale produselor de artizanat”, denumită în continuare „CCCLA”).
- (16) Comisia a cercetat și a verificat toate informațiile pe care le-a considerat necesare pentru determinarea cu titlu provizoriu a dumpingului, a prejudiciului care rezultă din acesta și a interesului Uniunii. S-au efectuat vizite de verificare la sediile următoarelor societăți:
- (a) *Producători din Uniune*
- (17) Au fost efectuate vizite de verificare la sediile celor șapte producători din Uniune incluși în eșantion.
- (18) Producătorii din Uniune incluși în eșantion, precum și alți producători cooperanți din Uniune au solicitat, în baza dispozițiilor articolului 19 din regulamentul de bază, ca identitatea lor să rămână confidențială. Aceștia au susținut că divulgarea identității lor le-ar putea aduce grave prejudicii.

(19) Anumiți producători reclamanți din Uniune au clienți în Uniune care se aprovizionează și din China, beneficiind astfel în mod direct de aceste importuri. Acești reclamanți s-au considerat, prin urmare, ca fiind într-o poziție delicată, întrucât unii dintre clienții lor ar putea să nu fie mulțumiți de depunerea sau susținerea unei plângeri privind un presupus dumping prejudiciabil. Din aceste motive, ei au considerat că există riscul unor represalii din partea unora dintre clienții lor. În plus, anumiți producători reclamanți din Uniune realizează și exporturi către China. Aceste societăți au considerat că depunerea sau susținerea unei plângeri împotriva unui presupus dumping prejudiciabil ar putea reprezenta o amenințare la adresa afacerilor proprii în China. Cererea acestora a fost acceptată, întrucât a fost suficient motivată.

(20) Reprezentanții unora dintre producătorii-exportatori, CCCLA și unii importatori neafiliați au afirmat că nu își pot exercita corespunzător dreptul la apărare ca urmare a faptului că identitatea reclamanților și a susținătorilor nu a fost dezvăluită. Aceștia au susținut că, în aceste condiții, părțile sunt împiedicate să formuleze observații cu privire la capacitatea procesuală, la prejudiciul material, la posibilitatea ca producătorii să fie excluși din industria Uniunii în conformitate cu articolul 4 alineatul (1) litera (a) din regulamentul de bază, și/sau la reprezentativitatea eșantionului. Cu toate acestea, Comisia s-a asigurat că aceste probleme au putut fi verificate și soluționate în dosarele disponibile spre consultare de către părțile interesate, precum corespondența cu părțile interesate, prin intermediul notelor privind calitatea procesuală și selectarea eșantioanelor și prin faptul că a solicitat altor părți să transmită informații documentate în mod corespunzător. Prin urmare, cererea a fost respinsă.

(b) *Producători-exportatori din RPC*

- Hunan Hualian China Industry Co, Ltd, Hunan Hualian Ebillion Industry Co., Ltd, Hunan Liling Hongguanyao China Industry Co., Ltd și Hunan Hualian Yuxiang China Industry Co., Ltd (denumite în continuare „Hunan Hualian”)
- Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co., Ltd și Guangxi Sanhuan Lucky Xinda Export & Import Co., Ltd (denumite în continuare „Guangxi Sanhuan”)
- CHL International Ltd și CHL Porcelain Industries Ltd (denumite în continuare „CHL”)
- Shandong Zibo Niceton-Marck Huaguang Ceramics Limited, Shandong Silver Phoenix Company Limited și un comerciant afiliat cu sediul în Hong Kong, Niceton International Limited (denumit în continuare „Niceton”)
- Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramics Co., Ltd.
- Fujian Dehua Hiap Huat Koyo Toki Co., Ltd
- Shenzhen Baosanhe Ceramics Industrial Co., Ltd
- Chaozhou Fairway Ceramics Manufacturing Co., Ltd
- Chaozhou Mingyu Porcelain Industries Co., Ltd

— Shenzhen Grand Collection Industrial Co., Ltd și Chaozhou Grand Collection Tableware Co., Ltd (denumite în continuare „Grand Collection”)

— Tianshan (Handan) Tableware Co., Ltd

— Zibo Kun Yang Ceramic Corporation Limited

(c) *Importatori din Uniune*

- Symbol srl, Treviso, Italia;
- Metro AG, Dusseldorf, Germania;
- Ritzenhoff & Breker GmbH & Co. KG, Bad Driburg, Germania;
- Joseph Maeser GmbH, Dornbirn, Austria;
- IKEA Supply AG, Pratteln, Elveția

(d) *Producătorul-exportator din țara analogă*

(21) Producătorul cooperant din Brazilia a solicitat ca identitatea sa să rămână confidențială, întrucât divulgarea acesteia ar putea aduce grave prejudicii activității sale. Cererea a fost considerată justificată și, prin urmare, acceptată.

3. Perioada de anchetă

(22) Ancheta privind dumpingul și prejudiciul a vizat perioada cuprinsă între 1 ianuarie 2011 și 31 decembrie 2011 (denumită în continuare „perioada de anchetă” sau „PA”). Examinarea tendințelor relevante pentru evaluarea prejudiciului a vizat perioada cuprinsă între 1 ianuarie 2008 și sfârșitul perioadei de anchetă (denumită în continuare „perioada examinată”).

(23) Reclamanții au susținut că perioada de evaluare a prejudiciului ar trebui să fie prelungită cu un an și să înceapă din 2007, în timp ce CCCLA a susținut că aceasta ar trebui să fie redusă cu un an și să înceapă abia din 2009. În ceea ce privește prima afirmație, extinderea nu a fost acordată, având în vedere că niciuna dintre probele aflate la dosar nu demonstrează că o perioadă de cinci ani ar reflecta mai bine tendințele, astfel cum au sugerat reclamanții. În ceea ce privește cea de-a doua afirmație, CCCLA a făcut referire, în termeni generali, la jurisprudența OMC, care ar fi stabilit că membrii OMC nu pot selecta o referință care să conducă la o simplă comparație a criteriilor finale și că, în cazul în care modificarea anului de referință poate infirma cu ușurință constatarea unui prejudiciu, membrul OMC ar putea avea dificultăți în stabilirea existenței unui prejudiciu material. Cu toate acestea, ancheta a arătat că reducerea perioadei luate în considerare în acest caz ar conduce la o perioadă de analiză inutil de scurtă și care, având în vedere impactul crizei economice asupra anumitor indicatori, ar fi putut oferi o imagine subiectivă a tendințelor prejudiciilor. Astfel, ambele cereri au fost respinse în mod provizoriu.

B. PRODUSUL ÎN CAUZĂ ȘI PRODUSUL SIMILAR

1. Produsul în cauză

(24) Produsul în cauză se referă la articolele de masă și articolele de bucatărie din ceramică încadrate în prezent la

codurile NC 6911 10 00, ex 6912 00 10, ex 6912 00 30, ex 6912 00 50 și ex 6912 00 90 originare din Republica Populară Chineză („produsul în cauză”). Aceste produse pot fi din porțelan, ceramică obișnuită, gresie ceramică, faianță, ceramică fină sau din alte materiale. Printre principalele materii prime se numără minerale precum caolinul, feldspatul și cuarțul, iar compoziția materiilor prime utilizate determină tipul de produs ceramic finit.

- (25) Articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică se comercializează într-o mare varietate de forme care au evoluat de-a lungul timpului. Acestea se utilizează în locuri foarte diverse, spre exemplu în gospodării, hoteluri, restaurante sau stabilimente de îngrijire.

1.1. Cereri de excludere

- (26) În timpul anchetei, au fost prezentate și analizate mai multe cereri de excludere a unor produse specifice din definiția produsului. Analiza acestor cereri este rezumată mai jos.

1.1.1. Porțelanul (fin) de os

- (27) În declarațiile sale, CCCLA a afirmat că porțelanul (fin) de os trebuie să fie exclus din definiția produsului care face obiectul anchetei. Se invocă faptul că porțelanul (fin) de os diferă în mod fundamental de alte tipuri de articole de masă și de bucătărie din cauza diferențelor în ceea ce privește caracteristicile fizice, procesul de producție, utilizările finale și percepția consumatorilor. Întrucât este fabricat din pulbere de os de taur, albul său puternic și translucid ar fi de remarcă. Având o foarte mare rezistență mecanică și la ciobire, acesta s-ar produce în secțiuni transversale mult mai subțiri și printr-un proces de producție mai sofisticat și mai costisitor, neutilizat în mod obișnuit de către producătorii din Uniune. De asemenea, doar puțini producători din Uniune ar fabrica porțelan (fin) de os.
- (28) În ceea ce privește aceste afirmații, ancheta a arătat în primul rând că nu există o definiție universal acceptată a porțelanului de os. Porțelanul (fin) de os este doar o formă de porțelan din pastă moale, materiile prime fiind în mare măsură aceleași ca și în cazul altor articole din ceramică. În comunicările sale, CCCLA s-a contrazis cu privire la combinația și ponderea diferitelor ingrediente. În al doilea rând, ancheta nu a putut confirma faptul că porțelanul (fin) de os necesită un proces de producție mult mai sofisticat. În al treilea rând, utilizarea porțelanului (fin) de os drept articol de masă este identică peste tot, fie că este vorba de China sau de Uniune. De asemenea, duritatea și robustețea nu sunt caracteristici specifice porțelanului (fin) de os. De exemplu, și articolele de masă din ceramică destinate restaurantelor sau firmelor de catering sunt deosebit de dure și de robuste. Nu în ultimul rând, o serie de producători din Uniune fabrică porțelan (fin) de os, acesta aflându-se în concurență cu importurile de porțelan (fin) de os originar din China. Prin urmare, cererile de excludere a porțelanului (fin) de os din definiția produsului care face obiectul anchetei sunt, în mod provizoriu, respinse.

1.1.2. Cuțitele (de bucătărie) ceramice

- (29) Doi producători-exportatori, CCCLA și numeroși importatori au solicitat excluderea cuțitelor (de bucătărie) ceramice din definiția produsului. Solicitarea se bazează pe afirmația că, având în vedere specificul lor, aceste cuțite și alte tipuri de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică nu pot fi considerate ca reprezentând un singur produs. Lamele cuțitelor (de bucătărie) ceramice sunt de obicei fabricate dintr-un material ceramic din oxid de zirconiu, care nu este utilizat pentru articolele de masă „standard”, cum ar fi ceștile și farfuriile. Gradul lor de interschimbabilitate cu principalele categorii de produse care fac obiectul anchetei ar fi limitat.
- (30) Potrivit constatărilor din cadrul anchetei, cuțitele (de bucătărie) ceramice au aceleași caracteristici fizice (formă și duritate), același aspect industrial și aceeași utilizare finală (feliere) ca și cuțitele (de bucătărie) din metal. Prin urmare, sunt diferite de celelalte produse care fac obiectul procedurii, întrucât acestea din urmă sunt în principal articole destinate să rețină produsele alimentare datorită aspectului și caracteristicilor fizice specifice.
- (31) Mai mult, s-a afirmat că tehnologia de fabricare a acestor cuțite (de bucătărie) ceramice ar fi inexistentă în Uniune, astfel încât continuarea anchetei cu privire la cuțitele (de bucătărie) ceramice ar încălca legislația Uniunii și a OMC. Reclamanții au afirmat că, din informațiile pe care le dețin, nu există o astfel de producție în Uniune.
- (32) De asemenea, s-a mai afirmat că cuțitele (de bucătărie) ceramice se vând numai în spații destinate exclusiv acestui tip de produse, iar canalele de distribuție (distribuitorii de unelte de bucătărie) și asociația reprezentativă (asociația fabricanților de produse de tăiat) ar fi, de asemenea, diferite. Cu toate acestea, ancheta nu a putut confirma faptul că aceste aspecte ar echivala cu o percepție diferită a consumatorilor în comparație cu alte tipuri de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică.
- (33) S-a afirmat în continuare că măsurile privind cuțitele ceramice nu ar restabili condițiile echitabile pe piața articolelor de masă, ci mai degrabă ar aduce prejudicii consumatorilor finali [de cuțite (de bucătărie) ceramice]. Unele părți au declarat că, întrucât în Uniune nu se produc cuțite (de bucătărie) ceramice, nu este posibil ca industria din Uniune să sufere prejudicii materiale în acest sens. Prin analizarea acestor cereri, Comisia urmărește să stabilească dacă se poate considera că cuțitele (de bucătărie) ceramice și alte tipuri de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică reprezintă un singur produs.
- (34) Având în vedere observațiile menționate în considerentul (30) de mai sus, ancheta a ajuns la concluzia provizorie conform căreia cuțitele (de bucătărie) ceramice diferă în mod fundamental față de alte tipuri de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică din cauza diferențelor în ceea ce privește caracteristicile fizice, procesele de

producție și utilizările finale. În consecință, cererea de a le exclude din definiția produsului care face obiectul prezentei anchete este, în mod provizoriu, acceptată.

1.1.3. Articolele cu aspect chinezesc/oriental

- (35) Doi importatori au solicitat excluderea articolelor de masă și a articolelor de bucătărie cu aspect chinezesc/oriental din definiția produsului. Principalul motiv invocat a fost acela că acest tip de articole nu s-ar produce în Uniune, că în Uniune cererea de astfel de produse a fost întotdeauna satisfăcută prin importuri și că importurile de acest tip nu ar avea un impact negativ asupra niciunei cote de piață deținute de industria din Uniune.
- (36) Ancheta a stabilit că nu există o definiție universal acceptată și obiectivă a acestei categorii, nici caracteristici specifice care să o identifice. Mai mult, și producătorii din Uniune pot produce articole având acest stil. În plus, articolele de masă și articolele de bucătărie cu aspect chinezesc/oriental nu au o utilizare finală unică sau diferită. Nu în ultimul rând, ancheta a punctat faptul că, în multe restaurante cu specific asiatic, se folosesc articole de masă cu aspect occidental și că produsele în cauză pot fi ușor înlocuite. Prin urmare, cererile de excludere a articolelor de masă și a articolelor de bucătărie cu aspect chinezesc/oriental din definiția produsului care face obiectul anchetei sunt, în mod provizoriu, respinse.

1.1.4. Porțelanul rezistent

- (37) Pe de o parte, s-a afirmat că porțelanul rezistent trebuie exclus din definiția produsului ca urmare a unicității caracteristicilor sale fizice și a procesului de producție. Având un nivel mai înalt de rezistență și durabilitate, materiile prime folosite la fabricarea porțelanului rezistent ar include 6-10 % praf de alumină, iar procesul de pregătire a materiilor prime (caolin) ar fi unic. Porțelanul rezistent ar necesita priceperea unor muncitori calificați și ar oferi o calitate superioară la un preț superior comparativ cu articolele de masă tradiționale. Mai mult decât atât, nu ar exista producători în Uniune.
- (38) Pe de altă parte, un importator a susținut că articolele de masă rezistente, folosite de obicei în hoteluri, reprezintă o cotă substanțială a producției totale de ceramică din China, astfel încât neluarea acestora în considerare ar produce rezultate înșelătoare pentru anchetă.
- (39) Ancheta a stabilit că nu există o definiție universal acceptată și obiectivă a porțelanului rezistent, nici caracteristici de necontestat care să îl identifice. Mai mult, și producătorii din Uniune pot produce acest tip de articole de masă, iar produsele fabricate în Uniune și produsele originare din China se află în concurență directă. În plus, porțelanul rezistent nu are o utilizare finală unică sau diferită. Prin urmare, cererile de excludere a porțelanului rezistent din definiția produsului care face obiectul anchetei sunt, în mod provizoriu, respinse.

1.1.5. Porțelanul artizanal

- (40) O asociație suedeză care îi reprezintă pe importatorii suedezi relevanți s-a declarat în favoarea excluderii porțelanului artizanal din definiția produsului care face

obiectul anchetei. Aceasta a invocat lunga tradiție a acestui meșteșug în China, accesibilitatea acestor obiecte și percepția diferită a consumatorului în ceea ce privește articolele artizanale chinezești față de articolele neartizanale produse în Uniune.

- (41) Cu toate acestea, ancheta a arătat că, pe de o parte, nu există o definiție universal acceptată/obiectivă a acestei categorii și că, pe de altă parte, mai mulți producători din Uniune fabrică articole artizanale din porțelan. Ancheta nu a arătat nici caracteristici fizice fundamentale diferite față de alte tipuri de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică, nici o percepție diferită a consumatorilor comparativ cu articolele artizanale din porțelan produse în Uniune. Prin urmare, cererea de excludere a porțelanului artizanal din definiția produsului care face obiectul anchetei este, în mod provizoriu, respinsă.

1.1.6. Articolele de masă pictate manual

- (42) Diverși importatori s-au declarat în favoarea excluderii articolelor de masă pictate manual din definiția produsului care face obiectul anchetei. Argumentele invocate au făcut referire la faptul că articolele de masă pictate manual vizează un anumit tip de consumatori, că ar putea fi folosite în scopuri diferite de articolele de masă tradiționale (de exemplu, ca decor), că nu sunt produse în cantități comerciale în Uniune, că nu sunt nici direct concurente, nici interschimbabile cu alte articole de masă/de bucătărie, că sunt percepute diferit de către consumatori, că sunt obiecte de lux și au caracter fragil, precum și că necesită un proces de producție specific, o utilizare mai intensivă a forței de muncă și un nivel înalt de calificare a lucrătorilor.
- (43) Ancheta a arătat că produsul este absolut identic cu articolele de masă nepictate manual până la momentul când are loc pictarea manuală. De asemenea, faptul că procesul de fabricație implică un grad mai mare de tratament manual nu face ca produsul să fie diferit; într-adevăr, pentru majoritatea utilizatorilor finali porțelanul pictat manual este dificil de distins de porțelanul nepictat manual, dacă nu cumva imposibil. Ancheta a mai arătat că articolele de masă pictate manual au, în mod normal, aceeași utilizare finală ca și alte tipuri de articole de masă din ceramică și că nu sunt neapărat mai fragile. De asemenea, s-a constatat că mai mulți producători din Uniune fabrică porțelan pictat manual, iar produsele fabricate în Uniune și cele importate se află în concurență directă. Prin urmare, cererile de excludere a articolelor de masă pictate manual din definiția produsului care face obiectul anchetei sunt, în mod provizoriu, respinse.

1.1.7. Articolele de masă cu elemente figurative pictate manual sub glazură

- (44) Un importator s-a declarat în favoarea excluderii articolelor de masă cu elemente figurative pictate manual sub glazură din definiția produsului care face obiectul anchetei. Argumentele invocate au vizat faptul că articolele de masă pictate manual sub glazură presupun un proces de producție diferit, o utilizare diferită (pentru alimente și băuturi, în timp ce produsele pictate peste glazură, după cum se pretinde, nu pot fi utilizate astfel în mod normal), precum și o calitate și caracteristici fizice diferite, respectiv se pot utiliza în condiții de

siguranță cu produse alimentare și sunt 100 % rezistente la introducerea în mașina de spălat vase și în cuptorul cu microunde. De asemenea, partea în cauză a declarat că niciun producător din Uniune nu este capabil și dispus să producă volume comerciale de articole de masă cu elemente figurative pictate manual sub glazură și a sugerat că nu ar exista niciun risc de eludare în cazul în care articolele de masă cu elemente figurative pictate manual sub glazură ar fi excluse din definiția produsului care face obiectul anchetei. De asemenea, se argumentează că aceste articole sunt percepute de către consumatori într-un mod diferit, având în vedere că sunt considerate drept obiecte de colecție/articole care definesc un stil de viață mai degrabă decât ca parte a unei mărci și că nu se vând în seturi complete.

- (45) Cu toate acestea, ancheta a arătat că, pe de o parte, nu există o definiție universal acceptată/obiectivă a acestei categorii, iar pe de altă parte mai mulți producători din Uniune pot fabrica astfel de articole. În plus, s-a constatat că produsele fabricate în Uniune și cele importate se află în concurență directă. Ancheta a arătat că produsele sunt absolut identice fizic cu articolele de masă nepictate manual, iar consumatorul mediu nu face distincția între articolele de masă cu elemente figurative pictate manual sub glazură și alte tipuri de articole de masă decorate. De asemenea, faptul că procesul de fabricație implică un grad mai mare de calificare a lucrătorilor nu face ca produsul să fie diferit, iar articolele de masă pictate manual sub glazură au, în esență, aceeași utilizare finală ca și alte tipuri de articole de masă din ceramică. Prin urmare, cererile de excludere a articolelor de masă pictate manual sub glazură din definiția produsului care face obiectul anchetei sunt, în mod provizoriu, respinse.

