

REGLAMENTO (CE) Nº 1092/97 DE LA COMISIÓN

de 16 de junio de 1997

por el que se establece un derecho antidumping provisional sobre las importaciones en la Comunidad de fósforos de publicidad originarios de Japón

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Reglamento (CE) nº 384/96 del Consejo, de 22 de diciembre de 1995, relativo a la defensa contra las importaciones que sean objeto de dumping por parte de países no miembros de la Comunidad Europea ⁽¹⁾ modificado por el Reglamento (CE) nº 2331/96 ⁽²⁾, y, en particular, su artículo 23,

Visto el Reglamento (CEE) nº 2423/88 del Consejo, de 11 de julio de 1988, relativo a la defensa contra las importaciones que sean objeto de dumping o de subvenciones por parte de países no miembros de la Comunidad Económica Europea ⁽³⁾, cuya última modificación la constituye el Reglamento (CE) nº 522/94 ⁽⁴⁾, y en particular, su artículo 11,

Previa consulta al Comité consultivo,

Considerando lo que sigue:

A. PROCEDIMIENTO

1. Apertura

- (1) En agosto de 1994, la Comisión comunicó, mediante un anuncio publicado en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas* ⁽⁵⁾ la apertura de un procedimiento antidumping con respecto a las importaciones de fósforos de publicidad originarios de Japón y abrió una investigación.
- (2) El procedimiento se inició a consecuencia de una denuncia presentada por la Federación Europea de Fabricantes de Cerillas (FEFA), que actuaba en nombre de los productores más importantes de fósforos de publicidad de la Comunidad y cuya producción conjunta constituye una proporción importante de la producción comunitaria total del producto considerado. La denuncia incluía elementos de prueba del dumping y del perjuicio importante resultante del mismo que se consideraron suficientes para justificar la apertura de una investigación antidumping.

2. Investigación

- (3) La Comisión comunicó oficialmente la apertura de la investigación a los productores/exportadores, importadores notoriamente afectados, a los repre-

sentantes del país exportador y denunciantes y dio a las partes interesadas la oportunidad de dar a conocer sus puntos de vista por escrito y de solicitar ser oídas.

Varios productores/exportadores del país de que se trata, los productores comunitarios denunciantes y varios importadores en la Comunidad dieron a conocer sus punto de vista por escrito. Se concedieron audiencias a los que las habían solicitado.

- (4) La Comisión envió cuestionarios a todas las partes notoriamente afectadas por la investigación y recibió respuestas de los productores comunitarios denunciantes, de cuatro productores/exportadores japoneses y de cinco importadores independientes establecidos en la Comunidad.
- (5) La Comisión recabó y verificó toda la información que consideró necesaria a efectos de la determinación preliminar del dumping y del perjuicio y realizó pesquisas en los locales de las siguientes empresas:

a) Productores comunitarios denunciantes

- Swedish Match Belgium, Geraardsbergen, Bélgica,
- Fosforera Española SA, Madrid, España ⁽⁶⁾,
- Fosforeira Portuguesa, Lisboa, Portugal,

b) Productores/exportadores del país exportador

- Kobe Match Co. Ltd, Ibo-Gun,
- Yaka Chemical Industry Co. Ltd, Himeji,
- Daiwa Trading & Industrial Co. Ltd, Himeji,
- Harima Match Company Co. Ltd, Himeji.

- (6) Los siguientes importadores independientes establecidos en la Comunidad participaron en el presente procedimiento contestando a un cuestionario específico:
 - JNB & Klug, Naerum, Dinamarca,
 - Gadget Print PVBA, Bruselas, Bélgica,
 - Ecodeux NV, Gante, Bélgica,
 - Werbeträger Vertriebs GmbH, Grande, Alemania,
 - Zündholz International, Meckesheim, Alemania.
- (7) La investigación sobre el dumping cubrió el período del 1 de julio de 1993 al 30 de junio de 1994 (en lo sucesivo denominado «el período de investigación»).

⁽¹⁾ DO nº L 56 de 6. 3. 1996, p. 1.

