

Derybinė pozicija

dėl

Europos stalo ir virtuvės reikmenų importuotojų

Europos stalo ir virtuvės reikmenų importuotojai, kuriuos remia daugybė Europos mažmeninės prekybos verslo įmonių ir keletas Europos gamintojų, prieštarauja ir **priešinas** antidempingo mokesčių įvedimui Kinijos Liaudies Respublikoje gaminamiems keraminiams stalo ir virtuvės reikmenims dėl toliau nurodomų priežasčių.

(a) **Skundo pateikėjai (ES gamintojai) nelaikomi tinkamais Bendrijos pramonei:**

- nes ir taip yra labai daug Bendrijos gamintojų, kurie patys importuoja prekes, įsigytas Kinijoje dempingo kaina;
- nes gamintojų, kurie teikia šį skundą, tačiau patys iš Kinijos prekių neimportuoja, sudaro **mažiau nei 25 proc.** visos panašaus produkto gamybos Bendrijos pramonėje;
- todėl, visų pirma, dabar vykstantys procesai neturėjo būti pradėti iš viso.
(Pagrindinių reglamentų 5(4) straipsnis)

(b) **Skundo pareiškėjai (ES gamintojai) sudaro tik nedidelę tiekėjų grupę:**

- todėl, kad rinka priklauso nuo stalo reikmenų importo, kuris sudaro **93 proc.** Rinkos;
- Europos gamintojai sudaro tik **7 proc.** Rinkos;
- skundo pareiškėjai teigia, kad juos remia **35 proc.** Europos gamintojų, o tai reiškia, kad gamintojai, kurie remia skundo pateikėjus, sudaro tik **2,5 proc.** rinkos;
- produktai, importuoti iš Kinijos, sudaro daugiau nei **66 proc.;**
- todėl antidempingo procedūrų įvedimas reikštų mažos rinkos dalies protegavimą didžiausios rinkos dalyvių dalies sąskaita, o tai būtų neproporcinga ir pažeistų Bendrijos interesus.
(Pagrindinių reglamentų 21(1) straipsnis)

(c) **Iš tiesų nėra jokio Kinijos eksportuotojų dempingo:**

- nes Kinijos gamintojai vietinėje rinkoje savo prekes parduoda tokia pačia arba netgi mažesne kaina nei tada, kai jų prekės eksportuojamos.

(Pagrindinių reglamentų 1(2) straipsnis)

(d) **Iš tiesų Kinijos importas nekelia jokios tiesioginės grėsmės:**

- kadangi, viena vertus, yra pakankamai daug Europos gamintojų, kurie gali pagaminti panašios kokybės produktų didžiuliais kiekiais už tokią pačią, o galbūt netgi mažesnę, kainą;
- ir, kita vertus, kainos, kurias Europos importuotojai turėjo mokėti už iš Kinijos importuotus produktus per laikotarpį nuo 2010 m. sausio iki 2012 m. birželio, pabrango **39 proc.**

(Pridedama ištrauka iš Eurostat duomenų bazės)

(e) **Iš tiesų ES gamintojai nepatyrė jokios žalos dėl importo iš Kinijos:**

- nes Europos gamintojai savo prekes parduoda aukščiausios klasės rinkos segmente, kuriam būdingi itin brangūs gaminiai, dažniausiai parduodami tik specializuotose parduotuvėse;
- nes Europos importuotojai savo produkciją tiekia visiškai kitokio pobūdžio rinkos segmentui, kuriam būdingi pigūs gaminiai, parduodami vietinėse mažmeninės prekybos parduotuvėse, esančiose greta vartotojų gyvenamosios vietos;
- todėl produktai, kuriuos importuoja Europos importuotojai, tiesiogiai nekonkuruoja su Europos gamintojų gaminama produkcija;
- štai todėl Europos gamintojai, anot jų pačių finansinių ataskaitų ir pranešimų spaudoje, sugebėjo pasiekti rekordinių verslo rezultatų per pastaruosius keletą metų (nepaisant jų kaltinimų, jog iš Kinijos importuojami produktai perkami dempingo kainomis ir nepaisant ekonominės krizės).

(Pridedami pranešimai spaudoje „BHS tabletop AG“ ir „Steelite International plc“)

(f) **Netgi stambiausi Europos gamintojai prieštarauja antidempingo mokesčiams:**

- nes dabartinė rinkos situacija ir rinkos dalių išsidėstymas tarp ES gamintojų ir importuotojų iš Kinijos nėra pastaruju metu paaštrėjusių problemų, kurioms spręsti reikėtų valdžios institucijų įsikišimo, rezultatas;
- tai įvykių, prasidėjusių prieš keletą dešimtmečių, eigos rezultatas, todėl antidempingo mokesčių įvedimas tokiomis aplinkybėmis **nereikštu** iškraipančių padarinių pašalinimo ir veiksmingos konkurencijos atstatymo;
- tai reikštų visiškai priešingą dalyką, iš tiesų antidempingo mokesčiai užkirstų kelią veiksmingai konkurencijai ir sukeltų iškraipančius padarinius, o tai yra visai ne tai, ko reikia Bendrijos interesams ginti;
- būtent todėl netgi patys stambiausi **Europos gamintojai** kategoriškai **prieštarauja** antidempingo mokesčių įvedimui, ypač dėl to, jog jie nerimauja, kad ir jų verslui tai sukeltų grėsmę.