1.1.8. Articolele de masă produse în afara UE

- (46) Unii importatori solicită ca ancheta să se limiteze la piețele deservite în prezent de producătorii reclamanți din Uniune. În caz contrar, taxele i-ar afecta pe anumiți importatori „specializați” fără ca aceștia să fie capabili să se aprovizioneze de la producătorii din Uniune. De asemenea, s-a susținut că producătorii din Uniune care dețin mărci nu produc pentru alte societăți și că producătorii din Uniune nici nu onorează comenzi mici, nici nu lucrează cu piese turnate, după cum este necesar pentru anumite forme. De asemenea, producătorii din Uniune nu ar fi flexibili și nu ar oferi produse prezentate într-o formă potrivită pentru a fi dăruite cadou.
- (47) Această cerere este, în mod provizoriu, respinsă deoarece este prea amplă și nedefinită și nu există o bază obiectivă pentru o astfel de excludere. Mai mult decât atât, producătorii din Uniune dețin o gamă largă de produse și oferă produse noi cu regularitate; astfel, colecțiile și gamele de produse variază continuu. Tipurile de produse și calitățile realizate de industria din Uniune se regăsesc, de regulă, și la exportatori. În plus, ancheta a dezvăluit că există producători din Uniune care realizează articole sub mărci aparținând altor părți. De asemenea, s-a constatat că produsele fabricate în Uniune și cele importate din China se află în concurență directă, pot fi ușor substituite și au în comun aceeași utilizare finală, respectiv procese de producție și o percepție a clientului similare. Problema flexibilității este abordată în secțiunea privind interesul Uniunii.

1.1.9. Articolele din gresie ceramică

- (48) Un importator cu producție în China a susținut că importurile de produse din gresie ceramică, constând în principal din articole de bucătărie, ar trebui să fie excluse din definiția produsului. Potrivit acestuia, în Uniune ar exista numai o producție marginală de produse din gresie ceramică și există o mare probabilitate ca reclamanții să fi inclus produsele din gresie pentru a preîntâmpina eludarea. Importatorul a afirmat, de asemenea, că prețurile pe care le percepe pentru produsele importate sunt mult mai mari decât cele practicate de orice alt producător din Uniune și că aceste importuri nu au cauzat niciun fel de scădere a prețurilor sau prejudicii.
- (49) Cu toate acestea, ancheta a arătat că producția de gresie ceramică a Uniunii este semnificativă. De asemenea, s-a concluzionat că produsele din gresie fabricate în Uniune și cele importate din China se află în concurență directă, pot fi ușor substituite și au în comun aceeași utilizare finală, respectiv procese de producție, o percepție a clientului și caracteristici fizice similare. Afirmațiile privind prețul sunt tratate în considerentul (240). Prin urmare, cererea de excludere a articolelor din gresie ceramică din definiția produsului care face obiectul anchetei este, în mod provizoriu, respinsă.
- (50) Alternativ, partea în cauză a susținut că produsele din gresie glazurată și/sau emailată sau produsele din gresie glazurată și/sau emailată de altă culoare decât cea albă și/sau în degradé ar trebui să fie excluse din domeniul de aplicare a anchetei. Cu toate acestea, nu s-a putut ajunge la o concluzie cu privire la acest punct în acest stadiu al procedurii.

1.1.10. Alte cereri

- (51) Un importator a susținut că definiția produsului care face obiectul anchetei este prea amplă pentru a permite o comparație rezonabilă între tipurile de produse. Un importator cu interese de producție în China a exprimat o opinie similară. În acest sens, unele părți au făcut referire și la articolele pur decorative.
- (52) Cu privire la acest aspect, se menționează că criteriile relevante aplicate în scopul de a stabili dacă produsul care face obiectul unei anchete poate fi considerat un singur produs, respectiv caracteristicile sale fizice și tehnice de bază, sunt prezentate în detaliu mai jos. Prin urmare, articolele pur decorative nu sunt incluse. În plus, chiar dacă diversele tipuri de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică au, într-adevăr, anumite caracteristici specifice diferite, ancheta a arătat că, în afară de cuțitele ceramice, caracteristicile lor de bază rămân identice. În plus, faptul că articolul în cauză poate fi produs cu unele variații în procesul de fabricație nu este, în sine, un criteriu care ar putea conduce la constatarea a două sau mai multe produse distincte. În sfârșit, ancheta a mai relevat faptul că diversele tipuri ale produsului în cauză se vând în general prin intermediul acelorași canale de distribuție. În timp ce unele magazine de specialitate se concentrează poate pe anumite tipuri specifice, o mare parte dintre distribuitori (comercianții cu amănuntul, magazinele universale, supermarketurile) vând diferite tipuri de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică, cu scopul de a oferi o gamă largă de opțiuni clienților. Prin urmare, cererile care

susțin că definiția produsului care face obiectul anchetei este prea amplă sunt, în mod provizoriu, respinse.

- (53) O parte a susținut că anumite râșnițe de condimente din ceramică ar trebui să fie excluse din definiția produsului. Cu toate acestea, ancheta nu a putut ajunge la o concluzie privind caracteristicile specifice ale acestora și, prin urmare, cererea a fost respinsă în mod provizoriu.

1.2. Concluzie privind produsul în cauză

- (54) Ancheta a arătat că toate tipurile de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică, în pofida diferențelor de proprietăți și de stil, au aceleași caracteristici fizice și tehnice de bază, și anume că sunt produse ceramice al căror scop principal este de a intra în contact cu produsele alimentare, se utilizează, în esență, pentru aceleași scopuri și pot fi considerate drept tipuri diferite ale aceluiași produs.
- (55) Pe lângă faptul că au aceleași caracteristici fizice și tehnice de bază, toate aceste stiluri și tipuri diferite se află în concurență directă și, într-o măsură foarte mare, sunt interschimbabile. Acest lucru este ilustrat în mod clar de faptul că nu există linii clare de demarcație între ele, respectiv suprapunerile și concurența dintre diferitele tipuri de produse sunt semnificative, iar cumpărătorii standard de multe ori nu fac distincția între, de exemplu, produsele din porțelan și cele care nu sunt din porțelan.
- (56) Cu toate acestea, astfel cum se explică în considerentele (29)-(34) de mai sus, s-a considerat adecvat ca definiția produsului care face obiectul prezentei anchete să fie restrânsă prin excluderea cuțitelor ceramice. Prin urmare, produsul în cauză este definit provizoriu ca fiind reprezentat de articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică, cu excepția cuțitelor ceramice, originare din Republica Populară Chineză, care se încadrează în prezent la codurile NC ex 6911 10 00, ex 6912 00 10, ex 6912 00 30, ex 6912 00 50 și ex 6912 00 90.
- (57) În concluzie, în sensul prezentei proceduri și în conformitate cu practica consecventă a Uniunii, se consideră că toate tipurile produsului descris mai sus, cu excepția cuțitelor ceramice, trebuie să fie considerate ca formând un singur produs.

2. Produsul similar

- (58) Ancheta a arătat că articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică produse și vândute de către industria din Uniune în Uniune, articolele de masă din ceramică produse și vândute pe piața internă a RPC și articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică importate în Uniune din RPC, precum și cele produse și vândute în Brazilia, care servește drept țară analogă, au aceleași caracteristici fizice și chimice de bază și aceleași utilizări finale de bază.

2.1. Cereri

- (59) În timpul anchetei, anumite părți interesate au susținut că articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică produse de către industria din Uniune și vândute pe piața Uniunii nu sunt similare produsului în cauză. Părțile au afirmat că acest lucru este evidențiat în special de diferențele dintre produse în ceea ce privește proprietățile, calitatea, percepția consumatorilor, canalele de distribuție și segmentarea. De asemenea, potrivit afirmațiilor lor, consumatorii din Uniune percep de obicei produsul în cauză ca fiind un produs mai ieftin și aceste produse nu beneficiază de nicio marcă premium.
- (60) Ancheta a relevat declarații contradictorii ale importatorilor în acest sens. În timp ce unii au susținut că produsul în cauză este, de obicei, de o calitate inferioară și că se situează într-o categorie de preț diferită în comparație cu produsele fabricate în Uniune, alții au susținut că articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică de marcă fabricate în țara în cauză sunt importate la prețuri mai mari din China.
- (61) Pe de o parte, un importator neinclus în eșantion a declarat că producătorii germani pun un accent deosebit pe profilul de calitate „made in Germany” („fabricat în Germania”). Acesta a afirmat că gradul de calitate a veselei întinse furnizate de anumite mărci germane este considerabil mai ridicat datorită metodei de fabricație, în timp ce alți importatori au declarat că se aprovizionează din China datorită calităților, capacității bune de turnare și nivelului de calificare a lucrătorilor. Ancheta a confirmat faptul că, în Uniune, articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică de calitate atât inferioară, cât și superioară se fabrică și se vând prin intermediul acelorași canale de distribuție ca produsul în cauză, respectiv comercianți cu amănuntul independenți, supermarketuri nespecializate, magazine universale, etc. Prin urmare, ele concurează pe aceeași piață.
- (62) În plus, articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică nu indică neapărat țara lor de origine. Prin urmare, este adesea foarte dificil pentru consumator să facă distincția între articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică fabricate în țara în cauză și produsele fabricate în Uniune.

2.2. Concluzie

- (63) Pentru aceste motive, se concluzionează că, deși pot exista unele diferențe minore, articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică produse și exportate de țara în cauză, articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică produse și vândute pe piața din Brazilia și articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică produse și vândute în Uniune prezintă aceleași caracteristici fizice și utilizări finale de bază și sunt, prin urmare, considerate ca fiind similare în sensul articolului 1 alineatul (4) din regulamentul de bază.

C. DUMPINGUL

1. Tratatamentul de societate care funcționează în condițiile unei economii de piață (denumit în continuare „TEP”)

(64) În temeiul articolului 2 alineatul (7) litera (b) din regulamentul de bază, în anchetele antidumping privind importurile originare din RPC, valoarea normală se determină în conformitate cu alineatele (1)-(6) din articolul menționat pentru acei producători despre care s-a constatat că îndeplinesc criteriile stabilite la articolul 2 alineatul (7) litera (c) din regulamentul de bază. Pe scurt și doar pentru a ușura referirea la ele, aceste criterii sunt enumerate mai jos în formă rezumată:

- deciziile economice se adoptă ținându-se seama de semnalele pieței, fără intervenție semnificativă din partea statului, iar costurile reflectă valorile pieței;
- societățile dețin un singur set clar de evidențe contabile de bază, care sunt auditate independent, în conformitate cu standardele internaționale de contabilitate, și care sunt aplicate în toate scopurile;
- nu există denaturări semnificative determinate de vechiul sistem de economie planificată;
- legislația privind falimentul și proprietatea garantează stabilitatea și certitudinea juridică; și
- operațiunile de schimb valutar se realizează la cursurile pieței.

(65) După cum s-a menționat în considerentul (12) de mai sus, unsprezece producători-exportatori sau grupuri de producători-exportatori din RPC au solicitat aplicarea tratatamentului de societate care funcționează în condițiile unei economii de piață („TEP”) și au răspuns la formularul de cerere de acordare a TEP în termenul stabilit. Cu toate acestea, un producător-exportator și-a retras ulterior cererea de acordare a TEP.

(66) În hotărârea sa în cauza C-249/10 P - *Brosmann și alții/Consiliul*, Curtea de Justiție a hotărât că tehnica de eșantionare prevăzută la articolul 17 din regulamentul de bază nu poate fi aplicată pentru a soluționa cererile de acordare a unui tratament individual de societate care funcționează în condițiile unei economii de piață, depuse în conformitate cu articolul 2 alineatul (7) litera (c) din regulamentul respectiv. Curtea a constatat că, în conformitate cu articolul 2 alineatul (7) litera (c) din regulamentul de bază, producătorii cooperanți, care nu fac parte din eșantion, au dreptul să li se examineze cererea de acordare a tratatamentului de societate care funcționează în condițiile unei economii de piață, indiferent dacă urmează sau nu să fie calculată o marjă de dumping individuală pentru societățile neincluse în eșantion. ⁽¹⁾ Având în vedere această hotărâre, s-a decis să se examineze nu numai cererile de acordare a TEP ale

celor trei producători-exportatori sau grupuri de producători-exportatori incluși în eșantion, ci și cererile celor șapte producători-exportatori sau grupuri de producători-exportatori care nu au fost incluși în eșantion. Comisia a solicitat toate informațiile considerate necesare și a verificat toate datele furnizate în cererea de aplicare a TEP la sediile societăților în cauză.

(67) Este o practică consacrată și consecventă a Uniunii aceea de a examina dacă, în cazul unui grup de societăți afiliate ca întreg, sunt îndeplinite condițiile necesare 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 produsului în cauză, examinarea TEP se efectuează cu privire la fiecare societate în parte, precum și la grupul de societăți ca întreg.

(68) În consecință, au fost verificate cererile de acordare a TEP depuse de zece producători-exportatori, compuși din șaisprezece persoane juridice.

(69) S-a constatat că niciunul dintre cei zece producători-exportatori sau grupuri de producători-exportatori cooperanți din RPC nu îndeplinește criteriile de acordare a TEP. Ancheta TEP a arătat, în special, faptul că niciunul dintre producătorii-exportatori nu deține, nici individual, nici ca grup, un set clar de evidențe contabile de bază care să fie auditate independent, în conformitate cu standardele internaționale de contabilitate. De asemenea, ancheta a stabilit că șapte societăți sau grupuri de societăți nu au putut demonstra Comisiei că nu există denaturări semnificative determinate de vechiul sistem de economie planificată. În plus, trei dintre cele zece societăți nu au reușit să demonstreze că adoptă deciziile de afaceri ca reacție la semnalele pieței, fără intervenția statului, și că valorile pieței sunt reflectate în costuri.

(70) Mai mult decât atât, în timpul vizitei de verificare a uneia dintre societățile de mai sus, s-a stabilit că aceasta a furnizat informații înșelătoare și incomplete în formularul cererii de acordare a TEP, în special în ceea ce privește o societate afiliată. Per total, cooperarea acestora a fost puternic deficitară; prin urmare, societatea în cauză a fost informată că s-ar putea aplica articolul 18 alineatul (1) din regulamentul de bază și i s-a solicitat să își prezinte observațiile. Observațiile primite au confirmat lipsa de cooperare, în special în legătură cu societatea afiliată. S-a decis, în mod provizoriu, că aceasta nu mai poate fi considerată producător-exportator cooperant, iar orice concluzii provizorii sau definitive se vor stabili pe baza datelor disponibile, în temeiul articolului 18 din regulamentul de bază.

(71) Comisia a comunicat în mod oficial rezultatele constatărilor referitoare la TEP societăților în cauză din RPC, autorităților din RPC și solicitantului. De asemenea, acestora li s-a oferit posibilitatea de a-și face cunoscute punctele de vedere în scris și de a solicita o audiere, în cazul în care există motive speciale în acest sens.

⁽¹⁾ A se vedea, de asemenea, propunerea de regulament al Parlamentului European și al Consiliului de modificare a Regulamentului (CE) nr. 1225/2009 al Consiliului privind protecția împotriva importurilor care fac obiectul unui dumping din partea țărilor care nu sunt membre ale Comunității Europene; Bruxelles, 8.6.2012 COM(2012) 270 final, 2012/0145 (COD).

- (72) Mai multe societăți au adus argumentul conform căruia Comisia nu a răspuns la cererea lor de acordare a TEP în termen de trei luni, în conformitate cu articolul 2 alineatul (7) litera (c) din regulamentul de bază. Prin urmare, ancheta ar fi afectată de o eroare de procedură și Comisia ar trebui, în conformitate cu *hotărârea* Brosmann, ⁽¹⁾ să încheie ancheta.
- (73) Comisia recunoaște că, din cauza numărului mare de cereri de acordare a TEP examinate și verificate la fața locului în China, în cazul de față nu a fost posibil să se ia o decizie în privința cererilor de acordare a TEP în termenul prevăzut. Cu toate acestea, se reamintește faptul că Tribunalul a afirmat recent că o decizie privind TEP adoptată în afara termenului de trei luni prevăzut la articolul 2 alineatul (7) litera (c) din regulamentul de bază nu este, în sine, un motiv suficient pentru a determina anularea unui regulament de instituire a unor măsuri antidumping. ⁽²⁾ Prin urmare, solicitarea este respinsă.
- (74) Mai mult decât atât, șase societăți contestă evaluarea Comisiei potrivit căreia nu dețin un set clar de evidențe contabile care să fie auditate independent, în conformitate cu standardele internaționale de contabilitate. Comisia a examinat cu atenție aceste afirmații și a constatat că explicațiile furnizate nu au fost în măsură să infirme concluziile generale stabilite în urma verificărilor la fața locului. Mai exact, în unele cazuri, noile informații furnizate au contrazis informațiile oferite anterior, iar în alte cazuri societățile au prezentat noi dovezi justificative care nu fuseseră furnizate sau puse la dispoziție în timpul verificărilor la fața locului.
- (75) Cinci societăți contestă, de asemenea, constatările Comisiei potrivit cărora nu au reușit să demonstreze că nu există denaturări semnificative determinate de vechiul sistem de economie planificată. Observațiile primite nu sunt însă în măsură să modifice constatările Comisiei în urma vizitelor de verificare. În special, societățile nu au furnizat nicio dovadă în măsură să înlăture constatările inițiale ale Comisiei, potrivit cărora ar exista denaturări determinate de vechiul sistem de economie planificată în ceea ce privește, spre exemplu, activele și drepturile de folosință a terenurilor.
- (76) În sfârșit, două societăți contestă constatările conform cărora nu au reușit să demonstreze că adoptă deciziile de afaceri ca reacție la semnalele pieței, fără intervenția statului, și că valorile pieței sunt reflectate în costuri. În special, observațiile primite de la una dintre societăți nu au fost în măsură să respingă constatarea Comisiei potrivit căreia statul a intervenit în politica sa de recrutare, iar cealaltă societate a furnizat informații noi și contradictorii cu privire la achizițiile de materii prime.
- (77) Din cele de mai sus rezultă că niciunul dintre argumentele aduse nu a fost în măsură să modifice constatările cu privire la decizia de acordare a TEP.

- (78) Pe baza celor de mai sus, niciunul dintre cei zece producători-exportatori sau grupuri de producători-exportatori cooperanți din RPC care au solicitat acordarea TEP nu a putut demonstra că îndeplinește criteriile menționate la articolul 2 alineatul (7) litera (c) din regulamentul de bază.

2. Tratatamentul individual (denumit în continuare „TI”)

- (79) În temeiul articolului 2 alineatul (7) litera (a) din regulamentul de bază, se stabilește o taxă la nivel de țară, după caz, pentru țările care intră sub incidența articolului menționat, cu excepția cazurilor în care societățile pot demonstra îndeplinirea tuturor criteriilor stabilite la articolul 9 alineatul (5) din regulamentul de bază. Pe scurt și numai în scopul facilitării referirilor, aceste criterii sunt descrise în continuare:
- în cazul unor societăți controlate total sau parțial de străini sau în cazul întreprinderilor mixte, exportatorii sunt liberi să repatrieze capitalurile și profiturile;
 - prețurile de export, cantitățile exportate și condițiile de vânzare se stabilesc în mod liber;
 - majoritatea acțiunilor aparțin unor persoane private. În ceea ce-i privește pe funcționarii publici care fac parte din consiliile de administrație sau care dețin funcții-cheie de conducere, fie aceștia sunt în minoritate, fie trebuie demonstrat că societatea este totuși suficient de independentă de intervenția statului;
 - operațiunile de schimb valutar se efectuează la cursul pieței; și
 - intervenția statului nu este de natură să permită eludarea măsurilor, în cazul în care exportatorii individuali beneficiază de niveluri diferite de taxe.
- (80) Trei producători-exportatori care au fost incluși în eșantion și șapte producători-exportatori care nu au fost incluși în eșantion și care au solicitat acordarea TEP au solicitat, de asemenea, TI în cazul în care nu li s-ar acorda TEP. În plus, doi producători-exportatori incluși în eșantion și patru producători-exportatori care nu au fost selectați pentru a fi incluși în eșantion au solicitat numai TI. În conformitate cu articolul 17 alineatul (1) din regulamentul de bază, au fost examinate numai cererile de acordare a TI ale societăților incluse în eșantion.