⁽²⁾ DO nº L 317 de 6. 12. 1996, p. 1.

⁽³⁾ DO nº L 209 de 2. 8. 1988, p. 1.

⁽⁴⁾ DO nº L 66 de 10. 3. 1994, p. 10.

⁽⁵⁾ DO nº C 214 de 4. 8. 1994, p. 6.

⁽⁶⁾ Propiedad al 100 % de Swedish Match.

El examen del perjuicio cubrió el período del 1 de enero de 1990 hasta el 30 de junio de 1994.

La investigación sobrepasó el plazo especificado en la letra a) del apartado 9 del artículo 7 del Reglamento (CEE) nº 2423/88 (en lo sucesivo denominado «el Reglamento de base») debido a su complejidad, en particular la comprobación detallada de los numerosos datos y argumentos presentados durante la investigación, que tuvieron que ser cuidadosamente analizados con respecto a los operadores japoneses y a los comunitarios y a la totalidad del análisis del perjuicio, que tuvo que reconsiderarse en función de las nuevas observaciones.

B. PRODUCTO CONSIDERADO Y PRODUCTO SIMILAR

- (8) El producto considerado son los fósforos de publicidad vendidos en forma de carteritas y cajas de cerillas (en adelante «fósforos de publicidad»), clasificados en el código NC 3605 00 00. Estos fósforos se venden en una gran variedad de formas, tamaños y acabados. Se distinguen de los fósforos normales, clasificados en el mismo código NC, porque llevan una insignia o mensaje publicitario impreso en el exterior de la cubierta o caja, dependiendo del producto.
- (9) Durante la investigación, se comprobó que los fósforos de publicidad vendidos en el mercado japonés y exportados de Japón a la Comunidad y los producidos y vendidos por la industria de la Comunidad pueden considerarse idénticos, muy parecidos en sus características físicas, funciones y aplicaciones. Por lo tanto, se deben considerar todos estos fósforos de publicidad como un producto similar a los efectos del apartado 12 del artículo 2 del Reglamento de base.

C. DUMPING

1. Valor normal

- (10) Para decidir si el valor normal para los productores/exportadores japoneses podía establecerse de conformidad con la letra a) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base, es decir, basándose en los precios para los modelos pertinentes del producto similar, realmente pagados o por pagar en el curso de operaciones comerciales normales por clientes independientes en el mercado interior, la Comisión llevó a cabo las siguientes pruebas.
- (11) Se examinó primero si los tipos de fósforos vendidos en el mercado interior por los cuatro productores/exportadores que cooperaron podían

considerarse idénticos o directamente comparables a los tipos vendidos para la exportación a la Comunidad. Se comprobó que esto era así.

- (12) La Comisión estableció posteriormente, para cada productor/exportador, si sus ventas interiores totales eran representativas en comparación con sus ventas de exportación totales a la Comunidad. Para cada productor se comprobó que el volumen total de ventas interiores era superior al 5 % del volumen de exportación totales a la Comunidad y por lo tanto fueron consideradas como representativas.
- (13) Para cada uno de los tipos individuales de fósforos de publicidad vendidos por los productores/exportadores en su mercado interior y que resultaron ser comparables a los vendidos para la exportación a la Comunidad, la Comisión también investigó si las ventas interiores tenían lugar en suficientes cantidades. Se consideraron que, para cada tipo, las ventas interiores eran suficientemente representativas cuando el volumen de cada tipo, vendido en el mercado interior durante el período de investigación, representaba el 5 % o más del volumen del mismo tipo exportado a la Comunidad.
- (14) La Comisión evaluó, para cada tipo vendido en el mercado interior en cantidades representativas, si se habían efectuado suficientes ventas en el curso de operaciones comerciales normales, verificando qué proporción de ventas nacionales era rentable.
- (15) Para un considerable número de tipos se cumplieron las condiciones anteriormente mencionadas. En tales circunstancias, el valor normal para cada uno de estos tipos se basó en los precios pagados o por pagar en el curso de operaciones comerciales normales por los compradores independientes en el mercado interior, de conformidad con la letra a) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base.
- (16) En los casos restantes en que se comprobó que no se vendió un tipo de producto en cantidades representativas o cuando estas ventas no se efectuaron en el curso de operaciones comerciales normales en el mercado interior para permitir una comparación adecuada de conformidad con la letra a) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base, el valor normal se calculó sobre la base del inciso ii) de la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base. En este caso, la Comisión utilizó el coste verificado de fabricación más una cantidad razonable para gastos de venta, generales y administrativos y un margen de beneficio. Estos gastos se establecieron, con referencia a otros tipos de fósforos vendidos por el mismo productor/exportador.