(Pridedami „Portmeirion Group plc“ ir „Just Mugs Ltd“ laiškai)

(g) **Europos importuotojai ir mažmeninės prekybos verslininkai yra, ko gero, stambesnė „Bendrijos pramonė“:**

- nes jie sudaro didesnę nei **66 proc.** rinkos dalį;
- papildomų mokesčių įvedimas šiam Europos importuotojų sektoriui, taip pat visiems kitiems verslo sektoriams, susijusiems su šių produktų platinimu, sukeltų didžiulę žalą;
- nes Europos importuotojai daugelį metų labai daug investavo ir jiems prireikė įdėti be galo daug pastangų, kad prekiautų toje rinkos dalyje, kurioje yra dabar, kad susikurtų savo prekės ženklus ir sukurtų gerai veikiančią platinimo kanalų ir mažmeninės prekybos vietų sistemą, kurios dėka galima būtų pardavinėti stalo reikmenis prieinamomis kainomis per prekybos taškų, esančių greta vartotojų, tinklą;
- visam tam, kas paminėta aukščiau, įvedus antidempingo mokesčius, iškiltų grėsmė,
- nes ta rinkos dalis, kurioje jie parduoda savo prekes, netoleruos kainų kilimo, kuris kilo ne dėl rinkos dalyvių veiksmų, o dėl **dirbtinio valdžios institucijų kišimosi** (antidempingo mokesčių įvedimo);
- todėl neabejotinai sumažės jų pardavimų apimtys, galimai kai kurių produktų pardavimai sumažės iki nulio.

(h) **Iškils grėsmė prarasti daugybę darbo vietų:**

- nes daug Europos importuotojų ir mažmenininkų, kurių verslas priklauso nuo tiriamų produktų importo, būtų priversti pasitraukti iš rinkos arba iš esmės pertvarkyti savo verslą;
- ne mažiau nei **7 000** darbuotojų prarastų savo darbo vietas vien tik Europos importuotojų pusėje;
- ir dar papildomai keli šimtai, o gal net tūkstančiai, darbuotojų, dirbančių mažmeninėse Europos prekybos vietose;
- pagal „**Metro**“ pateikiamus duomenis, užfiksuotus per Komisijos posėdį 2012 m. rugpjūčio 22 d., labai lengvai gali būti panaikinta ne mažiau kaip 5 000 darbo vietų, susijusių su stalo reikmenų pardavimu visoje Europoje vien tik „Metro“ grupėje.

(„Metro“ yra tik vienas iš dvidešimties žinomiausių mažmeninės prekybos tinklų Europoje, iš kurių kiti yra „Auchan“, „Carrefour“, „Edeka“, „Tesco“ ir t. t.)

(i) **Europos vartotojai patirs didelę žalą:**

- nes papildomų mokesčių įvedimas nepadės Europos gamintojams išspręsti struktūrinių problemų, kurių kai kurie iš jų gali turėti;
- pirmiausiai dėl viso to nukentės **Europos vartotojai**, nes antidempingo mokesčiai turės tiesioginį linijinį poveikį kainoms, ir stalo reikmenys, kuriuos Europos vartotojai buvo įpratę pirkti pigiau, staiga ženkliai pabrangs, o dėl mažėjančių pardavimų šie produktai artimiausioje ateityje iš parduotuvių lentynų visiškai išnyks;
- tokiu būdu Europos vartotojai neteks galimybės nusipirkti stalo ir virtuvės reikmenų prieinamomis kainomis iš netoliese esančių vietinių prekybos tinklų.

Antidempingo mokesčių įvedimas yra neproporcingas ir prieštarauja Bendrijos interesams.

(Pagrindinių reglamentų 21(1) straipsnis)

Priedama:

- „Casa International“ (Europos mažmenininko) protesto laiškas;
- „Todox“ (Europos mažmenininko) protesto laiškas;
- ištrauka iš Eurostat duomenų bazės, „Kainų kilimas importui iš Kinijos 2010 01–2012 06“;
- „Steelite International“ pranešimas spaudai;
- „BHS tabletop“ pranešimas spaudai;
- „Portmeirion Group plc“ (Europos gamintojo) protesto laiškas;
- „Just Mugs Ltd“ (Europos gamintojo) protesto laiškas.