- (81) Având în vedere faptul că toate cererile de acordare a TEP au fost respinse în mod provizoriu, pe baza informațiilor disponibile s-a stabilit, în mod provizoriu, că toate societățile incluse în eșantion care au solicitat TI îndeplinesc criteriile pentru acordarea TI.

⁽¹⁾ Hotărârea Curții de Justiție din 2 februarie 2012 în cauza C-249/10 P, *Brosmann Footwear HK și alții/Consiliul*.

⁽²⁾ Hotărârea Tribunalului din 18 septembrie 2012 în cauza T-156/11, *Since Hardware (Guangzhou) Co., Ltd/Consiliul*, punctul 167 (nepublicată încă) și hotărârea Tribunalului din 10 octombrie 2012 în cauza T-170/09, *Ningbo Yonghong Fasteners Co., Ltd/Consiliul*, punctul 53 (nepublicată încă).

3. Examinarea individuală („EI”)

(82) Șapte producători-exportatori sau grupuri de producători-exportatori cooperanți care nu au fost selectați pentru a fi incluși în eșantion au transmis cereri de examinare individuală în temeiul articolului 17 alineatul (3) din regulamentul de bază.

(83) În această etapă a procedurii, Comisia nu a luat nicio decizie în ceea ce privește cererile de examinare individuală, decizie ce va fi adoptată la momentul potrivit.

4. Valoarea normală

4.1. Alegerea țării analoge

(84) În conformitate cu articolul 2 alineatul (7) litera (a) din regulamentul de bază, valoarea normală pentru producătorii-exportatori cărora nu li s-a aplicat TEP trebuie să fie stabilită pe baza prețurilor interne sau a valorii normale calculate într-o țară analogă.

(85) În avizul de deschidere, Comisia a indicat intenția sa de a folosi Federația Rusă drept țară analogă adecvată scopului de a stabili valoarea normală, iar părțile interesate au fost invitate să prezinte observații în acest sens.

(86) Comisia a primit numeroase comunicări care susțineau că Rusia nu este o țară analogă adecvată. În special, informațiile primite au indicat că Rusia este o piață de porțelan premium specializată în articole de porțelan decorative fabricate din materiale scumpe, în timp ce producția internă a produsului în cauză este relativ mică comparativ cu consumul intern. În plus, piața rusă este protejată de bariere netarifare, de exemplu sistemele de certificare GOST. S-a considerat, prin urmare, că Rusia nu reprezintă o țară analogă adecvată.

(87) În consecință, Comisia a analizat dacă alte țări ar putea să reprezinte o opțiune rezonabilă ca țară analogă și a trimis scrisori producătorilor cunoscuți din mai multe țări, printre care Thailanda, India, Malaysia, Turcia, Brazilia, Ucraina, Indonezia, Egipt, Columbia, Coreea de Sud, Bangladesh și Argentina, în urma cărora producătorii din India, Turcia, Brazilia și Rusia și-au confirmat disponibilitatea de a coopera cu Comisia. Cu toate acestea, doar trei producători din Brazilia, Thailanda și, respectiv, Rusia au prezentat un răspuns la chestionar. Ancheta a demonstrat că Brazilia deține o piață internă competitivă a articolelor de masă și a articolelor de bucătărie din ceramică, cu numeroși producători și o taxă vamală relativ mică. În plus, s-au analizat informațiile transmise de către producătorul cooperant din Brazilia și s-a constatat că sunt informații fiabile pe baza cărora se poate determina o valoare normală.

(88) Având în vedere cele de mai sus și luând în considerare toate informațiile disponibile în acest stadiu al procedurii, Brazilia a fost aleasă, în mod provizoriu, ca țară analogă adecvată și rezonabilă, în conformitate cu articolul 2 alineatul (7) litera (a) din regulamentul de bază.

4.2. Stabilirea valorii normale

(89) Având în vedere faptul că toate cererile de acordare a TEP au fost respinse, valoarea normală pentru toți producătorii-exportatori din China a fost stabilită pe baza informațiilor primite de la producătorul din țara analogă, în conformitate cu articolul 2 alineatul (7) litera (a) din regulamentul de bază.

(90) În conformitate cu articolul 2 alineatul (2) din regulamentul de bază, Comisia a analizat în primul rând dacă vânzările produsului similar în Brazilia către clienți independenți sunt reprezentative. S-a constatat că vânzările de produs similar ale producătorului cooperant din Brazilia sunt reprezentative pe piața internă braziliană comparativ cu produsul în cauză exportat către Uniune de către producătorii-exportatori incluși în eșantion.

(91) Comisia a analizat ulterior dacă aceste vânzări ar putea fi considerate ca fiind realizate în cadrul operațiunilor comerciale normale în sensul articolului 2 alineatul (4) din regulamentul de bază. Examinarea s-a realizat prin stabilirea proporției de vânzări profitabile către clienți independenți. Operațiunile de vânzare au fost considerate profitabile atunci când prețul unitar a fost egal cu costul de producție sau mai mare decât acesta. Prin urmare, a fost determinat costul de producție al producătorului brazilian în cursul perioadei de anchetă.

(92) Pentru tipurile de produs ale căror vânzări (ca volum) pe piața internă s-au realizat, în proporție de peste 80 %, la prețuri superioare costului și al căror preț de vânzare mediu ponderat a fost mai mare sau egal cu costul unitar de producție, valoarea normală, pentru fiecare tip de produs, a fost calculată ca fiind media ponderată a prețurilor interne reale ale tuturor vânzărilor tipului de produs în cauză, indiferent dacă aceste vânzări au fost sau nu profitabile.

(93) În cazul în care volumul de vânzări profitabile ale unui tip de produs a reprezentat 80 % sau mai puțin din volumul total al vânzărilor acelui tip de produs sau atunci când prețul mediu ponderat pentru acel tip era mai mic decât costul unitar de producție, valoarea normală a fost stabilită pe baza prețului intern real, calculat ca preț mediu ponderat numai pentru vânzările interne profitabile ale acelui tip de produs, în cursul perioadei de anchetă.

(94) În ceea ce privește tipurile de produs care nu au fost profitabile, valoarea normală a fost calculată utilizând costul de fabricație al producătorului brazilian plus costurile de vânzare, cheltuielile administrative și alte costuri generale, precum și profitul adus de tipurile de produs ale producătorului brazilian care sunt profitabile.

5. Prețurile de export pentru producătorii-exportatori cărora li s-a acordat TI

(95) Întrucât toți producătorii-exportatori cooperanți cărora li s-a aplicat TI au realizat vânzări la export în Uniune direct către clienți independenți din Uniune, prețurile de export s-au bazat pe prețurile plătite efectiv sau pe cele care urmează să fie plătite efectiv pentru produsul în cauză, în conformitate cu articolul 2 alineatul (8) din regulamentul de bază.

6. Comparație

- (96) Valoarea normală și prețul de export au fost comparate pe bază franco fabrică. Marjele de dumping au fost stabilite prin compararea prețurilor franco fabrică individuale ale exportatorilor incluși în eșantion cu prețurile de vânzare interne ale producătorului analog sau cu valoarea normală calculată, după caz.
- (97) În scopul garantării unei comparații echitabile între valoarea normală și prețul de export, s-au făcut ajustări corespunzătoare ale diferențelor care afectează prețurile și comparabilitatea acestora, în conformitate cu articolul 2 alineatul (10) din regulamentul de bază. Ajustările au fost efectuate, după caz, în ceea ce privește nivelul de comercializare, diferențele de caracteristici fizice și alți factori care afectează comparabilitatea prețurilor, în special „brandingul”.
- (98) În primul rând, s-a verificat dacă s-a asigurat o ajustare în funcție de nivelul de comercializare în temeiul articolului 2 alineatul (10) litera (d) din regulamentul de bază. În acest sens, s-a constatat că exporturile din China au fost realizate, în esență, la nivelul pieței angro, în timp ce vânzările în țara analogă au fost realizate și la nivelul pieței cu amănuntul. Ancheta a stabilit în continuare că pe ambele piețe diferitele lanțuri de distribuție au afectat nivelul de preț, afectând astfel comparabilitatea corectă între prețul de export și valoarea normală. În plus, ancheta a mai demonstrat că majoritatea vânzărilor la export din China s-au efectuat în cantități mari, în timp ce majoritatea vânzărilor interne din țara analogă s-au realizat în cantități mai mici, ceea ce a condus la diferențe de preț la același nivel de comercializare pe cele două piețe relevante. În consecință, în scopul de a face o comparație corectă între prețul de export și valoarea normală, aceasta din urmă a fost ajustată pe baza diferențelor de preț în cadrul aceleiași nivel de comercializare în țara analogă și, după caz, a diferențelor de preț constatate în funcție de cantitățile vândute la fiecare nivel de comercializare.
- (99) În al doilea rând, s-a analizat dacă s-a asigurat o ajustare pentru diferențele de caracteristici fizice, în temeiul articolului 2 alineatul (10) litera (a) din regulamentul de bază. În această privință, ancheta a stabilit că producătorii-exportatori din China își clasifică produsele în până la cinci categorii diferite, de la A la E, cu diferențe semnificative de preț. Marea majoritate a exporturilor către Uniune constă, însă, în produse din categoria A, B sau C sau o combinație a acestora. Această clasificare nu este, totuși, universală sau bazată pe standarde generale la nivel de industrie, ci este mai degrabă specifică fiecărei societăți și permite diferențierea prețurilor. Pe de altă parte, producătorul din țara analogă vinde numai echivalentul categoriei A pe piața internă din Brazilia, prin urmare se consideră că a fost afectată comparabilitatea prețurilor. În consecință, prețul de export a fost majorat până la nivelul corespunzător categoriei A din China în scopul de a fi comparabil cu produsul vândut de către producătorul analog pe piața braziliană.
- (100) În al treilea rând, ancheta a stabilit că producătorul din Brazilia vinde numai produse de marcă pe piața brazi-

liană, în timp ce producătorii-exportatori chinezi nu vând produse de marcă, ci mai degrabă așa numitele produse „sub marcă proprie” sau articole de masă și articole de bucătărie din ceramică generice. Produsele de marcă sunt percepute în mod normal de către clienți drept produse care denotă un anumit prestigiu, calitate asigurată și design, impunând astfel prețuri mai ridicate pe piață. În timp ce produsele generice (sub marcă proprie), deși au aceleași caracteristici fizice și tehnice, se vând de obicei la prețuri considerabil mai mici. În timp ce valoarea adăugată a unui produs de marcă nu poate fi, în general, cuantificată exact pentru că depinde de mai mulți factori diferiți, precum percepția clientului, recunoașterea mărcii și alți factori necuantificabili, în cazul de față producătorul din Brazilia a confirmat faptul că produsele sale ceramice de marcă pot fi vândute la prețuri semnificativ mai mari pe piața braziliană decât alte produse (generice) care nu sunt de marcă. În consecință, a fost realizată o ajustare suplimentară a valorii normale, în conformitate cu articolul 2 alineatul (10) litera (k) din regulamentul de bază.

- (101) S-au efectuat ajustări suplimentare, după caz, în funcție de cheltuielile de transport, de asigurare, de manipulare și auxiliare, de ambalare, de creditare, precum și de spezele și comisioanele bancare, în toate cazurile în care s-a considerat că acestea sunt rezonabile, precise și susținute de dovezi.

7. Marje de dumping

- (102) În temeiul articolului 2 alineatele (11) și (12) din regulamentul de bază, marjele de dumping pentru producătorii-exportatori care beneficiază de TI au fost stabilite pe baza unei comparații între valoarea normală medie ponderată stabilită pentru țara analogă, ajustată, și prețul de export mediu ponderat practicat de fiecare societate, ajustat, exprimat ca procentaj din prețul CIF la frontiera Uniunii, înainte de vămuire.
- (103) O medie ponderată a marjelor de dumping ale producătorilor-exportatori incluși în eșantion a fost calculată pentru producătorii-exportatori cooperanți care nu au fost incluși în eșantion. Pe această bază, marja de dumping provizorie pentru producătorii-exportatori neincluși în eșantion, exprimată ca procentaj din prețul CIF la frontiera Uniunii, înainte de vămuire, este de 26,6 %.
- (104) Pentru a calcula marja de dumping la scară națională aplicabilă producătorilor-exportatori din RPC care nu au cooperat sau care nu sunt cunoscuți, s-a stabilit în primul rând nivelul de cooperare, prin compararea volumului exporturilor către Uniune raportat de către producătorii-exportatori cooperanți cu datele statistice echivalente provenite de la Eurostat.
- (105) În cadrul prezentei anchete, cooperarea din partea RPC a fost considerată mare pentru o industrie fragmentată, având în vedere că producătorii-exportatori care s-au

oferit să participe reprezintă peste 60 % din totalul exporturilor produsului în cauză din RPC în Uniune. Prin urmare, marja la nivel național aplicabilă tuturor celorlalți producători-exportatori a fost stabilită prin utilizarea mediei ponderate a celor mai mari marje de dumping stabilite pentru tipurile și volumul de produse reprezentative ale producătorilor-exportatori incluși în eșantion. Pe această bază, dumpingul la nivel național a

fost stabilit provizoriu la 58,8 % din prețul CIF la frontiera Uniunii, înainte de vămuire.

- (106) Pe această bază, marjele de dumping provizorii, exprimate ca procentaj din prețul CIF la frontiera Uniunii, înainte de vămuire, sunt:

Societate	Marja de dumping provizorie
Hunan Hualian China Industry Co., Ltd; Hunan Hualian Ebillion Industry Co., Ltd; Hunan Liling Hongguanyao China Industry Co., Ltd și Hunan Hualian Yuxiang China Industry Co., Ltd	26,8 %
Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co., Ltd	31,2 %
CHL Porcelain Industries Ltd	30,0 %
Shandong Zibo Niceton-Marck Huaguang Ceramics Limited; Zibo Huatong Ceramics Co., Ltd; Shandong Silver Phoenix Co., Ltd; Niceton Ceramics (Linyi) Co., Ltd și Linyi Jingshi Ceramics Co., Ltd	17,6 %
Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramics Co., Ltd	23,0 %
Producători-exportatori cooperanți care nu au fost incluși în eșantion	26,6 %
Marjă de dumping la nivel național	58,8 %

D. PREJUDICIUL

1. Producția din Uniune și industria din Uniune

- (107) Pentru a stabili producția totală din Uniune s-au folosit toate informațiile disponibile referitoare la producătorii din Uniune, inclusiv datele raportate în plângere și în comunicările ulterioare cu privire la producătorii care nu s-au oferit să participe la această anchetă. Producția totală de produs similar din Uniune a fost estimată prin extrapolarea datelor furnizate de asociațiile europene și naționale, confruntate cu datele prezentate de producători individuali și, de asemenea, cu surse din domeniul statistic și al cercetării.

- (108) În cursul PA, produsul similar a fost fabricat în Uniune de peste 200 de producători. Pe baza celor menționate în considerentul anterior, s-a estimat că producția totală din Uniune a fost de aproximativ 240 200 de tone în cursul PA. Producătorii din Uniune reprezentând producția totală a Uniunii constituie industria din Uniune în sensul articolului 4 alineatul (1) din regulamentul de bază și vor fi denumiți în continuare „industria din Uniune”. Industria din Uniune a fost împărțită în două segmente: IMM-uri și societăți mari. IMM-urile au reprezentat 42 % din producția totală din Uniune în perioada respectivă. Într-adevăr, producția din Uniune este puternic fragmentată, în ciuda faptului că este concentrată în Republica Cehă, Republica Franceză (Franța), Germania, Italia, Republica Polonă (Polonia),

Republica Portugheză (Portugalia), România, Spania (Spania) și Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord (Regatul Unit).

2. Consumul în Uniune

- (109) Consumul din Uniune a fost stabilit pe baza statisticilor Eurostat privind importurile pentru produsul care face obiectul anchetei și pe baza comunicărilor referitoare la vânzările industriei din Uniune pe piața Uniunii.
- (110) Pe această bază, consumul la nivelul Uniunii a evoluat astfel:

Tabelul 1

Volum (tone)	2008	2009	2010	PA
Consumul în Uniune	826 896	687 609	750 830	726 614
Indice (2008 = 100)	100	83	91	88

- (111) Consumul de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică în Uniune s-a redus per ansamblu cu 12 % în cursul perioadei examinate. Principala scădere, de 17 %, a avut loc între anii 2008 și 2009.

- (112) Această scădere generală a consumului în perioada examinată trebuie interpretată în contextul situației de redresare după criza economică din 2009. Perspectivile sunt bune pentru piața articolelor de masă și de bucătărie din ceramică. ⁽¹⁾

3. Importurile provenite din țara în cauză

3.1. Volumul, prețul și cota de piață a importurilor care fac obiectul unui dumping originare din țara în cauză

- (113) Conform datelor Eurostat, volumul, cota de piață și prețurile medii ale importurilor din produsul în cauză au evoluat astfel:

Tabelul 2

Importurile din RPC	2008	2009	2010	PA
Volumul importurilor (tone)	535 593	449 346	516 618	485 814
Indice (2008 = 100)	100	84	96	91
Cotă de piață	64,8 %	65,3 %	68,8 %	66,9 %
Preț mediu de import (EUR/tonă)	1 274	1 307	1 473	1 499
Indice (2008 = 100)	100	103	116	118

- (114) Volumul total al importurilor din China a scăzut cu 9 % în perioada examinată și s-a ridicat la 485 814 tone în cursul PA. Trebuie remarcat, totuși, faptul că importurile din China s-au redus mai puțin, ca procent, decât consumul global din UE. Într-adevăr, analizată din perspectiva întregii perioade examinate, cota de piață a importurilor din China a crescut de la 64,8 % în 2008 la 66,9 % în cursul PA.

- (115) Prețul de import a crescut cu 17,7 % în perioada examinată, de la 1 274 EUR/tonă la 1 499 EUR/tonă.

⁽¹⁾ Studiul de piață al CBI dat publicității – „*The tableware, kitchenware and other household articles market in the EU, November 2009*” [„Piața articolelor de masă, a articolelor de bucătărie și a altor articole de uz casnic din UE, noiembrie 2009”] a semnalat o serie de tendințe (demografice, sociale, culturale, tehnice și legate de modă) care ar determina o prezență puternică și continuă a produselor ceramice pe piața articolelor de masă și de bucătărie din Uniune, despre care studiul preconiza că va crește în ansamblu. Motivele prezentate în studiu variază de la cererea din ce în ce mai mare de articole de masă și de bucătărie mai puțin pretențioase, și anume produse utilitare ușor de mânuit, produse noi și modele noi, până la modificarea dimensiunii gospodăriilor. În prezenta anchetă, un importator mare care a fost inclus în eșantion și care este în același timp și comerciant cu amănuntul a raportat faptul că se așteaptă la un consum solid în viitor, deoarece anticipează că oamenii preferă în continuare să mănânce din farfuriile de ceramică decât din altfel de farfurii – și, prin urmare, a anunțat planuri ambițioase de extindere în acest domeniu.

Acesta este prețul mediu de import pe tonă al tuturor importurilor din produsul în cauză, prin urmare tendința ar putea fi afectată de modificările gamei de produse.

3.2. Subcotarea prețurilor

- (116) Pentru efectuarea unei analize a subcotării prețurilor, s-a realizat o comparație între prețurile de vânzare medii ponderate practicate de producătorii din Uniune incluși în eșantion față de clienții neafiliați de pe piața Uniunii, ajustate la nivelul franco fabrică, adică prețurile nete de orice reduceri și rabaturi și fără a include cheltuielile de transport în Uniune, și prețurile medii ponderate corespunzătoare practicate de către exportatorii cooperanți din RPC față de primul client independent de pe piața Uniunii, adică prețurile nete de orice reduceri și ajustate, după caz, la nivelul CIF la frontiera Uniunii și care au făcut obiectul unei ajustări corespunzătoare privind taxele vamale existente, costurile de vămuire și costurile ulterioare importării. Prețurile produselor de categorii inferioare au fost ajustate la nivelul de preț al categoriei A deoarece s-a constatat, din perspectiva consumatorului, că produsele de categorie inferioară concurează cu produsele din categoria A, după cum s-a concluzionat și în considerentul (61) de mai sus. Prețurile industriei din Uniune au fost, de asemenea, ajustate pentru a reflecta diferențele existente la nivel de comercializare și pentru a neutraliza elementul de preț legat de marcă, după caz.