En el caso de un productor/exportador, se consideró que sus datos referentes a los gastos de venta, generales y administrativos y al margen de beneficio no podían utilizarse pues no efectuó sufi-

cientes ventas interiores en el curso de operaciones comerciales normales de ciertos tipos de productos, y porque sus propios gastos de venta, generales y administrativos y beneficios no podían utilizarse por las diferencias significativas que existían entre los diversos tipos de producto. Por lo tanto, los gastos de venta, generales y administrativos y el margen de beneficio fueron calculados para esta empresa por referencia a las ventas efectuadas en el mercado interior para los mismos tipos de producto por otras empresas que cooperaron. Este se consideró un enfoque razonable y fiable puesto que otros datos de empresas relativos a las ventas interiores de los tipos correspondientes de producto solamente se utilizaron cuando se comprobó que eran representativas y se habían efectuado en el curso de operaciones comerciales normales.

- (17) En el curso de la investigación también se comprobó que una empresa no produjo determinadas categorías de fósforos (carteritas) que exportó a la Comunidad durante el período de investigación, sino que compró los productos a un productor japonés independiente que no cooperó con la Comisión en el presente procedimiento. Puesto que este productor/exportador no efectuó ventas representativas del producto en el mercado interior, el valor normal se basó provisionalmente en los precios para tipos comparables de fósforos manufacturados y vendidos por otro productor que cooperó, de conformidad con la letra c) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base, puesto que se estableció que este productor vendió durante el período de investigación un volumen sustancial de modelos idénticos en el mercado interior.

2. Precio de exportación

- (18) Todas las ventas de exportación de fósforos de publicidad a la Comunidad han sido hechas a clientes independientes. Por lo tanto, se estableció el precio de exportación para todos los productores/exportadores japoneses de conformidad con la letra a) del apartado 8 del artículo 2 del Reglamento de base, sobre la base de los precios de exportación realmente pagados o por pagar netos de todos los impuestos, descuentos (incluidos los descuentos diferidos) y reducciones.

3. Comparación

- (19) A efectos de una comparación equitativa, se hicieron ajustes para las diferencias que se alegaron en los plazos especificados y que se demostró afectaban a la comparabilidad de los precios. Estos ajustes se efectuaron cuando la empresa de que se trata pudo demostrar el efecto de las supuestas diferencias en la comparabilidad de los precios y en los precios, de conformidad con el apartado 10 del

artículo 2 del Reglamento de base, por lo que se refiere a las distintas fases comerciales, costes de garantías, transporte y mantenimiento, costes de crédito y sueldos de los vendedores.

- (20) Tres empresas alegaron que el valor normal debería establecerse basándose solamente en las ventas a distribuidores no vinculados. La Comisión comprobó durante la investigación que las exportaciones a la Comunidad se efectuaron exclusivamente a distribuidores, mientras que las ventas interiores estaban destinadas no sólo a distribuidores no vinculados, sino también, por lo que respecta a un considerable número de transacciones, a comerciantes independientes o directamente a los usuarios finales. Por ello, la Comisión investigó si alguna de estas categorías de clientes en el mercado interior, para el producto afectado, ejercía funciones claramente distintas de las de los distribuidores en la Comunidad y si existían diferencias en la función que se reflejasen en el mercado afectado en términos de cantidades vendidas, política de fijación de precios y estructura de los precios practicados.