- (117) Comparația a arătat că, pe parcursul PA, produsele în cauză originare din RPC care au făcut obiectul unui dumping au fost vândute în Uniune la prețuri care subcotau prețurile de vânzare ale industriei din Uniune, exprimate sub formă de procent, cu 26,3 % până la 47,6 %.

4. Situația industriei din Uniune

4.1. Generalități

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

- (119) Indicatorii macroeconomici (producția, capacitatea de producție, gradul de utilizare a capacității de producție, volumul vânzărilor, cota de piață, gradul de ocupare a forței de muncă, productivitatea și importanța marjelor de dumping) au fost evaluați la nivelul întregii industrii din Uniune. Evaluarea s-a bazat pe informațiile furnizate de asociațiile europene și naționale, confruntate cu datele prezentate de producătorii din Uniune și cu statisticile oficiale disponibile.

- (120) Analiza indicatorilor microeconomici (stocurile, prețurile de vânzare, profitabilitatea, fluxul de numerar, investițiile, rentabilitatea investițiilor, capacitatea de mobilizare a capitalurilor, salariile și costul producției) s-a realizat la nivelul producătorilor din Uniune incluși în eșantion. Evaluarea s-a bazat pe informațiile furnizate de aceștia, verificate în mod corespunzător.

- (121) La unii dintre indicatorii microeconomici (prețul de vânzare, profitabilitatea, rentabilitatea investițiilor și costul producției), rezultatele întreprinderilor incluse în eșantion din segmentul corespunzător au fost ponderate în funcție de cota segmentului respectiv din producția totală din Uniune (folosind ponderea specifică exprimată ca volum al producției fiecărui segment din totalul sectorului de articole de masă din ceramică – 42 % pentru IMM-uri, 58 % pentru celelalte societăți). S-a garantat astfel că rezultatele întreprinderilor mari nu au denaturat analiza prejudiciului, iar situația întreprinderilor mici, care reprezintă împreună o cotă mare din producția din Uniune, a fost reflectată în mod adecvat atunci când acest lucru a fost posibil.

4.2. Indicatori macroeconomici

4.2.1. Producția, capacitatea de producție și rata de utilizare a capacității de producție

- (122) În perioada examinată, producția, capacitatea de producție și rata de utilizare a capacității de producție corespunzătoare industriei din Uniune au evoluat astfel:

Tabelul 3

	2008	2009	2010	PA
Volumul producției (tone)	281 300	230 300	235 700	240 200
Indice (2008 = 100)	100	82	84	85
Capacitate de producție (tone)	371 540	361 253	326 573	324 072
Indice (2008 = 100)	100	97	88	87
Rata de utilizare a capacității de producție	75,7 %	63,8 %	72,2 %	74,1 %
Indice (2008 = 100)	100	84	95	98

- (123) Producția industriei din Uniune a scăzut cu 15 % în cursul perioadei examinate. În ansamblu, scăderea este mai pronunțată decât reducerea consumului din Uniune în aceeași perioadă. Producția nu a recuperat însă în același mod în care și-a revenit consumul în 2010.
- (124) Capacitatea de producție a industriei din Uniune a scăzut cu 13 % în cursul perioadei examinate. Cu toate acestea, rata de utilizare a capacității de producție a industriei a scăzut per ansamblu cu încă 2 % în perioada examinată, ajungând la 74,1 %.

4.2.2. Volumul vânzărilor și cota de piață

- (125) Vânzările industriei din Uniune pe piața Uniunii către clienți neafiliați au scăzut într-un ritm mai rapid (cu 8 % mai mult) decât cel al scăderii înregistrate de

consum în cursul perioadei examinate. Se observă că între anii 2009 și 2010 volumul vânzărilor a continuat să scadă, în timp ce consumul din Uniune a crescut cu 8 %.

Tabelul 4

Volum (tone)	2008	2009	2010	PA
Vânzări în Uniune	190 332	156 798	152 609	152 095
Indice (2008 = 100)	100	82	80	80

- (126) În perioada examinată, cota de piață a industriei din Uniune s-a redus cu 9 %, respectiv cu 2,1 puncte procentuale.

Tabelul 5

	2008	2009	2010	PA
Cota de piață în Uniune	23,0 %	22,8 %	20,3 %	20,9 %
Indice (2008 = 100)	100	99	88	91

4.2.3. Ocuparea forței de muncă și productivitatea

- (127) Gradul de ocupare a forței de muncă a scăzut pe tot parcursul perioadei examinate, reducându-se cu 21 %. Tendința urmează același tipar ca și declinul înregistrat de volumul vânzărilor de pe piața Uniunii către clienți neafiliați.

Tabelul 6

	2008	2009	2010	PA
Număr de angajați	31 559	26 146	24 993	25 093
Indice (2008 = 100)	100	83	79	79

- (128) Productivitatea forței de muncă a industriei din Uniune, măsurată în producție pe salariat pe an, a crescut cu 8 % în perioada examinată. Acest lucru s-a datorat în parte eforturilor depuse de industria din Uniune pentru a răspunde presiunii create de importurile din China care fac obiectul unui dumping.

Tabelul 7

	2008	2009	2010	PA
Productivitate (tone/persoană angajată)	8,9	8,8	9,4	9,6
Indice (2008 = 100)	100	99	106	108

4.2.4. Amploarea marjei de dumping

- (129) Marjele de dumping sunt prezentate mai sus, în partea privind dumpingul. Toate marjele stabilite sunt semnificativ superioare nivelului *de minimis*. Mai mult decât atât, având în vedere volumele și prețurile importurilor care fac obiectul unui dumping, impactul marjei de dumping efective nu poate fi considerat neglijabil.

4.3. Indicatori microeconomici

4.3.1. Stocurile

- (130) Nivelul stocurilor finale ale industriei din Uniune a scăzut cu 14 % în termeni absoluți în cursul perioadei examinate. Ancheta a arătat că acesta nu reprezintă un indicator crucial pentru acest tip de industrie, care practic lucrează pe bază de comandă.

Tabelul 8

	2008	2009	2010	PA
Stocuri (tone)	7 754	6 647	7 611	6 647
Indice (2008 = 100)	100	86	98	86

4.3.2. Prețurile de vânzare

- (131) Prețurile de vânzare ale industriei din Uniune pe piața Uniunii au scăzut cu 12 % în cursul perioadei examinate.

Tabelul 9

	2008	2009	2010	PA
Prețul mediu de vânzare în UE către clienți neafiliați (EUR/tonă)	4 103	3 818	3 811	3 615
Indice (2008 = 100)	100	93	93	88

4.3.3. Profitabilitatea, fluxul de numerar, investițiile, rentabilitatea investițiilor, capacitatea de mobilizare a capitalului și salariile

- (132) În perioada examinată, profitabilitatea, fluxul de numerar, rentabilitatea investițiilor (ROI), capacitatea de mobilizare a capitalului, investițiile și salariile în industria din Uniune au evoluat astfel:

Tabelul 10

	2008	2009	2010	PA
Profitul net al vânzărilor în Uniune către clienți neafiliați (% cifrei de afaceri nete din vânzări)	4,2 %	2,2 %	0,1 %	3,5 %
Fluxul de numerar (EUR)	10 531 970	6 205 824	9 267 381	11 998 647
Indice (2008 = 100)	100	59	88	114
Investiții nete (EUR)	13 686 363	9 423 983	10 805 215	9 690 923
Indice (2008 = 100)	100	69	79	71
ROI (profit net în % din valoarea contabilă netă a investițiilor)	19,2 %	14,8 %	- 51,3 %	5,5 %
Indice (2008 = 100)	100	77	- 267	29
Costul anual al forței de muncă per angajat	20 436	20 526	21 619	20 832
Indice (2008 = 100)	100	100	106	102

- (133) Profitabilitatea industriei din Uniune s-a redus cu 0,7 puncte procentuale în cursul perioadei examinate. Nivelul cel mai scăzut la care a ajuns profitabilitatea s-a înregistrat în 2010, amploarea scăderii atingând 4,1 puncte procentuale între 2008 și 2010.
- (134) Trebuie evidențiat faptul că industria din Uniune se afla într-o stare de fragilitate încă de la începutul perioadei examinate, din cauza volumelor imense ale importurilor la prețuri mici din China pe piața Uniunii, care au înregistrat o creștere puternică în perioada 2002-2004 și care au atins o cotă de piață semnificativă după eliminarea, în

2005, a contingentului de import aferent. Acest lucru a determinat o restructurare majoră a sectorului, care se afla în ultima etapă la începutul perioadei examinate.

- (135) Prin urmare, având în vedere această evoluție anterioară perioadei examinate, profitul înregistrat la începutul perioadei examinate nu poate fi considerat un profit normal. În absența oricărei comunicări în această privință, se consideră că poate fi folosit în mod provizoriu, ca reper valabil, nivelul profitului normal înregistrat în cazul unui alt produs de consum important și

utilizat pe scară largă care a făcut obiectul unei anchete antidumping – articolele de încălțăminte din piele. Acest nivel de profit este de 6 %. ⁽¹⁾ Astfel, este clar faptul că, per ansamblu, în perioada examinată industria din Uniune nu a reușit să atingă un nivel de profit care să poată fi considerat acceptabil pentru acest produs.

- (136) Per ansamblu, fluxul de numerar al industriei din Uniune a crescut semnificativ în cursul perioadei examinate. Totuși, acest lucru trebuie atribuit unor întreprinderi mai mari și cu tradiție – nu a fost și cazul IMM-urilor. Nivelul investițiilor nete a scăzut cu 33 %. Trebuie remarcat, totuși, faptul că până la sfârșitul perioadei examinate nivelul investițiilor la nivelul IMM-urilor a devenit aproape inexistent. Numai două societăți care nu fac parte din categoria IMM-urilor și-au putut permite investiții semnificative în perioada examinată. Scăderea rentabilității investițiilor a fost mai mare decât reducerea profitabilității pe parcursul întregii perioade examinate.
- (137) Între 2008 și perioada de anchetă, salariul mediu pe salariat a crescut cu 2 %. Această creștere a costului forței de muncă este semnificativ inferioară evoluției costului global al forței de muncă din Uniune în perioada examinată, ceea ce sugerează că industria din Uniune a depus eforturi pentru a păstra salariul forței de muncă la un nivel cât mai scăzut.

4.3.4. Costul producției

- (138) În perioada examinată, costul producției a scăzut cu 10 %.

Tabelul 11

	2008	2009	2010	PA
Costul de producție (EUR/tonă)	3 578	3 583	3 514	3 230
Indice (2008 = 100)	100	100	98	90

5. Concluzie privind prejudiciul

- (139) Ancheta a arătat că indicatorii prejudiciului, de exemplu volumul producției, capacitatea, vânzările către clienți neafiliați și gradul de ocupare a forței de muncă s-au deteriorat în cursul perioadei examinate.
- (140) În plus, indicatorii de prejudiciu referitori la rezultatele financiare ale producătorilor din Uniune, precum profitabilitatea, investițiile și rentabilitatea investițiilor, au avut un parcurs negativ în perioada examinată.
- (141) În ansamblu, nu numai că profitabilitatea nu a atins un nivel satisfăcător pentru sector, dar s-a și deteriorat în

perioada examinată. Faptul că industria din Uniune a redus continuu prețurile de vânzare a făcut aproape imposibilă, la un moment dat, realizarea vreunui profit.

- (142) Deși productivitatea industriei din Uniune a crescut în perioada examinată, acest lucru se datorează în principal eforturilor sale semnificative de a concura cu prezența masivă a importurilor care fac obiectul unui dumping originare din China.
- (143) Pe baza celor de mai sus, se concluzionează cu titlu provizoriu că industria din Uniune a suferit un prejudiciu material în sensul articolului 3 alineatul (5) din regulamentul de bază.

E. LEGĂTURA DE CAUZALITATE

1. Introducere

- (144) În conformitate cu articolul 3 alineatele (6) și (7) din regulamentul de bază, Comisia a analizat dacă importurile care fac obiectul unui dumping originare din China au prejudiciat industria din Uniune într-o măsură suficientă pentru ca prejudiciul să fie considerat material. Mai mult, au fost analizați factorii cunoscuți, diferiți de importurile care fac obiectul unui dumping, care ar fi putut aduce prejudicii industriei din Uniune, pentru a se asigura că eventualele prejudicii cauzate de acești factori nu au fost atribuite importurilor care fac obiectul unui dumping.

2. Efectul importurilor care fac obiectul unui dumping

- (145) Ancheta a indicat o scădere cu 12 % a consumului din Uniune în perioada examinată. În același timp, cota de piață a importurilor care fac obiectul unui dumping originare din China a crescut, deși volumul lor a scăzut cu aproximativ 9 %. În plus, volumul vânzărilor industriei din Uniune a scăzut cu 20 %, iar cota de piață a scăzut de la 23 % în 2008 la 20,9 % în PA.
- (146) În perioada cuprinsă între 2009 și sfârșitul PA, consumul din Uniune a crescut, în timp ce cota de piață a industriei din Uniune a scăzut, spre deosebire de evoluția înregistrată de importurile care fac obiectul unui dumping originare din China, a căror cotă de piață a crescut semnificativ în perioada respectivă.
- (147) Prețurile importurilor care fac obiectul unui dumping originare din China au crescut în perioada examinată. Chiar dacă în perioada examinată prețul mediu la importurile din China a crescut cu 18 %, prețurile respective au rămas semnificativ mai mici decât prețurile industriei din Uniune, în special în perioada de anchetă, ceea ce a reprezentat o presiune constantă asupra prețurilor de pe piața Uniunii. În consecință, reducerea prețurilor de vânzare ale industriei din Uniune pe piața Uniunii și rentabilitatea acesteia pot fi atribuite scăderii de prețuri provocate pe piața Uniunii de importurile care fac obiectul unui dumping originare din China. Scăderea costului de producție al industriei Uniunii și a nivelului de ocupare a forței de muncă demonstrează eforturile depuse de aceasta ca răspuns la aceste importuri.

⁽¹⁾ Regulamentul (CE) nr. 1472/2006 al Consiliului, astfel cum a fost publicat în JO L 275, 6.10.2006, p. 36 (considerentul 292).

- (148) Pe baza celor de mai sus, se concluzionează că prezența importurilor din China și creșterea cotei de piață a importurilor care fac obiectul unui dumping originare din China la prețuri constant inferioare celor practicate de industria din Uniune au avut un rol hotărâtor pentru prejudiciul material suferit de industria din Uniune, care se reflectă în situația sa financiară precară și în deteriorarea celor mai mulți indicatori de prejudiciu.

3. Efectul altor factori

- (149) Ceilalți factori care au fost examinați în contextul legăturii de cauzalitate sunt: evoluția cererii pe piața

Uniunii și segmentarea acesteia, rezultatele la export ale industriei din Uniune, importurile din alte țări de produs care face obiectul anchetei, practicile anticoncurențiale de pe piața Uniunii, diferențele existente între metodele de producție și piața second-hand. Au mai fost analizați și alți factori.

3.1. Importurile din alte țări terțe decât țara în cauză

- (150) Volumul importurilor din alte țări terțe pe parcursul perioadei examinate figurează în tabelul de mai jos. Tendințele în materie de cantitate și preț se bazează pe datele Eurostat.

Tabelul 12

	2008	2009	2010	PA
Volumul importurilor din toate celelalte țări terțe (tone)	100 971	81 464	81 602	88 706
<i>Indice (2008 = 100)</i>	100	81	81	88
Cotă de piață	12,2 %	11,8 %	10,9 %	12,2 %
Preț mediu de import (EUR/tonă)	2 378	2 354	2 591	2 522
<i>Indice (2008 = 100)</i>	100	99	109	106
Volumul importurilor provenite din Turcia (tone)	36 952	33 275	32 887	40 553
<i>Indice (2008 = 100)</i>	100	90	89	110
Cotă de piață	4,5 %	4,8 %	4,4 %	5,6 %
Preț mediu de import (EUR/tonă)	2 027	2 014	2 171	2 058
<i>Indice (2008 = 100)</i>	100	99	107	102

- (151) Importurile din țări terțe s-au redus cu 12 % în perioada examinată, în timp ce cota de piață a acestor importuri a rămas destul de stabilă.
- (152) Trebuie remarcat faptul că prețurile medii de import din alte țări terțe a crescut cu 6 % în cursul perioadei examinate, menținându-se în mod constant mai ridicate decât prețul mediu al vânzărilor la export ale Chinei (cu 68 % în cursul PA).
- (153) CCCLA a arătat că importurile din Turcia ar fi crescut cu 8 % între 2010 și 2011, prețurile la importurile din Turcia fiind, se presupune, cu doar aproximativ 20 % mai mari decât prețurile de import din China.

- (154) În ceea ce privește această afirmație, se observă că, dacă se compară situația de la începutul și de la sfârșitul perioadei examinate, volumul importurilor din Turcia a crescut cu 10 % sau 1,1 puncte procentuale, dar și prețurile medii ale acestora au rămas în mod constant mult mai mari (cu 37 % - 60 %) decât prețurile de import din China. În plus, ele nu au reprezentat niciodată mai mult decât o cotă de piață de 5,6 %. Prin urmare, este dificil să se concluzioneze că prejudiciul material suferit de industria din Uniune se datorează importurilor din Turcia.

- (155) Din motivele prezentate mai sus, se concluzionează că importurile din alte țări terțe nu au afectat substanțial situația industriei din Uniune.

3.2. Segmentele de piață

- (156) O asociație de importatori cu sediul în Germania și unii dintre membrii acesteia au afirmat că, pe baza prețurilor achitate de clientul final, a calităților produselor și a canalelor de vânzare, piața produselor ceramice care fac obiectul anchetei trebuie împărțită cel puțin în următoarele trei segmente: premium (calitate ridicată, prețuri ridicate), mediu/inferior (calitate medie/inferioară, prețuri medii/mici) și produse speciale (precum obiectele decorative, suvenirele, vasele și porțelanul hotelier). Se presupune că cea mai mare parte a producției din Uniune s-ar vinde pe piața produselor premium și/sau speciale, în timp ce importurile din China deservesc cu precădere segmentul pieței de produse cu prețuri mici. Astfel, industria din Uniune ar viza îndeosebi vânzările de tip *boutique* mai degrabă decât locurile unde își fac cumpărăturile consumatorii obișnuiți. Prin urmare, importurile din China nu ar concura în mod direct cu producția din Uniune.
- (157) Totuși, ancheta nu a confirmat aceste afirmații. În primul rând, se observă că în produsul similar nu sunt cuprinse anumite articole menționate de aceste părți, precum obiectele pur decorative [a se vedea considerentele (51) și (52)]. În al doilea rând, ancheta a arătat că producția Uniunii deservește în prezent toate piețele, la fel ca și importurile din China. De fapt, o parte relevantă a importurilor din China ar putea intra în categoria așa-numitelor segmente de produse premium sau speciale. Un importator britanic a susținut că importă produse premium din China, iar un grup de întreprinderi din UE care dețin interese de producție în China a făcut referire și la prețurile foarte ridicate pe care le percepe pe piața Uniunii pentru produsele din gresie ceramică provenite din China.
- (158) În cele din urmă, se face referire la secțiunea B.1.2 de mai sus, în care s-a concluzionat că toate tipurile de produs în cauză și de produs similar sunt considerate ca formând un singur produs. Astfel, analiza ar trebui efectuată la nivelul produsului în cauză și al produsului similar. Prin urmare, nu s-a putut reține nicio solicitare referitoare la anumite segmente.

3.3. Consumul și cererea

- (159) CCCLA și o asociație europeană de importatori și comercianți cu amănuntul au semnalat existența unei contracții a cererii în Uniune. Un importator neinclus în eșantion a afirmat că cererea de porțelan, în special din gama de produse derivate și auxiliare și în sectorul privat, s-a redus dramatic și că cererea rămasă este extrem de diversificată. De asemenea, mai multe părți au susținut că, din cauza tendințelor mereu în schimbare ale modei, în prezent consumatorii caută articole de masă și articole de bucătărie din ceramică la prețuri accesibile. După părerea unui angrosist, piața produselor de calitate înaltă este în scădere și se va reduce în următorii ani.
- (160) Conform asociației europene de importatori și comercianți cu amănuntul menționată anterior, contracția

cererii ar explica scăderea vânzărilor și a producției producătorilor din Uniune în cursul perioadei examinate.

- (161) CCCLA a afirmat că plângerea arată o fluctuație substanțială a nivelului consumului în cadrul Uniunii pe tot parcursul perioadei examinate, în concordanță cu condițiile macroeconomice generale. Conform CCCLA, în perioada examinată factorii de prejudiciu au evoluat în paralel cu fluctuațiile cererii din Uniune și de pe alte piețe, iar aceste modificări ale cererii au avut urmări atât asupra vânzărilor producătorilor din Uniune, cât și asupra importurilor din China.
- (162) O asociație de importatori cu sediul în Germania și unii dintre membrii acesteia au afirmat că, după extinderea Uniunii în 2004 și eliminarea contingentelor de import pentru acest produs de la 1 ianuarie 2005, valorile importurilor din China au indicat o cerere imensă de articole de masă mai ieftine manifestată pe piața Uniunii între 2002 și 2005, urmată de o scădere între 2005 și 2010. Se afirmă că producătorii din Uniune nu au fost dispuși și/sau capabili să satisfacă această cerere.
- (163) Cu privire la aceste afirmații, în primul rând se face trimitere la secțiunea B.1.2 de mai sus, în care s-a concluzionat că toate tipurile de produs în cauză și produs similar sunt considerate ca formând un singur produs. Prin urmare, argumentele referitoare la anumite game nu sunt relevante, iar analiza trebuie efectuată la nivelul produsului în cauză și al produsului similar.
- (164) În al doilea rând, afirmația că factorii de prejudiciu au evoluat în paralel cu fluctuațiile cererii pe alte piețe de export este contrazisă de faptul că rezultatele la export ale producătorilor din Uniune incluși în eșantion au evoluat pozitiv în cursul perioadei examinate.

- (165) În al treilea rând, conform concluziilor de la secțiunea D.2 de mai sus, consumul a scăzut în perioada examinată. Nu au existat dovezi care să confirme faptul că producătorii din Uniune nu au fost dispuși și/sau capabili să satisfacă o cerere imensă de articole de masă mai ieftine în cadrul Uniunii. Dimpotrivă, ancheta a stabilit că, pe tot parcursul perioadei examinate, producătorii din Uniune au răspuns cererii de diverse tipuri, inclusiv de articole de masă mai ieftine. Chiar dacă în perioada examinată au existat fluctuații ale nivelului consumului din cadrul Uniunii care ar fi putut contribui la performanța slabă a industriei din Uniune la un moment dat, per ansamblu nu se poate considera că acest lucru ar fi putut avea un impact de natură să rupă legătura de cauzalitate dintre importurile care fac obiectului unui dumping și prejudicierea situației industriei respective în cursul PA.

- (166) Prin urmare, aceste argumente au fost respinse.

3.4. Exporturile industriei din Uniune

- (167) Conform datelor primite de la Eurostat (volumul exporturilor) și de la producătorii din Uniune care au fost incluși în eșantion (prețul mediu de export), în perioada examinată exporturile industriei din Uniune au evoluat astfel:

Tabelul 13

	2008	2009	2010	PA
Volumul exporturilor (tone)	90 968	73 502	83 091	88 105
Indice (2008 = 100)	100	81	91	97
Preț mediu de export (EUR/tonă)	3 136	2 983	3 462	3 125
Indice (2008 = 100)	100	95	110	100

(168) În plângere, CCCLA a remarcat faptul că exporturile producătorilor din Uniune au crescut substanțial între 2009 și 2011. Această parte a afirmat că factorii de prejudiciu au avut un parcurs negativ atunci când rezultatele la export ale producătorilor din Uniune au scăzut. Prin urmare, prejudiciul ar fi fost provocat de evoluția nefavorabilă a vânzărilor la export ale industriei din UE.

(169) În acest context ar trebui observat în primul rând faptul că analiza prejudiciului se concentrează pe situația industriei din Uniune pe piața Uniunii. Prin urmare, modificările înregistrate de rezultatele la export, dacă există, nu au niciun impact asupra majorității indicatorilor analizați mai sus, precum volumul vânzărilor, cota de piață și prețurile. În al doilea rând, exporturile industriei din Uniune pot fi interpretate ca un mod de a compensa reducerea vânzărilor pe piața Uniunii, adică acolo unde se înregistrează prejudiciul. În al treilea rând, după cum arată tabelul de mai sus, exporturile globale din Uniune au scăzut cu 3 %. În ultimul rând, prețurile la export ale producătorilor cooperanți incluși în eșantion au rămas stabile în perioada examinată.

(170) Prin urmare, argumentul a fost respins și se concluzionează că rezultatele exporturilor industriei din Uniune nu au cauzat niciun prejudiciu material.

3.5. Eliminarea contingentelor de import

(171) Până la 1 ianuarie 2005, pentru statele membre care erau membre ale Uniunii la momentul respectiv, produselor originare din China care intră sub incidența codurilor NC menționate în considerentul (56) li s-au impus contingente cantitative care, împreună, s-au ridicat la 84 473 de tone în 2000 și care fost mărite treptat până la 147 744 de tone în 2004. Datele statistice disponibile arată că în 2004 importurile de produs în cauză ale celor 27 de țări care sunt acum state membre s-au ridicat la 173 809 tone. Un an mai târziu, după ce contingentele au fost eliminate, importurile respective au crescut până la 530 294 de tone. De atunci, importurile din China nu au avut niciodată valori mai mici de 449 000 de tone pe an.

(172) În ceea ce privește contribuția contingentelor de import la prejudiciul observat în cursul perioadei examinate, ar

trebui remarcat în primul rând faptul că, dată fiind creșterea treptată și eliminarea lor cu 3 ani înainte de începutul perioadei examinate și cu 6 ani înainte de începutul PA, pe piața Uniunii avusese deja loc o restructurare severă încă din anul 2002 pentru a răspunde acestor circumstanțe schimbate ale pieței. Acest lucru este coroborat și cu informațiile prezentate de reclamant cu privire la închiderile și situațiile de insolvență ale producătorilor europeni de articole de masă din ceramică. Drept urmare, industria din Uniune se transformase, înainte de începutul perioadei examinate, într-un sector performant de dimensiuni mai reduse.

(173) În consecință, se poate argumenta că efectele eliminării, în 2005, a contingentelor de import la produsul în cauză ar fi putut afecta sănătatea industriei din Uniune înainte de începutul perioadei examinate. Dar, chiar și în acest caz, tot importurile care fac obiectul unui dumping sunt cele care au cauzat prejudiciul în cursul PA. Prin urmare, eliminarea contingentelor de import începând din 2005 nu rupe legătura de cauzalitate dintre importurile care fac obiectul unui dumping și prejudicierea situației industriei în cursul perioadei examinate și al PA.

3.6. Practicile anticoncurențiale de pe piața Uniunii

(174) Mai multe părți au susținut că prejudiciul a fost cauzat de practicile anticoncurențiale de pe piața Uniunii și, de asemenea, s-a afirmat că această procedură antidumping a fost inițiată pentru a recupera pierderile suferite prin amenzi impuse cartelurilor ilegale. CCCLA a afirmat că prezența practicilor coluzive pe piața Uniunii poate compromite datele cuprinse în plângere sau culese pe parcursul anchetei cu privire la prejudiciu (respectiv prețurile de vânzare, volumul vânzărilor, cota de piață și profitul), dat fiind că acestea nu reprezintă o situație care să reflecte funcționarea normală a pieței.

(175) Pe de o parte, se observă faptul că în 2010 Comisia a amendat 17 întreprinderi producătoare de instalații și accesorii pentru baie pentru constituirea unui cartel de fixare a prețurilor între 1992 și 2004, care a afectat șase state membre: Germania, Austria, Italia, Franța, Regatul Belgiei (Belgia) și Regatul Țărilor de Jos (Țările de Jos) ⁽¹⁾. Practicile respective s-au derulat înainte de perioada examinată și au vizat alte produse. În plus, singura întreprindere vizată care era activă și în sectorul articolelor de masă și de bucătărie din ceramică în perioada examinată a deschis o acțiune în anulare pentru amenda respectivă la Tribunalul Uniunii Europene. Această acțiune este încă pendinte. Pe de altă parte, în februarie 2011 autoritățile germane au inițiat o anchetă cu privire la unii producători germani de articole de masă suspecți de a forma un cartel. Rezultatul anchetei nu a fost încă dat publicității de către autoritățile germane, prin urmare nu se pot trage concluzii deocamdată. În plus, ancheta respectivă vizează numai un stat membru, în timp ce industria din Uniune este răspândită pe o suprafață foarte mare. Prin urmare, aceste argumente au fost respinse.

⁽¹⁾ [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011XC1129\(02\):RO:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011XC1129(02):RO:NOT)

- (176) În ceea ce privește menționarea de către unele părți a faptului că unii producători din Uniune și-au schimbat obiectul de activitate și au devenit și comercianți de produse originare din China, aceasta reprezintă o opțiune comercială care nu poate fi etichetată drept anti-concurențială.

3.7. Metodele de producție

- (177) Potrivit anumitor părți, opțiunile adoptate de producătorii din Uniune în ceea ce privește metodele de producție au contribuit în mod clar la prejudiciul suferit de industria din Uniune. Aceste părți subliniază faptul că metodele de producție din Uniune sunt mult mai puțin eficiente decât cele chinezești – metodele de producție din Uniune sunt complet automatizate, ceea ce presupune costuri mari de resetare atunci când ciclurile de producție sunt scurte, matrice scumpe, materii prime mai costisitoare și, din cauza procesului de coacere dublă, costuri mai mari ale energiei. În plus, spre deosebire de producătorii din Uniune, fabricanții chinezi ar lucra pe bază de comandă, ar suporta costuri de depozitare mai mici și ar vinde întreaga producție în loturi, fără să o împartă în categorii și în combinație cu reduceri de preț. De asemenea, costul decalcomaniei în cazul decorațiilor glazurate ar fi aproape dublu în Uniune. Pe de altă parte, unele părți au evidențiat faptul că metodele de producție din Uniune sunt eficiente, de exemplu, la ciclurile de producție mai lungi.
- (178) Ancheta a arătat că transferul de tehnologie relevantă există în toată lumea. Nu s-a putut stabili o legătură între o anumită metodă de producție și succesul afacerii. Nu s-a putut stabili nici că opțiunea pentru o anumită metodă de producție ar fi suficient de semnificativă pentru a avea un astfel de impact precum ruperea legăturii de cauzalitate dintre importurile care fac obiectul unui dumping din țara în cauză și prejudiciul suferit de industria din Uniune.

3.8. Piețele second-hand

- (179) Potrivit unui importator care nu a fost inclus în eșantion, gospodăriile au devenit mai mici în ultimele decenii și se debarasează de obiectele care nu le mai sunt necesare prin intermediul piețelor de vechituri, al licitațiilor pe internet sau al altor forme de piețe second-hand. Această parte consideră că articolele de masă și articolele de bucătărie second-hand răspund unei părți semnificative din cererea actuală și sunt în concurență directă cu articolele de masă și articolele de bucătărie nou produse. Importatorul neinclus în eșantion a furnizat o documentație justificativă cu privire la valorile licitate pe internet ale mai multor linii de produse ale unor renumiți producători germani de porțelan.
- (180) Cu toate acestea, nu s-a putut găsi o bază rezonabilă pentru a extrapola volumele și prețurile de pe o platformă în limba germană ale unor colecții foarte specifice produse de trei întreprinderi germane la alte țări ale Uniunii sau la alte game de produse. Prin urmare, a fost imposibil să se cuantifice această piață, iar ancheta nu a putut stabili faptul că vânzările second-hand ar fi suficient de semnificative pentru a avea un impact de natură să rupă legătura de cauzalitate dintre importurile care fac obiectul unui dumping din țara în cauză și prejudiciul suferit de industria din Uniune.

3.9. Criza economică

- (181) Potrivit CCCLA, presupusul prejudiciu a fost cauzat de impactul crizei financiare, al recesiunii economice și al crizei datoriilor suverane asupra bugetelor consumatorilor. Reclamanții fiind, se presupune, rentabili la nivel operațional, CCCLA consideră că pierderile raportate trebuie atribuite speculațiilor financiare (precum pierderile legate de capital sau de obligațiunile de stat) și cheltuielilor neoperaționale legate de criza financiară.
- (182) Criza economică poate fi o explicație pentru contracția consumului în anumite intervale din perioada examinată. Totuși, trebuie remarcat că și în situația reducerii consumului în perioada examinată, și în situația creșterii consumului în perioada dintre 2009 și PA, rezultatele înregistrate de importurile cu preț scăzut, care fac obiectul unui dumping, contrastează cu cele obținute de industria din Uniune.
- (183) Ancheta arată în mod clar că importurile care fac obiectul unui dumping originare din China au intensificat efectul încetinerii creșterii economice. Nici chiar în cursul redresării economice generale, industria din Uniune nu a fost capabilă să își revină și să atingă din nou volume semnificative de vânzări, pierzând o cotă de piață semnificativă pe parcursul perioadei examinate, în timp ce importurile care fac obiectul unui dumping originare din China și-au mărit cota de piață.
- (184) Prin urmare, deși este posibil ca la rezultatele slabe ale industriei din Uniune să fi contribuit și criza economică, în general nu se poate considera că aceasta a avut un impact de natură să rupă legătura de cauzalitate dintre importurile care fac obiectul unui dumping și prejudicierea situației industriei din Uniune în cursul PA.

3.10. Alți factori

- (185) O asociație a atras atenția asupra altor factori care, în opinia sa, ar rupe legătura de cauzalitate. Această parte a făcut referire la concurența internă din cadrul Uniunii (pe baza faptului că prețurile variază considerabil în Uniune) și la cerințele referitoare la siguranță și sănătate ale Uniunii, care devin tot mai stringente, determinând astfel creșteri ale costurilor de producție. Printre ceilalți factori citați se numără produsele contrafăcute ale unor producători chinezi și existența unor bariere netarifare pe o serie de piețe din afara UE, care ar îngreuna exporturile producătorilor din Uniune.
- (186) În ceea ce privește argumentația referitoare la concurența internă din Uniune, ancheta nu a constatat vreo legătură între prejudiciu, amplasarea producătorilor din Uniune și prețurile din statul membru respectiv. Referitor la cerințele privitoare la siguranță și sănătate ale Uniunii, se observă faptul că acestea sunt aplicabile produselor realizate și importate în Uniune, afectând astfel prețurile tuturor operatorilor. Dat fiind că nu s-a comunicat nicio informație care să susțină argumentul

privind contrafacerea, efectele argumentului respectiv nu au putut fi analizate. Argumentul referitor la existența unor bariere netarifare pe o serie de piețe din afara UE nu a putut fi reținut: astfel de bariere ar putea împiedica producătorii din Uniune să își exploateze potențialul de export, dar nu au niciun impact asupra scăderii vânzărilor pe piața Uniunii, adică acolo unde se înregistrează prejudiciul.

- (187) CCCLA a semnalat și alți factori, și anume lipsa forței de muncă calificate de pe piața Uniunii și prejudiciul auto-determinat, prin prisma faptului că unii producători din Uniune sunt importatori ai produsului în cauză. Totuși, pe baza informațiilor disponibile se concluzionează că, per ansamblu, întreaga industrie din Uniune s-a aflat într-o situație precară, iar faptul că numărul modelelor comerciale s-a amplificat nu a produs niciun prejudiciu industriei din Uniune, ci mai degrabă ar trebui interpretat ca un mod de a compensa scăderea vânzărilor pe piața Uniunii. În ceea ce privește lipsa forței de muncă calificate în sectorul articolelor de masă și de bucătărie din ceramică al Uniunii, niciuna dintre părțile interesate din Uniune nu s-a declarat îngrijorată în acest sens.
- (188) Un importator a invitat instituțiile să analizeze impactul altor tipuri de articole de masă și de articole de bucătărie, precum cele din plastic, aluminiu, melamină și sticlă. Totuși, nu s-a comunicat nicio informație care să susțină argumentul respectiv. Ancheta nu a putut constata nimic în această privință.
- (189) Unele părți leagă prejudiciul suferit de industria din Uniune de situația în care se afla aceasta înainte de perioada examinată. În acest sens, mai mulți importatori au susținut că deteriorarea industriei din Uniune începuse deja în perioada 1975-2002. Cu toate acestea, analiza Comisiei nu a putut lua în considerare o perioadă atât de îndepărtată, printre altele din cauza faptului că nu sunt disponibile date viabile. Același lucru este valabil și pentru un alt eveniment care a avut loc cu mult înainte de perioada examinată: ajutorul de stat primit de industria porțelanului din Germania, care, potrivit unui importator neinclus în eșantion, ar dovedi că industria din Uniune nu s-a eficientizat ⁽¹⁾.
- (190) Examinarea celorlalți factori cunoscuți care ar fi putut produce prejudicii industriei din Uniune a arătat că acești factori nu sunt de natură să rupă legătura de cauzalitate stabilită între importurile din China care au făcut obiectul unui dumping și prejudiciul suferit de industria din Uniune.

4. Concluzie privind legătura de cauzalitate

- (191) Având în vedere analiza de mai sus, care a evidențiat și separat în mod clar efectele tuturor factorilor cunoscuți asupra situației industriei din Uniune de efectele prejudiciabile ale importurilor care au făcut obiectul unui dumping, se concluzionează cu titlu provizoriu că importurile din China care au făcut obiectul unui dumping au cauzat un prejudiciu material industriei din Uniune în sensul articolului 3 alineatul (6) din regulamentul de bază.

F. INTERESUL UNIUNII

1. Observații preliminare

- (192) În conformitate cu articolul 21 din regulamentul de bază, s-a analizat dacă, în pofida concluziei provizorii privind dumpingul prejudiciabil, au existat motive imperioase care să conducă la constatarea că nu este în interesul Uniunii să se adopte măsuri antidumping provizorii în acest caz particular. Analiza interesului Uniunii s-a bazat pe aprecierea tuturor intereselor diferite implicate, inclusiv cele ale industriei din Uniune, ale importatorilor și ale utilizatorilor produsului în cauză.

2. Interesul industriei din Uniune

- (193) Industria din Uniune constă în peste 200 de producători, ale căror fabrici sunt amplasate în diferite state membre ale Uniunii, în cadrul cărora au fost angajate direct peste 25 000 de persoane pentru producția și vânzarea produsului similar în cursul PA.
- (194) Ancheta a stabilit că industria din Uniune a suferit un prejudiciu material cauzat de importurile care fac obiectul unui dumping originare din țara în cauză în cursul perioadei de anchetă. În special, indicatorii de prejudiciu referitori la performanța financiară a industriei din Uniune, precum producția, profitabilitatea și rentabilitatea investițiilor, au arătat o tendință descrescătoare în perioada examinată. IMM-urile au avut cel mai mult de suferit: în perioada examinată, acestea înregistrau pierderi încă din 2010. În absența unor măsuri, se consideră că eforturile depuse deja în acest sector nu vor fi suficiente pentru a permite redresarea situației financiare a industriei Uniunii, care ar putea continua să se deterioreze.
- (195) Constatările prezentei anchete nu sunt puse la îndoială de faptul că anumiți producători din Uniune se află într-o situație mai bună decât alții sau de starea în care se afla industria din Uniune înainte de perioada examinată.
- (196) Se preconizează că instituirea măsurilor va reinstala condițiile unor schimburi comerciale eficiente și corecte pe piața Uniunii. La rândul său, acest lucru ar avea un impact pozitiv asupra situației economice și a profitabilității acesteia.
- (197) Unii importatori au susținut că impunerea măsurilor ar determina înlocuirea produsului în cauză cu alte tipuri de produse (altele decât articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică fabricate în Uniune), precum articolele de masă din materiale textile (de exemplu pentru obiecte cu destinație de cadou) sau din plastic, în beneficiul altor sectoare decât cel al ceramicii. Cu toate acestea, ancheta nu a putut confirma că substituirea ar fi semnificativă.
- (198) Prin urmare, s-a concluzionat că instituirea unor măsuri antidumping provizorii la importurile de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică originare din China ar fi în interesul industriei din Uniune.