La investigación demostró que para las ventas en el mercado interior a las diversas categorías de clientes independientes no podía establecerse ninguna diferencia perceptible, en las cantidades vendidas o en la estructura de los precios practicados. En la mayor parte de los casos no se demostró, a satisfacción de la Comisión, que las diversas categorías de clientes en el mercado interior hubiesen ejercido realmente diversas funciones en la cadena de distribución entre productores y usuarios.

A falta de pruebas de efectos perceptibles sobre los precios, las cantidades vendidas o las funciones desempeñadas en la cadena de distribución, debe rechazarse esta petición.

Por lo tanto, para el cálculo del valor normal se han tenido en cuenta todas las ventas interiores a primeros clientes independientes, independientemente de que fueran comerciantes, distribuidores o usuarios finales.

- (21) Una empresa alegó un ajuste para costes de garantía. Sin embargo, se comprobó durante la verificación que las mercancías entregadas a los clientes comunitarios, para quienes se elegaba el ajuste, no correspondían a las condiciones del pedido, por lo que se tuvo que fabricar y entregar los productos por segunda vez. Se consideró que, por lo tanto, no se trataba de un problema de «garantías» para un producto entregado sino más bien de un problema de no conformidad de un producto con las especificaciones del pedido acordadas y confirmadas por el productor japonés, por lo que las entregas no fueron aceptadas por los clientes.

Esta alegación no se consideró justificada y por lo tanto fue rechazada.

4. Márgenes de dumping

- (22) La comparación a precios en fábrica y en la misma fase comercial muestra la existencia de dumping para todas las empresas que cooperaron, siendo su margen igual al importe en que el valor normal excede el precio de exportación a la Comunidad.
- (23) Los márgenes medios ponderados de dumping establecidos provisionalmente para cada productor/exportador, expresados como porcentaje del precio franco frontera de la Comunidad, son los siguientes:
- | | |
|--------------------------------------|---------|
| — Daiwa Trading & Industrial Co. Ltd | 35,0 % |
| — Harima Match Company Co. Ltd | 63,5 % |
| — Kobe Match Co. Ltd | 12,2 % |
| — Yaka Chemical Industry Co. Ltd | 23,3 %. |
- (24) En el caso de las empresas que no contestaron al cuestionario de la Comisión o no se dieron a conocer, la Comisión considera que el margen de dumping debe determinarse sobre la base de los datos disponibles de conformidad con la letra b) del apartado 7 del artículo 7 del Reglamento de base.

Se consideró que estos hechos eran los establecidos y verificados por la Comisión durante la investigación. Puesto que la Comisión no tiene ninguna razón para creer que las empresas que no cooperaron habrían practicado el dumping a niveles inferiores a los niveles comprobados más elevados y con el fin de no primar la falta de cooperación, se considera apropiado aplicar el margen de dumping, comprobado más elevado para un exportador/productor que cooperó, es decir, el 63,5 %.

D. DEFINICIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNIDAD

- (25) De conformidad con el apartado 5 del artículo 4 del Reglamento de base y basándose en la información disponible sobre la producción total de fósforos de publicidad en la Comunidad, se entiende por «industria de la Comunidad» en el presente procedimiento los productores comunitarios del producto similar cuya producción conjunta constituye una proporción importante de la producción comunitaria total, que apoyaron la denuncia y que cooperaron activamente en el procedimiento. La industria de la Comunidad, así definida, representa aproximadamente el 78 % de la producción comunitaria total de fósforos de publicidad.
- (26) La investigación ha mostrado que uno de los productores comunitarios que apoyaban la denuncia también importaba el producto objeto de dumping y del presente procedimiento. En estas circunstancias, la Comisión tuvo que examinar si,

habida cuenta de lo previsto en el apartado 5 del artículo 4 del Reglamento de base, esta empresa debía ser excluida de la definición de industria de la Comunidad.