⁽¹⁾ Cauza T-20/03 Kahla/Thüringen Porzellan/Comisia.

3. Interesul importatorilor neafiliați

- (199) După cum s-a menționat în considerentul (4) de mai sus, având în vedere numărul vizibil mare al importatorilor neafiliați, s-a folosit eșantionarea.
- (200) În general, în cursul PA importatorii incluși în eșantion și-au obținut materiile prime în principal din țara în cauză și au folosit aproximativ 350 de salariați pentru importul și revânzarea articolelor de masă și a articolelor de bucătărie din ceramică. Aceștia au activat în diferite tipuri de producție, variind de la obiecte de porțelan cu destinație de cadou și vase de lut de calitate până la articole de masă simple pentru gospodărie. Nivelul de cooperare manifestat de ei a variat. De exemplu, cei mai mari doi importatori incluși în eșantion, care derulează și activități importante de comerț cu amănuntul, nu au furnizat date complete privind profitabilitatea și marja de profit dintre prețul de achiziție și cel de revânzare către clienți neafiliați, iar unul dintre ei chiar a refuzat să acorde acces la evidențele sale contabile. Aceste părți au comunicat numai prețurile de transfer la achiziție și/sau prețurile de transfer la vânzare. Prin urmare, deși li s-a solicitat în mod repetat, nu s-a primit de la aceștia nicio informație semnificativă care să permită estimarea profitului brut și net al unui importator reprezentativ la produsul în cauză pentru eșantion în întregul său.
- (201) În același spirit, datele furnizate de cei doi importatori/comercianți cu amănuntul incluși în eșantion, fiind deficitare cu privire la mai multe aspecte, nu au permis estimarea marjei profitului brut și net al comercianților cu amănuntul ai produsului în cauză. Prin urmare, pe baza cooperării importatorilor incluși în eșantion nu s-a putut face o determinare a capacității lanțului de aprovizionare din UE de a absorbi taxa antidumping propusă și, în consecință, nici a impactului acestei taxe asupra prețului de vânzare cu amănuntul și, deci, asupra consumatorilor.
- (202) Totuși, în primul rând, în ceea ce privește importatorii, marea majoritate a celor care au răspuns la întrebările de eșantionare au declarat o marjă de profit brută între prețul de achiziție și cel de revânzare cuprinsă între 50 % și 200 %. Cifrele verificate ale celor cuprinși în eșantion care sunt exclusiv importatori confirmă că aceste marje brute sunt reprezentative. În al doilea rând, documentația disponibilă pentru publicul larg ar sugera că lanțul de aprovizionare din Uniune (respectiv importatorii și canalele subsecvente) ar fi perfect capabil să preia o taxă antidumping la nivelul propus, fără a periclita viabilitatea operatorilor economici în cauză. Potrivit unei publicații recente⁽¹⁾, o cană de ceramică din China care este achiziționată de distribuitorii din UE la prețul de 0,70 USD ar fi vândută cu amănuntul, în UE, la prețul de 3,50 USD – cu un adaos de peste 150 % pentru distribuitor/comerciantul cu amănuntul. În acest scenariu, taxele antidumping propuse ar determina, la majoritatea importurilor, o taxă suplimentară de 0,16 EUR (și de 0,36 EUR pentru producătorii necooperanți) pentru lanțul de aprovizionare al UE care ar avea, per ansamblu, o marjă de profit brută de

2,08 EUR la acest produs. De asemenea, studiul de piață pe 2009 al CBI privind „piața articolelor de masă, a articolelor de bucătărie și a altor articole de uz casnic” menționat în considerentul (112) de mai sus raportează coeficienți ai prețurilor CIF la consumator la frontiera Uniunii cuprinși între 2,6 și 5,3⁽²⁾. În sfârșit, importatorii/comercianții cu amănuntul incluși în eșantion nu au indicat că ar exclude articolele de masă și articolele de bucătărie din ceramică din importurile lor dacă s-ar institui taxe antidumping.

- (203) Luând în considerare cele menționate mai sus și în absența altor informații viabile obținute în cadrul anchetei până în acest moment, se consideră cu titlu provizoriu că este probabil ca lanțul de distribuție în general, inclusiv importatorii, să poată prelua creșterea prețurilor CIF la nivelurile propuse fără vreo problemă majoră și că este puțin probabil ca vreo creștere de preț să fie resimțită de consumatori. Cu toate acestea, părțile interesate sunt invitate din nou, în mod explicit, să prezinte date suplimentare, cuprinzătoare și verificabile pe această temă care să permită o analiză mai aprofundată a impactului măsurilor asupra lanțului de aprovizionare și, eventual, asupra consumatorilor în următoarea etapă a acestei proceduri.
- (204) S-au primit comunicări cu privire la interesul Uniunii din partea a peste 20 de importatori neincluși în eșantion, în special întreprinderi mici, o asociație de comerț european și internațional, o asociație suedeză a importatorilor și comercianților cu amănuntul, o asociație neerlandeză a importatorilor din Orientul Îndepărtat și o asociație și rețea de importatori cu sediul în Germania. O preocupare comună a importatorilor a fost aceea că măsurile ar putea să atragă creșteri ale prețurilor la import, o reducere (parțială) a activității și, deci, un impact negativ asupra lor în general din perspectiva marjei de profit și a profitabilității, printre altele. Aceste argumente nu au putut fi reținute având în vedere concluziile formulate în considerentul următor și în considerentul (202).
- (205) Mai mulți importatori au comunicat că, în cazul instituirii măsurilor, numărul locurilor de muncă ce ar dispărea la importatori ar fi mai mare decât cel al locurilor de muncă câștigate la producătorii din Uniune. Totuși, acest argument este contrazis de alte afirmații ale importatorilor, care au declarat că ar putea înlocui obiectele ceramice cu obiecte din alte materiale (textile cu destinație de cadou, de exemplu) sau că ar fi dispuși să se aprovizioneze mai mult din cadrul Uniunii.
- (206) Asociația suedeză a considerat că măsurile ar avea un impact economic negativ asupra importatorilor, prin prisma costurilor administrative și de reprovizionare semnificative, dacă aceștia ar fi nevoiți să găsească alternative la importurile din China. O asociație de comerț european și internațional a arătat că schimbarea furnizorilor este dificilă, deoarece importatorii au investit puternic în aceștia. Totuși, acesta nu pare a fi un motiv important de îngrijorare pentru unii dintre importatori,

⁽¹⁾ „Dumping case likely to harm ceramic makers” [„Caz de dumping susceptibil să afecteze producătorii de ceramică”], China Daily, 17 februarie 2012.

⁽²⁾ Ar trebui remarcat faptul că acest studiu de piață vizează o gamă de produse care este mai largă decât definiția produsului care face obiectul prezentei anchete, deoarece include, de asemenea, articole din plastic, articole din lemn, articole din sticlă, articole din metal și produse de tăiat.

care preferă să aibă posibilitatea de a schimba sursa de aprovizionare. În plus, faptul că produsele oferite și consumul din Uniune se modifică sub influența modei sugerează că existența costurilor de concepere a unor produse noi (de la furnizori noi) este inerentă acestui sector.

- (207) Mai mulți importatori neincluși în eșantion au susținut că fabricile din Uniune nu sunt interesate să fabrice produse de marcă ale altora. Totuși, acest argument a fost contrazis de rezultatul anchetei cu privire la producătorii din Uniune incluși în eșantion (care a arătat că aceștia fabrică produse de marcă ale unor terți), de declarațiile unui alt importator și de faptul că mai mulți importatori care distribuie produse sub marca proprie își procură o parte din varietăți din cadrul Uniunii.
- (208) Unul dintre importatorii neincluși în eșantion și-a exprimat indisponibilitatea de a-și împărtăși ideile de producție, conceperea de produse sau dezvoltările interne cu anumiți producători de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică din Uniune care îi sunt concurenți. Cu toate acestea, ancheta nu a arătat că aceasta ar reprezenta o preocupare generală în rândul importatorilor. Trebuie remarcat că importatorul respectiv avea în curs litigii cu producători germani și că o parte din colecția sa ar veni în concurență directă cu cea a producătorilor din Uniune.
- (209) Anumiți importatori au declarat că nu se pot aproviziona de la producători din Uniune din cauza costurilor ridicate, a lipsei de capacitate pentru producția de obiecte artisanale, a incapacității de a oferi cicluri de producție mici, a inflexibilității, a lipsei unei organizări corespunzătoare care să deservească în mod adecvat marii comercianți ce oferă un număr mare de produse și/sau din cauza inexistenței anumitor procese de producție, calități, tipuri de decorațiuni sau forme. Părțile respective au susținut că problemele sunt deosebit de grave în ceea ce privește obiectele artisanale și orientate către promovare (de exemplu vasele de olărie), anumite produse de marcă vândute sub licență, fabricarea anumitor modele de utilitate înregistrate și a obiectelor derivate sau de catering speciale (de exemplu, obiectele de porțelan de volum mare). Unii au susținut că nu au o alternativă la importurile din China. Cu toate acestea, ancheta a stabilit că majoritatea importatorilor care s-au oferit să participe își procură articolele de masă și/sau articolele de bucătărie din ceramică din mai multe surse, inclusiv de la producători din cadrul Uniunii, într-o gamă largă de varietăți și calități. În plus, producătorii din Uniune oferă o gamă variată de produse și au capacitatea de producție necesară pentru a vinde mai mult pe piața Uniunii.
- (210) Pe scurt, se poate concluziona că instituirea măsurilor ar putea, într-adevăr, să afecteze negativ situația financiară a anumitor importatori. Totuși, în medie, se preconizează că aceste efecte negative nu vor avea un impact negativ semnificativ asupra situației globale a importatorilor. În general este de așteptat ca aceștia să poată suporta (parțial) creșterile de preț și/sau să transfere (parțial) taxa către clienți (respectiv angroșiști, distribuitori,

comercianți cu amănuntul), cu atât mai mult cu cât taxele afectează sursa cea mai importantă de pe piață. Pentru importatorii care s-au oferit să participe și care sunt în același timp și comercianți cu amănuntul, ancheta a arătat că produsul în cauză reprezintă o parte foarte mică din activitățile lor comerciale. Informațiile furnizate de aceste părți nu au permis o cuantificare corespunzătoare a măsurii în care ele vor fi capabile să preia o creștere a prețurilor de achiziție cu nivelurile de taxare propuse, dar, după cum s-a explicat în considerentele (202)-(203), informațiile culese până în prezent nu sugerează că nu ar reuși acest lucru.

- (211) Prin urmare, se concluzionează cu titlu provizoriu că instituirea unor măsuri la nivelurile propuse nu are un impact negativ semnificativ asupra situației importatorilor neafiliați ai produsului în cauză.

4. Interesul altor sectoare economice

- (212) Mai mulți importatori au declarat că instituirea oricăror măsuri ar afecta probabil în mod negativ partenerii de afaceri ai importatorilor, de la firmele de finisaje și decorațiuni până la angroșiști, distribuitori sau comercianți cu amănuntul. În această privință, s-a susținut că instituirea măsurilor poate produce pierderea mai multor locuri de muncă de la „afacerile-satelit”, de exemplu designeri sau firme de logistică, decât s-ar păstra sau s-ar crea în industria din Uniune. De asemenea, unii importatori au declarat că sectorul obiectelor cu destinație de cadou, industria publicitară, sectorul hotelier și cel de catering, grupul consumatorilor comerciali și de catering în general ar fi, de asemenea, direct afectate de o criză a produselor. Aceasta ar conduce în scurt timp la o creștere a concurenței tarifare la nivelul magazinelor mari de desfacere la prețuri reduse. Ar avea de suferit și instituțiile care de obicei întâmpină probleme legate de buget, precum stabilimentele de îngrijire. În plus, unele părți au susținut că măsurile antidumping ar atrage o criză de materii prime pentru activitățile artistice și creative precum pictarea porțelanului sau atelierele de meșteșuguri artisanale.
- (213) Toate aceste argumente s-au dovedit nejustificate. Pe de o parte, afirmațiile acestor importatori par să contrazică acele secțiuni din contribuțiile lor în care se sugerează că este posibil să înlocuiască obiectele ceramice cu obiecte din alte materiale (textile cu destinație de cadou, de exemplu), recurgând astfel, în oricare din cazuri, la partenerii de afaceri obișnuiți menționați mai sus. În plus, se poate preconiza că „afacerile-satelit” ale industriei din Uniune vor beneficia de pe urma instituirii măsurilor. Pe de altă parte, ancheta nu a putut concluziona că va surveni o criză de produse dacă importurile din China ar concura la prețuri care nu au făcut obiectul unui dumping. Măsurile sunt concepute și preconizate să creeze condiții de concurență echitabile pentru toți furnizorii de articole de masă și de bucătărie din ceramică – nu să limiteze în mod necorespunzător importurile din țara în cauză. În ceea ce privește creșterea menționată a concurenței tarifare, aceasta ar putea fi considerată și un efect pozitiv, de

exemplu de către instituțiile care de obicei întâmpină probleme legate de buget, precum stabilimentele de îngrijire.

- (214) Asociația suedeză a considerat că măsurile vor avea un impact economic negativ asupra sectoarelor de vânzare cu ridicata și cu amănuntul din Suedia. Aceasta a estimat o scădere cu 2-3 % a gradului de ocupare a forței de muncă (mai mult în cazul tinerilor) și de 20 % a importurilor. Cu toate acestea, impactul menționat pare a fi supraevaluat. În această privință trebuie remarcat că niciunul dintre importatorii care sunt în același timp și comercianți cu amănuntul și care și-au adus contribuția la anchetă nu a indicat că va exclude întregul produs din gama sa de produse în cazul în care s-ar institui taxe antidumping. Previziunile unuia dintre ei legate de ocuparea forței de muncă în cazul instituirii măsurilor sunt practic aceleași ca în cazul în care nu s-ar institui măsuri.
- (215) CCCLA a semnalat un studiu danez conform căruia, pentru fiecare euro obținut de producătorii din Uniune din protecția comercială, întreprinderile utilizatoare din Uniune trebuie să plătească până la de 60 de ori mai mult. Cu toate acestea, afirmația respectivă este foarte generală, nu este legată în mod specific de prezenta anchetă, iar în această anchetă nu există dovezi care să arate că acesta ar fi, într-adevăr, impactul.
- (216) Un furnizor de acțiuni speciale de promovare a comercianților cu amănuntul, care deservește marii comercianți din întreaga lume, a declarat că activitatea sa necesită cantități mari pe perioade scurte pentru promoții comerciale care se derulează pe parcursul a câteva luni. Potrivit acestei părți, care își procură aproximativ două treimi din produse din Asia, în special din China, o taxă semnificativă i-ar distruge capacitatea de a vinde la prețuri promoționale în viitor. Trebuie recunoscut faptul că taxele antidumping pot afecta negativ acest tip de afacere. Totuși, scopul taxelor nu este acela de a exclude marfa originară din China de pe piață. În plus, în ultimii trei ani, producătorii din Uniune au acoperit 33 % din ceea ce partea respectivă numește cerere volatilă.
- (217) Prin urmare, în această etapă provizorie, se concluzionează că avantajele care s-ar obține prin împiedicarea prejudicierii pentru restul anchetei prin instituirea de măsuri provizorii la importurile din produsul în cauză nu pot fi contrabalansate de eventualul efect negativ asupra unor alte sectoare economice.

5. Interesul consumatorilor (gospodării)

- (218) Nu s-au primit contribuții din partea niciunui reprezentant direct al intereselor cumpărătorilor finali, precum asociațiile consumatorilor.
- (219) Cu toate acestea, având în vedere datele disponibile pentru publicul larg, conform celor menționate în considerentul (202) de mai sus, se concluzionează cu titlu provizoriu că măsurile la nivelul de taxă propus vor fi integrate în lanțul de aprovizionare și, prin

urmare, nu vor determina creșteri de preț pentru consumatori la nivelul comercializării cu amănuntul.

- (220) Potrivit CCCLA și mai multor părți care reprezintă interesele importatorilor și ale comercianților cu amănuntul, dacă se vor institui măsuri antidumping, consumatorii din UE vor avea cel mai mult de suferit. În Uniune, consumatorii cu venituri mici ar reprezenta proporția cea mai mare în rândul consumatorilor și tot ei s-ar confrunta cu o ofertă mai limitată, la prețuri mai mari și fără vreo valoare adăugată, exact într-o perioadă când economia UE este fragilă. S-a susținut că acest produs are limite de preț psihologice dincolo de care consumatorii nu ar mai cumpăra. Anumite tipuri ale produsului ar dispărea de pe piață sau ar fi înlocuite de alte materiale precum plasticul, melamina, metalul sau lemnul. În general, aceste opțiuni ar reprezenta produse mai puțin sănătoase pentru mediul înconjurător. De asemenea, s-a mai susținut că oferta ar fi limitată și deoarece importurile corespunzătoare unui procent de peste 60 % din cerere ar fi eliminate de pe piața Uniunii, lipsa ofertei determinând și o creștere a prețurilor. Pe aceeași linie, unele părți au susținut că clienții își fac cumpărăturile în imediata vecinătate, dar că producătorii din Uniune nu sunt capabili și nici dispuși să ofere produse cu costuri mici centrelor de aprovizionare locale. Faptul că producătorii germani pot oferi volume standard mai mari la un preț mai mic nu va satisface piața Uniunii, care are nevoie de varietate pentru a răspunde schimbărilor din modă și tendințelor. Unele contribuții au subliniat faptul că, dacă importurile din China vor rămâne în continuare pe piața Uniunii, volumele vor fi probabil substanțial mai mici, iar prețurile semnificativ mai mari, din cauza salariilor mai mari din China și a taxelor suplimentare. De asemenea, s-a mai susținut că, dacă produsul nu este accesibil ca preț, noile generații nu vor dezvolta o cultură pentru acest produs.
- (221) În ceea ce privește argumentele referitoare la limitarea ofertei, se remarcă faptul că ancheta a arătat că industria din Uniune oferă o gamă foarte largă de produse care se adresează unor segmente de piață și canale de distribuție diverse. Se preconizează că măsurile vor ajuta industria din Uniune să își valorifice întregul potențial și să îmbogățească și mai mult piața cu produsele sale. În plus, niciunul dintre importatorii care sunt în același timp și comercianți cu amănuntul nu a indicat faptul că ar putea lua în considerare eliminarea totală a produsului respectiv din gama sa de produse în cazul în care s-ar institui taxe antidumping.
- (222) În ceea ce privește argumentele referitoare la creșterea prețurilor, ancheta vizează crearea condițiilor pentru o concurență echitabilă și nu excluderea mărfurilor din China de pe piața Uniunii. Nu se pot stabili în mod obiectiv limite de preț dincolo de care consumatorii nu ar mai fi dispuși să cumpere acest tip de produs. În plus, dat fiind faptul că importatorii sunt adesea obligați să respecte listele de prețuri timp de cel puțin un an, per ansamblu nu este de așteptat ca aceștia să poată transfera clienților creșterile de preț într-un termen scurt. Mai important decât atât, dat fiind nivelul măsurilor și diferența semnificativă dintre prețul de import și prețul

de revânzare, este puțin probabil ca utilizatorii și consumatorii să fie nevoiți să plătească prețuri substanțial mai mari – taxa este calculată pe baza prețului de import CIF, iar prețul de comercializare cu amănuntul este un multiplu al prețului de import. Astfel, cel mai probabil este ca taxa să fie preluată de lanțul de aprovizionare de la importator la consumatorul final. În cazul în care se vor produce totuși creșteri de prețuri, acestea vor fi mici și nu vor afecta opțiunile consumatorului. Nu este de așteptat ca măsurile antidumping să descurajeze cumpărarea de articole de masă și de bucătărie din ceramică de către noile generații. În plus, se remarcă faptul că ancheta a arătat că industria din Uniune poate oferi prețuri competitive.

- (223) Nu s-a putut concluziona nici că măsurile vor avea un impact semnificativ asupra materialelor folosite la producerea articolelor de masă și de bucătărie. Tipul de material nu este întotdeauna factorul hotărâtor în alegerea un obiect ceramic cu destinație de cadou, de exemplu. Cu toate acestea, este clar că nu întotdeauna materialele pot fi interschimbabile: de exemplu, legislația Uniunii privind materialele care intră în contact cu alimentele impune anumite cerințe pentru aceste materiale. Trebuie precizat și faptul că un importator cu tradiție, care este și comerciant cu amănuntul, consideră că oamenii vor prefera în continuare să mănânce din farfurii de ceramică decât din farfurii confecționate din alte tipuri de materiale -, prin urmare și-a conceput planurile de extindere în consecință.
- (224) Argumentele referitoare la problemele de aprovizionare nu pot fi acceptate deoarece, pe de o parte, crearea unor condiții de concurență echitabile, cu prețuri corecte, nu este echivalentă cu eliminarea completă a importurilor din China. Dimpotrivă, se preconizează că toți actorii din lume vor beneficia de o situație comercială mai echitabilă. Pe de altă parte, după cum s-a constatat, faptul că industria din Uniune poate acoperi o treime din consumul total al Uniunii nu contravine necesității ca importurile din China să intre pe piața Uniunii la prețuri care nu au făcut obiectul unui dumping. Atât rezultatele la export ale industriei din Uniune, cât și faptul că nu s-a lucrat la întreaga capacitate în perioada examinată sugerează că producătorii din Uniune ar putea, într-adevăr, să vândă mai mult pe piața Uniunii dacă s-ar elimina importurile care fac obiectul unui dumping. Nu în ultimul rând, China nu reprezintă singura sursă a importurilor în Uniune.
- (225) Un studiu danez menționat de CCCLA, dar și o lucrare de cercetare suedeză menționată de o asociație suedeză sugerează că măsurile antidumping în general au un impact costisitor asupra consumatorilor. Totuși, aceste afirmații sunt foarte generale, nu sunt legate în mod specific de prezenta anchetă, iar în această anchetă nu există dovezi care să arate că acesta ar fi, într-adevăr, impactul.
- (226) Pe baza celor de mai sus, se concluzionează cu titlu provizoriu că instituirea măsurilor nu va avea, în ansamblu, un impact semnificativ asupra consumatorilor de genul gospodăriilor.

6. Concluzie privind interesul Uniunii

- (227) Ținând seama de cele de mai sus, s-a concluzionat cu titlu provizoriu că, în general, pe baza informațiilor disponibile cu privire la interesul Uniunii, nu există motive întemeiate împotriva instituirii de măsuri provizorii la importurile de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică originare din China.
- (228) Această concluzie nu poate fi contrabalansată de considerațiile formulate de câteva dintre părți, și anume că taxele antidumping în general reprezintă o compensare a eforturilor lor de transferare a unora dintre valorile Uniunii în țări nemembre ale Uniunii, de exemplu îmbunătățirea standardelor sociale ale furnizorilor, programele de eliminare a muncii copiilor sau cele de dezvoltare generală și a mediului. Aceste aspecte nu pot submina obiectivul realizării unor schimburi comerciale deschise și echitabile prin protejarea producției Uniunii în fața denaturărilor comerciale internaționale precum dumpingul, prin aplicarea unor instrumente de protecție comercială în conformitate cu legislația UE și normele OMC.
- (229) Totuși, această evaluare preliminară poate avea nevoie de o analiză suplimentară atentă, în urma observațiilor părților interesate.

G. MĂSURI ANTIDUMPING PROVIZORII

1. Nivelul de eliminare a prejudiciului

- (230) Ținând seama de concluziile privind dumpingul, prejudiciul, legătura de cauzalitate și interesul Uniunii, ar trebui instituite măsuri antidumping provizorii pentru a se preveni agravarea prejudiciului cauzat industriei din Uniune de importurile care fac obiectul unui dumping.
- (231) Pentru a determina nivelul acestor măsuri, s-a ținut cont de marjele de dumping constatate și de valoarea taxei necesare pentru a elimina prejudiciul suferit de industria din Uniune.
- (232) Pentru calcularea valorii taxei necesare pentru a elimina efectele dumpingului prejudiciabil, s-a considerat că orice măsură trebuie să permită industriei din Uniune să își acopere costurile de producție și să realizeze un profit înainte de impozitare, profit pe care o industrie de acest tip ar putea să îl obțină în mod rezonabil în acest sector în condiții de concurență normală, adică în absența importurilor care fac obiectul unui dumping, din vânzările de produs similar în Uniune. Conform explicațiilor din considerentul (135) de mai sus, o marjă de profit de 6 % din cifra de afaceri este privită temporar ca un minim adecvat pe care industria din Uniune l-ar fi putut obține în absența dumpingului prejudiciabil.
- (233) Pe această bază, s-a calculat un preț neprejudiciabil al produsului similar pentru industria din Uniune. Prețul neprejudiciabil a fost obținut prin deducerea profitului efectiv din prețul franco fabrică și prin adăugarea la prețul de vânzare astfel calculat, corespunzător pragului de rentabilitate al industriei din Uniune, a marjei de profit de 6 % menționată anterior.

(234) Majorarea de preț necesară a fost apoi determinată prin compararea prețului de import mediu ponderat al producătorilor-exportatori cooperanți din RPC, astfel cum a fost stabilit pentru calculul subcotării, cu prețul neprejudiciabil al produselor vândute de industria din Uniune pe piața Uniunii, în cursul PA. Orice diferență care a rezultat din această comparație a fost în continuare exprimată ca procent din valoarea de import CIF medie totală.

2. Măsuri provizorii

(235) Luând în considerare cele menționate mai sus, se consideră că, în conformitate cu articolul 7 alineatul (2) din regulamentul de bază, ar trebui să se instituie măsuri antidumping provizorii la importurile originare din RPC, la nivelul cel mai mic dintre nivelul marjei de dumping și cel al marjei de prejudiciu, în conformitate cu regula taxei celei mai mici.

(236) Pe baza celor de mai sus s-au stabilit nivelurile taxei antidumping, în acest caz la nivelul marjei de dumping.

(237) Nivelurile taxei antidumping pentru fiecare societate, menționate în prezentul regulament, s-au stabilit pe baza constatărilor prezentei anchete. Prin urmare, ele reflectă situația constatată în cursul anchetei în legătură cu societățile respective. Astfel, aceste niveluri ale taxei (spre deosebire de taxa națională aplicabilă în cazul „tuturor celorlalte societăți”) sunt aplicabile exclusiv importurilor de produse originare din RPC și fabricate de societățile respective, și anume de persoanele juridice menționate. Produsele importate fabricate 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,

nu pot beneficia de aceste niveluri și fac obiectul nivelului taxei aplicabile „tuturor celorlalte societăți”.

(238) Orice cerere de aplicare a acestor niveluri individuale ale taxei antidumping (de exemplu, în urma schimbării denumirii entității sau a înființării unor noi entități de producție sau de vânzare) ar trebui să fie adresată imediat Comisiei ⁽¹⁾ și să conțină toate informațiile relevante, în special privind orice modificare a activităților societății în ceea ce privește producția, vânzările interne și la export asociate, de exemplu, cu schimbarea denumirii sau cu modificarea entităților de producție și de vânzare. Regulamentul va fi modificat, după caz, prin actualizarea listei societăților care beneficiază de niveluri individuale ale taxei.

(239) Pentru a asigura o aplicare corespunzătoare a taxei antidumping, nivelul taxei reziduale ar trebui să se aplice nu numai producătorilor-exportatori necooperanți, ci și acelor producători care nu au realizat exporturi către Uniune în decursul PA.

(240) O parte a solicitat ca, dacă se instituie măsuri, acestea să îmbrace forma unui preț minim. Partea respectivă a afirmat că taxele *ad valorem* ar afecta în mod special clienții care cumpără produse importate de calitate bună și/sau cu greutate mare. Totuși, ancheta a arătat că nicio altă formă de măsuri nu ar fi mai potrivită, ținând seama de gama de obiecte care intră în definiția produsului.

(241) Pe baza celor de mai sus, marjele de dumping și de prejudiciu stabilite și nivelurile taxei provizorii sunt următoarele:

Societate	Marjă de dumping	Marjă de prejudiciu	Nivelul taxei provizorii
Hunan Hualian China Industry Co., Ltd; Hunan Hualian Ebillion Industry Co., Ltd; Hunan Liling Hongguanyao China Industry Co., Ltd și Hunan Hualian Yuxiang China Industry Co., Ltd	26,8 %	45,3 %	26,8 %
Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co., Ltd și Guangxi Sanhuan Lucky Xinda Import & Export Co., Ltd	31,2 %	85,3 %	31,2 %
CHL International Ltd și CHL Porcelain Industries Ltd	30,0 %	109,3 %	30,0 %
Shandong Zibo Niceton-Marck Huaguang Ceramics Limited; Zibo Huatong Ceramics Co., Ltd; Shandong Silver Phoenix Co., Ltd; Niceton Ceramics (Linyi) Co., Ltd și Linyi Jingshi Ceramics Co., Ltd	17,6 %	76,0 %	17,6 %
Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramics Co., Ltd	23,0 %	44,8 %	23,0 %
Toți ceilalți producători-exportatori cooperanți	26,6 %	76,1 %	26,6 %
Toate celelalte societăți	58,8 %	109,3 %	58,8 %

⁽¹⁾ Comisia Europeană, Direcția Generală Comerț, Direcția H, 1049 Bruxelles, Belgia.

H. DISPOZIȚIE FINALĂ

- (242) În interesul unei bune administrări, ar trebui să se stabilească o perioadă în decursul căreia părțile interesate care s-au făcut cunoscute în termenul specificat în avizul de deschidere să își poată prezenta în scris punctele de vedere și să poată solicita o audiere. Constatările privind instituirea de taxe făcute în scopul prezentului regulament sunt provizorii și ar putea fi necesară reexaminarea lor în scopul oricăror măsuri definitive,

ADOPTĂ PREZENTUL REGULAMENT:

Articolul 1

1. Prin prezentul regulament se instituie o taxă antidumping provizorie la importurile de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică, excluzând cuțitele ceramice, care se încadrează în prezent la codurile NC ex 6911 10 00, ex 6912 00 10, ex 6912 00 30, ex 6912 00 50 și ex 6912 00 90 (codurile TARIC 6911 10 00 90, 6912 00 10 11, 6912 00 10 91, 6912 00 30 10, 6912 00 50 10 și 6912 00 90 10) și care provin din Republica Populară Chineză.

2. Nivelul taxei antidumping provizorii care se aplică la prețul net franco la frontiera Uniunii, înainte de vămuire, se stabilește pentru produsul descris la alineatul (1) și fabricat de către societățile enumerate mai jos după cum urmează:

Societate	Taxă vamală	Cod adițional TARIC
Hunan Hualian China Industry Co., Ltd; Hunan Hualian Ebillion Industry Co., Ltd; Hunan Liling Hongguanyao China Industry Co., Ltd; Hunan Hualian Yuxiang China Industry Co., Ltd	26,8 %	B349
Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co., Ltd	31,2 %	B350
CHL Porcelain Industries Ltd	30,0 %	B351
Shandong Zibo Niceton-Marck Huaguang Ceramics Limited; Zibo Huatong Ceramics Co., Ltd; Shandong Silver Phoenix Co., Ltd; Niceton Ceramics (Linyi) Co., Ltd Linyi Jingshi Ceramics Co., Ltd	17,6 %	B352
Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramics Co., Ltd	23,0 %	B353
Societățile enumerate în Anexa I	26,6 %	B354
Toate celelalte societăți	58,8 %	B999

3. Aplicarea nivelurilor taxei antidumping provizorii specificate pentru societățile menționate la alineatul (2) este condiționată de prezentarea la autoritățile vamale ale statelor membre a unei facturi comerciale valide, care îndeplinește cerințele stabilite în anexa II. În cazul în care 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. Cu excepția cazului în care se prevede altfel, se aplică dispozițiile în vigoare în materie de taxe vamale.

Articolul 2

1. Fără a aduce atingere articolului 20 din Regulamentul (CE) nr. 1225/2009 al Consiliului, părțile interesate pot solicita să fie informate cu privire la faptele și considerentele esențiale pe baza cărora a fost adoptat prezentul regulament, își pot prezenta în scris punctele de vedere și pot înainta o cerere pentru a fi audiate de către Comisie, în termen de o lună de la data intrării în vigoare a prezentului regulament.

2. În temeiul articolului 21 alineatul (4) din Regulamentul (CE) nr. 1225/2009 al Consiliului, părțile în cauză pot prezenta observații privind aplicarea prezentului regulament în termen de o lună de la data intrării sale în vigoare.

Articolul 3

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

Articolul 1 din prezentul regulament 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, 14 noiembrie 2012.

Pentru Comisie
Președintele
José Manuel BARROSO

ANEXA I

Producători-exportatori cooperanți din China, neincluși în eșantion (cod adițional TARIC B354):

- (1) Amaida Ceramic Product Co., Ltd.
- (2) Asianera Porcelain (Tangshan) Ltd.
- (3) Beiliu Changlong Ceramics Co., Ltd.
- (4) Beiliu City Heyun Building Materials Co., Ltd.
- (5) Beiliu Jiasheng Porcelain Co., Ltd.
- (6) Beiliu Quanli Ceramic Co., Ltd.
- (7) Beiliu Windview Industries Ltd.
- (8) Betterway International Co., Ltd.
- (9) Cameo China (Fengfeng) Co., Ltd.
- (10) Changsha Ellen-Design Arts & Crafts Co., Ltd.
- (11) Changsha Happy Go Products Developing Co., Ltd.
- (12) Chao Ao Huadayu Craftwork Factory
- (13) Chao'an Lian Xing Yuan Ceramics Co., Ltd.
- (14) Chaoan Oh Yeah Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (15) Chaoan Xin Yuan Ceramics Factory
- (16) Chao'an Yongsheng Ceramic Industry Co., Ltd.
- (17) Chaozhou Baode Ceramics Co., Ltd.
- (18) Chaozhou Baodyai Porcelain Co., Ltd.
- (19) Chaozhou Baolian Ceramics Co., Ltd.
- (20) Chaozhou Big Arrow Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (21) Chaozhou Boshifa Ceramics Making Co., Ltd.
- (22) Chaozhou Cantake Craft Co., Ltd.
- (23) Chaozhou Ceramics Industry and Trade General Corp.
- (24) Chaozhou Chaofeng Ceramic Making Co., Ltd.
- (25) Chaozhou Chengxi Jijie Art & Craft Painted Porcelain Fty.
- (26) Chaozhou Chengxinda Ceramics Industry Co., Ltd.
- (27) Chaozhou Chenhui Ceramics Co., Ltd.
- (28) Chaozhou Chonvson Ceramics Industry Co., Ltd.
- (29) Chaozhou Daxin Arts & Crafts Co., Ltd.
- (30) Chaozhou Dayi Ceramics Industries Co., Ltd.
- (31) Chaozhou Dehong Ceramics Making Co., Ltd.
- (32) Chaozhou Deko Ceramic Co., Ltd.
- (33) Chaozhou Diamond Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (34) Chaozhou Dongyi Ceramics Co., Ltd.
- (35) Chaozhou Dragon Porcelain Industrial Co., Ltd.
- (36) Chaozhou Fairway Ceramics Manufacturing Co., Ltd.
- (37) Chaozhou Feida Ceramics Industries Co., Ltd.
- (38) Chaozhou Fengxi Baita Ceramics Fty.
- (39) Chaozhou Fengxi Canhui Ceramics Manufactory
- (40) Chaozhou Fengxi Dongtian Porcelain Fty. No.2
- (41) Chaozhou Fengxi Feng'er Ceramics Craft Fty.

- (42) Chaozhou Fengxi Hongrong Color Porcelain Fty.
- (43) Chaozhou Fengxi Shengshui Porcelain Art Factory
- (44) Chaozhou Fengxi Zone Jinbaichuan Porcelain Crafts Factory
- (45) Chaozhou Fromone Ceramic Co., Ltd.
- (46) Chaozhou Genol Ceramics Manufacture Co., Ltd.
- (47) Chaozhou Good Concept Ceramics Co., Ltd.
- (48) Chaozhou Grand Collection Tableware Co. Ltd.
- (49) Chaozhou Guangjia Ceramics Manufacture Co., Ltd.
- (50) Chaozhou Guidu Ceramics Co., Ltd.
- (51) Chaozhou Haihong Ceramics Making Co., Ltd.
- (52) Chaozhou Hengchuang Porcelain Co., Ltd.
- (53) Chaozhou Henglibao Porcelain Industrial Co., Ltd.
- (54) Chaozhou Hongbo Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (55) Chaozhou Hongjia Ceramics Making Co., Ltd.
- (56) Chaozhou Hongye Ceramics Manufactory Co., Ltd.
- (57) Chaozhou Hongye Porcelain Development Co., Ltd.
- (58) Chaozhou Hongyue Porcelain Industry Co., Ltd.
- (59) Chaozhou Hongzhan Ceramic Manufacture Co., Ltd.
- (60) Chaozhou Hua Da Ceramics Making Co., Ltd.
- (61) Chaozhou Huabo Ceramic Co., Ltd.
- (62) Chaozhou Huade Ceramics Manufacture Co., Ltd.
- (63) Chaozhou Huashan Industrial Co., Ltd.
- (64) Chaozhou Huayu Ceramics Co., Ltd.
- (65) Chaozhou Huazong Ceramics Industries Co., Ltd.
- (66) Chaozhou Huifeng Ceramics Craft Making Co., Ltd.
- (67) Chaozhou J&M Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (68) Chaozhou Jencymic Co., Ltd.
- (69) Chaozhou Jiahua Ceramics Co., Ltd.
- (70) Chaozhou Jiahuabao Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (71) Chaozhou JiaHui Ceramic Factory
- (72) Chaozhou Jiaye Ceramics Making Co., Ltd.
- (73) Chaozhou Jiayi Ceramics Making Co., Ltd.
- (74) Chaozhou Jiayu Ceramics Making Co., Ltd.
- (75) Chaozhou Jin Jia Da Porcelain Industry Co., Ltd.
- (76) Chaozhou Jingfeng Ceramics Craft Co., Ltd.
- (77) Chaozhou Jinqiangyi Ceramics Co., Ltd.
- (78) Chaozhou Jinyuanli Ceramics Manufacture Co., Ltd.
- (79) Chaozhou Kaibo Ceramics Making Co., Ltd.
- (80) Chaozhou Kedali Porcelain Industrial Co., Ltd.
- (81) Chaozhou King's Porcelain Industry Co., Ltd.
- (82) Chaozhou Kingwave Porcelain & Pigment Co., Ltd.
- (83) Chaozhou Lemontree Tableware Co., Ltd.
- (84) Chaozhou Lianfeng Porcelain Co., Ltd.
- (85) Chaozhou Lianjun Ceramics Co., Ltd.