- (27) A este respecto debe recordarse que el apartado 5 del artículo 4 del Reglamento de base no establece la exclusión automática de los productores que importan los productos objeto de dumping, sino que obliga a la Comisión a determinar, caso por caso si la exclusión de un productor está justificada. A fin de llevar a cabo este examen en el presente caso, se consideró apropiado determinar si la empresa sera esencialmente productora con una actividad adicional de importación, destinada simplemente a completar su producción comunitaria para poder ofrecer una gama completa de productos o si se trataba se un importador con una producción adicional relativamente limitada en la Comunidad.

En el curso de la presente investigación se estableció que los tipos de producto importados representaban menos del 4 % de la propia producción del productor. Esto demuestra que el interés esencial de la empresa lo constituía la Comunidad. Por lo tanto se decidió que este productor no debía quedar excluido de la evaluación de la industria de la Comunidad.

El impacto de las importaciones anteriormente mencionadas, sin embargo, no se tuvo en cuenta al establecer los factores de perjuicio a la industria de la Comunidad. Además, se comprobó que ninguno de los productores comunitarios denunciantes estaba vinculado a los exportadores japoneses del producto considerado.

E. PERJUICIO

1. Consumo en el mercado comunitario

- (28) A efectos de la presente investigación, el consumo se ha establecido sobre la base de las ventas los participantes principales en el mercado, teniendo en cuenta las ventas totales de fósforos de publicidad efectuadas por la industria de la Comunidad, menos sus exportaciones declaradas, más las importaciones originarias de Japón, puesto que no se dispuso de ninguna información exhaustiva referente a otros productores comunitarios no denunciantes, ni de otras importaciones de terceros países durante el período de investigación sobre el perjuicio.
- (29) Así pues, el consumo de fósforos de publicidad disminuyó de 441,2 millones de unidades a 383,8 millones, es decir, un 13 % del volumen entre 1990 y el período de investigación, mientras que el valor de mercado aumentó un 3 %.

2. Importaciones objeto de dumping

a) Volumen y valor

- (30) Aunque los fósforos corrientes, que no están sujetos a la actual investigación, también están clasificados en el mismo código NC que el producto considerado, todas las importaciones procedentes de Japón clasificadas en el NC 3605 00 00 fueron consideradas como fósforos de publicidad puesto que no se suministró ninguna prueba que demostrara que se importaban fósforos japoneses corrientes en la Comunidad.
- (31) El volumen de las importaciones de fósforos de publicidad desde Japón entre 1990 y el período de investigación disminuyó de 161,2 millones de unidades a 139,8 millones de unidades, o sea, un 13 %.
- (32) Estas importaciones aumentaron un 31 % en valor (ecu). Conviene señalar, sin embargo, que la mayor parte de las importaciones se facturaron en yenes a clientes comunitarios. Por lo tanto, este elemento debe apreciarse teniendo en cuenta la estimación del yen con respecto al ecu entre 1992 y 1993.

b) Cuota de mercado

- (33) Durante el período examinado, la cuota del mercado comunitario, en volumen, de los exportadores japoneses se estabilizó alrededor del 36 %. En valor aumentó un 24 % alcanzando un nivel del 35,7 % durante el período de investigación, siendo de un 29 % en 1990.

c) Precios de las importaciones objeto de dumping

- (34) Para analizar los precios, se tuvieron en cuenta cuatro modelos básicos, identificados como BX1, BX2, BX3 y BX3A. Estos modelos representan más del 50 % de las exportaciones totales de fósforos de publicidad a la Comunidad efectuadas por los exportadores japoneses que cooperaron.
- (35) Según se ha mencionado en el considerando 32, las ventas de exportación japonesas al mercado comunitario se expresaron principalmente en yenes por lo que el aumento del precio medio de las importaciones objeto de dumping se limitó al 3 % desde 1991 hasta el período de investigación.

Una disminución de aproximadamente el 2 % tuvo lugar entre 1993 y el período de investigación.