- (86) Chaozhou Lianyu Ceramics Co., Ltd.
- (87) ChaoZhou Lianyuan Ceramic Making Co., Ltd.
- (88) Chaozhou Lisheng Ceramics Co., Ltd.
- (89) Chaozhou Loving Home Porcelain Co., Ltd.
- (90) Chaozhou Maocheng Industry Dve. Co., Ltd.
- (91) Chaozhou MBB Porcelain Factory
- (92) Chaozhou Mingyu Porcelain Industry Co., Ltd.
- (93) Chaozhou New Power Ltd.
- (94) Chaozhou Ohga Porcelain Co.,Ltd.
- (95) Chaozhou Oubo Ceramics Co., Ltd.
- (96) Chaozhou Pengfa Ceramics Manufactory Co., Ltd.
- (97) Chaozhou Pengxing Ceramics Co., Ltd.
- (98) Chaozhou Qingfa Ceramics Co., Ltd.
- (99) Chaozhou Raoping Xinfeng Yangda Porcelain Factory
- (100) Chaozhou Ronghua Ceramics Making Co., Ltd.
- (101) Chaozhou Ronglibao Porcelain Co., Ltd.
- (102) Chaozhou Rui Cheng Porcelain Industry Co., Ltd.
- (103) Chaozhou Rui Xiang Porcelain Industrial Co., Ltd.
- (104) Chaozhou Ruilong Ceramics Co., Ltd.
- (105) Chaozhou Sanhua Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (106) Chaozhou Sanming Industrial Co., Ltd.
- (107) Chaozhou Santai Porcelain Co., Ltd.
- (108) Chaozhou Shunqiang Ceramics Making Co., Ltd.
- (109) Chaozhou Shuntai Ceramic Manufactory Co., Ltd.
- (110) Chaozhou Songfa Ceramics Co.,Ltd.
- (111) Chaozhou Sundisk Ceramics Making Co., Ltd.
- (112) Chaozhou Teemjade Ceramics Co., Ltd.
- (113) Chaozhou Thyme Ceramics Co., Ltd.
- (114) Chaozhou Tongxing Huajiang Ceramics Making Co., Ltd
- (115) Chaozhou Totye Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (116) Chaozhou Trend Art & Crafts Co., Ltd.
- (117) Chaozhou Uncommon Craft Industrial Co., Ltd.
- (118) Chaozhou Weida Ceramic Making Co., Ltd.
- (119) Chaozhou Weigao Ceramic Craft Co., Ltd.
- (120) Chaozhou Wingoal Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (121) Chaozhou Wood House Porcelain Co., Ltd.
- (122) Chaozhou Xiangye Ceramics Craft Making Co., Ltd.
- (123) Chaozhou Xin Weicheng CP., Ltd.
- (124) Chaozhou Xincheng Ceramics Co., Ltd.
- (125) Chaozhou Xinde Ceramics Craft Factory
- (126) Chaozhou Xingguang Ceramics Co., Ltd.
- (127) Chaozhou Xinhui Porcelain Co., Ltd.
- (128) Chaozhou Xinkai Porcelain Co., Ltd.
- (129) Chaozhou Xinlong Porcelain Industrial Co., Ltd.

- (130) Chaozhou Xinyu Porcelain Industrial Co., Ltd.
- (131) Chaozhou Xinyue Ceramics Manufacture Co., Ltd.
- (132) Chaozhou Yangguang Ceramics Co., Ltd.
- (133) Chaozhou Yaran Ceramics Craft Making Co., Ltd.
- (134) Chaozhou Yinhe Ceramics Co., Ltd.
- (135) Chaozhou Yongsheng Ceramics Manufacturing Co., Ltd.
- (136) Chaozhou Yongxuan Domestic Ceramics Manufactory Co., Ltd.
- (137) Chaozhou Yu Ri Ceramics Making Co., Ltd.
- (138) Chaozhou Yuefeng Ceramics Ind. Co., Ltd.
- (139) Chaozhou Yufeng Ceramics Making Factory
- (140) Chaozhou Zhongxia Porcelain Factory Co., Ltd.
- (141) Chaozhou Zhongye Ceramics Co., Ltd.
- (142) Dabu Yongxingxiang Ceramics Co., Ltd.
- (143) Dapu Fuda Ceramics Co., Ltd.
- (144) Dapu Taoyuan Porcelain Factory
- (145) Dasheng Ceramics Co., Ltd. Dehua
- (146) De Hua Hongshun Ceramic Co., Ltd.
- (147) Dehua Hongsheng Ceramic Co., Ltd.
- (148) Dehua Jianyi Porcelain Industry Co., Ltd.
- (149) Dehua Kaiyuan Porcelain Industry Co., Ltd.
- (150) Dehua Ruyuan Gifts Co., Ltd.
- (151) Dehua Xinmei Ceramics Co., Ltd.
- (152) Dongguan Kenney Ceramic Ltd.
- (153) Dongguan Shilong Kyocera Co., Ltd.
- (154) Dongguan Yongfuda Ceramics Co., Ltd.
- (155) Evershine Fine China Co., Ltd.
- (156) Excellent Porcelain Co., Ltd.
- (157) Fair-Link Limited (Xiamen)
- (158) Far East (Boluo) Ceramics Factory Co., Ltd.
- (159) Far East (chaozhou) Ceramics Factory Co., Ltd.
- (160) Fengfeng Mining District Yuhang Ceramic Co. Ltd. (Yuhang)
- (161) Foshan Metart Company Limited
- (162) Fujian De Hua Jiashun Art&Crafts Co., Ltd.
- (163) Fujian Dehua Chengyi Ceramics Co., Ltd.
- (164) Fujian Dehua Five Continents Ceramic Manufacturing Co., Ltd.
- (165) Fujian Dehua Fujue Ceramics Co., Ltd.
- (166) Fujian Dehua Full Win Crafts Co., Ltd.
- (167) Fujian Dehua Fusheng Ceramics Co., Ltd.
- (168) Fujian Dehua Gentle Porcelain Co., Ltd.
- (169) Fujian Dehua Guanhong Ceramic Co., Ltd.
- (170) Fujian Dehua Guanjie Ceramics Co., Ltd.
- (171) Fujian Dehua Hiap Huat Koyo Toki Co., Ltd.
- (172) Fujian Dehua Hongda Ceramics Co., Ltd.
- (173) Fujian Dehua Hongsheng Arts & Crafts Co., Ltd.

- (174) Fujian Dehua Hongyu Ceramic Co., Ltd.
- (175) Fujian Dehua Huachen Ceramics Co., Ltd.
- (176) Fujian Dehua Huaxia Ceramics Co., Ltd.
- (177) Fujian Dehua Huilong Ceramic Co., Ltd.
- (178) Fujian Dehua Jingyi Ceramics Co., Ltd.
- (179) Fujian Dehua Jinhua Porcelain Co., Ltd.
- (180) Fujian Dehua Jinzhu Ceramics Co., Ltd.
- (181) Fujian Dehua Lianda Ceramic Co., Ltd.
- (182) Fujian Dehua Myinghua Ceramics Co., Ltd.
- (183) Fujian Dehua Pengxin Ceramics Co., Ltd.
- (184) Fujian Dehua Rongxin Ceramic Co., Ltd.
- (185) Fujian Dehua Shisheng Ceramics Co., Ltd.
- (186) Fujian Dehua Will Ceramic Co., Ltd.
- (187) Fujian Dehua Xianda Ceramic Factory
- (188) Fujian Dehua Xianghui Ceramic Co., Ltd.
- (189) Fujian Dehua Xingye Ceramic Co., Ltd.
- (190) Fujian Dehua Yonghuang Ceramic Co., Ltd.
- (191) Fujian Dehua Yousheng Ceramics Co., Ltd.
- (192) Fujian Dehua You-Young Crafts Co., Ltd.
- (193) Fujian Dehua Zhenfeng Ceramics Co., Ltd.
- (194) Fujian Dehua Zhennan Ceramics Co., Ltd.
- (195) Fujian Jackson Arts and Crafts Co., Ltd.
- (196) Fujian Jiamei Group Corporation
- (197) Fujian Profit Corp
- (198) Fujian Province Dehua County Beatrot Ceramic Co., Ltd.
- (199) Fujian Province Yongchun County Foreign Processing and Assembling Corporation
- (200) Fujian Quanzhou Longpeng Group Co., Ltd.
- (201) Fujian Quanzhou Shunmei Group Co., Ltd.
- (202) Fung Lin Wah Group
- (203) Ganzhou Koin Structure Ceramics Co., Ltd.
- (204) Global Housewares Factory
- (205) Guangdong Baofeng Ceramic Technology Development Co., Ltd.
- (206) Guangdong Bening Ceramics Industries Co., Ltd.
- (207) Guangdong Daye Porcelain Co., Ltd.
- (208) Guangdong Dongbao Group Co., Ltd.
- (209) Guangdong Huaxing Ceramics Co., Ltd.
- (210) Guangdong Quanfu Ceramics Ind. Co., Ltd.
- (211) Guangdong Shunxiang Porcelain Co., Ltd.
- (212) Guangdong Sitong Group Co., Ltd.
- (213) Guangdong Songfa Ceramics Co., Ltd.
- (214) Guangdong Yutai Porcelain Co., Ltd.
- (215) Guangxi Beiliu City Ming Chao Porcelain Co., Ltd.
- (216) Guangxi Beiliu Guixin Porcelain Co., Ltd.
- (217) Guangxi Beiliu Huasheng Porcelain Ltd.

- (218) Guangxi Beiliu Newcentury Ceramic Llc.
- (219) Guangxi Beiliu Qinglang Porcelain Trade Co., Ltd.
- (220) Guangxi Beiliu Rili Porcelain Co.,Ltd.
- (221) Guangxi Beiliu Xiongfa Ceramics Co., Ltd.
- (222) Guangxi Beiliu Yujie Porcelain Co., Ltd.
- (223) Guangxi Beiliu Zhongli Ceramics Co., Ltd
- (224) Guangxi Nanshan Porcelain Co., Ltd.
- (225) Guangxi Xin Fu Yuan Co. Ltd.
- (226) Guangxi Yulin Rongxing Ceramics Co., Ltd.
- (227) Guangzhou Chaintime Porcelain Co., Ltd.
- (228) Guangzhou Xiongji Imp. & Exp. Co., Ltd.
- (229) Haofa Ceramics Co., Ltd. of Dehua Fujian
- (230) Hebei Dersun Ceramic Co., Ltd.
- (231) Hebei Great Wall Ceramic Co., Ltd.
- (232) Hunan Baihua Ceramics Co., Ltd.
- (233) Hunan Eka Ceramics Co., Ltd.
- (234) Hunan Fungdeli Ceramics Co., Ltd.
- (235) Hunan Gaofeng Ceramic Manufacturing Co., Ltd.
- (236) Hunan Greture Co., Ltd.
- (237) Hunan Huawei China Industry Co., Ltd
- (238) Hunan Huayun Ceramics Factory Co., Ltd
- (239) Hunan Liling Tianxin China Industry Ltd.
- (240) Hunan Provincial Liling Chuhua Ceramic Industrial Co., Ltd.
- (241) Hunan Quanxiang Ceramics Corp. Ltd.
- (242) Hunan Taisun Ceramics Co., Ltd.
- (243) Hunan Victor Imp. & Exp. Co., Ltd
- (244) Hunan Wing Star Ceramic Co., Ltd.
- (245) Hunan Xianfeng Ceramic Industry Co.,Ltd
- (246) Jiangsu Gaochun Ceramics Co., Ltd.
- (247) Jiangsu Yixing Fine Pottery Corp., Ltd.
- (248) Jiangxi Global Ceramic Co., Ltd.
- (249) Jiangxi Kangshu Porcelain Co.,Ltd.
- (250) Jingdezhen F&B Porcelain Co., Ltd.
- (251) Jingdezhen Yuanjing Porcelain Industry Co., Ltd.
- (252) Jiyuan Jukang Xingxing Ceramics Co., Ltd.
- (253) Joyye Arts & Crafts Co., Ltd.
- (254) Junior Star Ent's Co., Ltd.
- (255) K&T Ceramics International Co., Ltd.
- (256) Kam Lee (Xing Guo) Metal and Plastic Fty. Co., Ltd.
- (257) Karpery Industrial Co., Ltd.
- (258) Kilncraft Ceramics Ltd.
- (259) Lian Jiang Golden Faith Porcelain Co., Ltd.
- (260) Liling Esion Homeware Co., Ltd.
- (261) Liling Gaopeng Ceramic Industry Co., Ltd.

- (262) Liling GuanQian Ceramic Manufacture Co., Ltd.
- (263) Liling Huahui Ceramic Manufacturing Co., Ltd.
- (264) Liling Huawang Ceramics Manufacturing Co., Ltd.
- (265) Liling Kaiwei Ceramic Co., Ltd.
- (266) Liling Liangsheng Ceramic Manufacture Co., Ltd.
- (267) Liling Minghui Ceramic Factory
- (268) Liling Only Co., Ltd.
- (269) Liling Quanhu Industries General Company
- (270) Liling Rongxiang Ceramic Co., Ltd.
- (271) Liling Ruixiang Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (272) Liling Santang Ceramics Manufacturing Co., Ltd.
- (273) Liling Shenghua Industrial Co., Ltd.
- (274) Liling Swan Household Co., Ltd.
- (275) Liling Tengrui Industrial and Trading Co., Ltd.
- (276) Liling United Ceramic-Ware Manufacturing Co., Ltd.
- (277) Liling Yihong Arts & Crafts Co., Ltd.
- (278) Liling Yonghe Porcelain Factory
- (279) Liling Yucha Ceramics Co., Ltd.
- (280) Linyi Jinli Ceramics Co., Ltd.
- (281) Linyi Pengcheng Industry Co., Ltd.
- (282) Linyi Wanqiang Ceramics Co., Ltd.
- (283) Linyi Zhaogang Ceramics Co., Ltd.
- (284) Liveon Industrial Co., Ltd.
- (285) Long Da Bone China Co., Ltd.
- (286) Meizhou Gaoyu Ceramics Co., Ltd.
- (287) Meizhou Lianshunchang Trading Co., Ltd.
- (288) Meizhou Xinma Ceramics Co., Ltd.
- (289) Meizhou Yuanfeng Ceramic Industry Co., Ltd.
- (290) Meizhou Zhong Guang Industrial Co., Ltd.
- (291) Miracle Dynasty Fine Bone China (Shanghai) Co., Ltd.
- (292) Photo USA Electronic Graphic Inc.
- (293) Quanzhou Allen Light Industry Co., Ltd.
- (294) Quanzhou Chuangli Craft Co., Ltd.
- (295) Quanzhou Dehua Fangsheng Arts Co., Ltd.
- (296) Quanzhou Haofu Gifts Co., Ltd.
- (297) Quanzhou Hongsheng Group Corporation
- (298) Quanzhou Jianwen Craft Co., Ltd.
- (299) Quanzhou Kunda Gifts Co., Ltd.
- (300) Quanzhou Yongchun Shengyi Ceramics Co., Ltd.
- (301) Raoping Bright Future Porcelain Factory (RBF)
- (302) Raoping Sanrao Yicheng Porcelain Factory
- (303) Raoping Sanyi Industrial Co., Ltd.
- (304) Raylon Enterprise Co., Ltd.
- (305) Rong Lin Wah Industrial (Shenzhen) Co., Ltd.

- (306) Shandong Futai Ceramics Co., Ltd.
- (307) Shandong Gaode Hongye Ceramics Co., Ltd.
- (308) Shandong Kunlun Ceramic Co., Ltd.
- (309) Shandong Zhaoding Porcelain Co., Ltd.
- (310) Shantou Ceramics Industry Supply & Marketing Corp.
- (311) Shantou Jinyuan Huajing Economic Trading Co., Ltd.
- (312) Sheng Hua Ceramics Co., Ltd.
- (313) Shenzhen Baoshengfeng Imp. & Exp. Co., Ltd.
- (314) Shenzhen Bright Future Industry Co., Ltd. (SBF)
- (315) Shenzhen Donglin Industry Co., Ltd.
- (316) Shenzhen Ever Nice Industry Co., Ltd.
- (317) Shenzhen Evergrows Trading Co., Ltd.
- (318) Shenzhen Fuliuyan Porcelain Co., Ltd.
- (319) Shenzhen Fuxingjiayun Ceramics Co., Ltd.
- (320) Shenzhen Gottawa Industrial Ltd.
- (321) Shenzhen Hiker Housewares Ltd.
- (322) Shenzhen Senyi Porcelain Industry Co. Ltd.
- (323) Shenzhen Tao Hui Industrial Co., Ltd.
- (324) Shenzhen Topchoice Industries Limited
- (325) Shenzhen Trueland Industrial Co., Ltd.
- (326) Shenzhen Universal Industrial Co., Ltd.
- (327) Shenzhen Zhan Peng Xiang Industrial Co., Ltd.
- (328) Shijiazhuang Kuangqu Huakang Porcelain Co., Ltd.
- (329) Shun Sheng Da Group Co., Ltd. Quanzhou Fujian
- (330) Stechcol Ceramic Crafts Development (Shenzhen) Co., Ltd.
- (331) Tangshan Beifangcidu Ceramic Group Co., Ltd.
- (332) Tangshan Boyu Osseous Ceramic Co., Ltd.
- (333) Tangshan Daxin Ceramics Co., Ltd.
- (334) Tangshan Golden Ceramic Co., Ltd.
- (335) Tangshan Haigelei Fine Bone Porcelain Co., Ltd.
- (336) Tangshan Hengrui Porcelain Industry Co., Ltd.
- (337) Tangshan Huamei Porcelain Co., Ltd.
- (338) Tangshan Huaxincheng Ceramic Products Co., Ltd.
- (339) Tangshan Huyuan Bone China Co., Ltd.
- (340) Tangshan Imperial-Hero Ceramics Co., Ltd.
- (341) Tangshan Jinfangyuan Bone China Manufacturing Co., Ltd.
- (342) Tangshan Keyhandle Ceramic Co., Ltd.
- (343) Tangshan Longchang Ceramics Co., Ltd.
- (344) Tangshan Masterwell Ceramic Co., Ltd.
- (345) Tangshan Redrose Porcelain Products Co., Ltd.
- (346) Tangshan Shiyu Commerce Co., Ltd.
- (347) Tangshan Xueyan Industrial Co., Ltd.
- (348) Tangshan Yida Industrial Corp.
- (349) Tao Yuan Porcelain Factory

- (350) Teammann Co., Ltd.
 - (351) The China & Hong Kong Resources Co., Ltd.
 - (352) The Great Wall Group Holding Co., Ltd.
 - (353) Tienshan (Handan) Tableware Co., Ltd. (Tienshan)
 - (354) Topking Industry (China) Ltd.
 - (355) Tschinawares Co., Ltd.
 - (356) Weijian Ceramic Industrial Co., Ltd.
 - (357) Weiye Ceramics Co., Ltd.
 - (358) Winpat Industrial Co., Ltd.
 - (359) Xiamen Acrobat Splendor Ceramics Co., Ltd.
 - (360) Xiamen Johnchina Fine Polishing Tech Co., Ltd.
 - (361) Xiangqiang Ceramic Manufacturing Co., Ltd.
 - (362) Xin Fu Yuan Co. Ltd.
 - (363) Xin Xing Xian Xinjiang Pottery Co., Ltd.
 - (364) Xinhua County Huayang Porcelain Co., Ltd.
 - (365) Xuchang Jianxing Porcelain Products Co., Ltd.
 - (366) Yangjiang Shi Ba Zi Kitchen Ware Manufacturing Co., Ltd.
 - (367) Yanling Hongyi Import N Export Trade Co., Ltd.
 - (368) Ying-Hai (Shenzhen) Industry Dev. Co., Ltd.
 - (369) Yiyang Red. Star Ceramics Ltd.
 - (370) Yong Feng Yuan Industry Co., Ltd. (Yong Feng Yuan Industry)
 - (371) Yongchun Dahui Crafts Co., Ltd.
 - (372) Youzhou City Kongjia Porcelain Co., Ltd.
 - (373) Yu Yuan Ceramics Co., Ltd.
 - (374) Yuzhou Huixiang Ceramics Co., Ltd.
 - (375) Yuzhou Ruilong Ceramics Co., Ltd.
 - (376) Zhangjiakou Xuanhua Yici Ceramics Co., Ltd. (Xuanhua Yici)
 - (377) Zhejiang Nansong Ceramics Co., Ltd.
 - (378) Zhuhai Luckyman Electronic Co., Ltd.
 - (379) Zibo Boshan Shantou Ceramic Factory
 - (380) Zibo CAC Chinaware Co., Ltd.
 - (381) Zibo Fortune Light Industrial Products Co., Ltd.
 - (382) Zibo Fuxin Porcelain Co., Ltd.
 - (383) Zibo GaoDe Ceramic Technology & Development Co., Ltd.
 - (384) Zibo Hongda Ceramics Co., Ltd.
 - (385) Zibo Jinxin Light Industrial Products Co., Ltd.
 - (386) Zibo Kunyang Ceramic Corporation Limited
-

ANEXA II

Pe factura comercială valabilă menționată la articolul 1 alineatul (3) trebuie să figureze o declarație semnată de către un reprezentant oficial al entității care eliberează factura comercială, după următorul model:

- (1) Numele și funcția reprezentantului oficial al entității care emite factura comercială.
 - (2) Următoarea declarație: „Subsemnatul, certific prin prezenta că (volumul) de articole de masă și articole de bucătărie din ceramică vândute la export în Uniunea Europeană și vizate de prezenta factură a fost produs de (denumirea și adresa societății) (codul adițional TARIC) în (țara în cauză). Declar că informațiile furnizate în prezenta factură sunt complete și corecte.”
 - (3) Data și semnătura.
-