Tomando como base los precios de las exportaciones efectuadas por los exportadores japoneses convertidas en ecus, resulta que los precios japoneses aumentaron un 40 %, lo que refleja la fuerte apreciación del yen con respecto al ecu.

d) Subcotización de precios

- (36) La investigación ha mostrado que los fósforos de publicidad se vendieron en el mercado comunitario

a tres categorías de clientes, dependiendo del tamaño de sus pedidos:

- la primera incluye a clientes con pedidos no superiores a 5 000 unidades,
- la segunda incluye a clientes que compraban entre 5 001 y 55 000 unidades,
- la tercera incluye a clientes que realizaban los pedidos superiores a las cantidades referidas.

Estas categorías se reflejan en las listas de precios de los diversos vendedores de fósforos de publicidad en la Comunidad.

- (37) También se comprobó que mientras que las ventas japonesas se concentraron en pedidos de no más de 10 000 unidades, es decir, pedidos de pequeña y mediana dimensión, la industria de la Comunidad vendió a todas las categorías de clientes antes mencionadas.

Esto se confirma por el hecho de que el 46 % del volumen de los productos japoneses se vende a la primera categoría de clientes, el 44 % a la segunda y solamente el 10 % a la tercera.

La industria de la Comunidad vendió el 16 % a la primera categoría, el 30 % a la segunda y el 54 % a clientes que pedían más de 55 000 unidades.

- (38) Siguiendo este desglose, se compararon los precios aplicados a clientes independientes por los exportadores japoneses con los precios de los modelos idénticos de fósforos de publicidad de la industria de la Comunidad en el mercado comunitario, distinguiendo entre las tres categorías antes mencionadas de clientes.

- (39) Los productos japoneses se importaron a través de importadores independientes que los revendieron a usuarios, mientras que la mayoría de las ventas de la industria de la Comunidad se efectuaron directamente a usuarios, por lo que hubo que ajustar debidamente los precios medios de venta japoneses aplicados a los primeros importadores independientes en la Comunidad, para cada modelo particular, en una fase comercial comparable a la de la industria de la Comunidad para garantizar una comparación equitativa.

Para llegar a la misma fase comercial que la industria de la Comunidad, la Comisión examinó los datos proporcionados por los importadores independientes del producto similar que cooperaron.

Un importador presentó datos suficientes, representativos y fiables con este fin; los precios de importación, determinados al nivel cif en frontera comunitaria, se ajustaron a la alza mediante un margen del 33 %.

- (40) Además, se comprobó que seis tipos idénticos de fósforos de publicidad: 5L-BX3/BX3A, BX1, 5H-BX5/BX5A, BM20-BK2, BMJ18-BK3 y BMJ20 eran representativos tanto de la industria de la Comunidad como de las ventas de exportación japonesas en el mercado comunitario y se utilizaron por ello para la comparación de precios.

La comparación abarcó, alrededor del 84 % del volumen de ventas de la industria de la Comunidad y aproximadamente el 65 % del de los exportadores japoneses que cooperaron.

Como consecuencia, esta comparación mostró una subcotización para todos los exportadores japoneses, siendo los márgenes medios de subcotización, expresados como porcentaje del precio de venta de la industria comunitaria, del 6,2 %. Para los diversos segmentos de ventas se establecieron márgenes de subcotización medios de un 5,5 % para los pequeños pedidos, 6,5 % para los medios y 7,2 % para los importantes.

- (41) Estos márgenes relativamente limitados de subcotización deben considerarse habida cuenta de la rentabilidad y la evolución de los precios de la industria de la Comunidad, que se analizan detalladamente más adelante, y también la evolución de los precios de las importaciones de Japón. En efecto, se estableció que la rentabilidad de la industria comunitaria se deterioró constantemente y que las pérdidas se registraron principalmente en los segmentos donde los productos japoneses estaban particularmente presentes.

Por lo que se refiere a la evolución del precio de venta, se comprobó que de 1991 al período de investigación, los precios de la industria comunitaria solamente aumentaron un 4 % mientras que los japoneses, expresados en ecus, aumentaron un 40 %, pero seguían siendo inferiores a los de la industria de la Comunidad.

3. Situación de la industria de la Comunidad

a) Volumen de ventas y valor

- (42) El volumen de ventas de fósforos de publicidad de la industria de la Comunidad (las compras de productos japoneses no se tuvieron en cuenta) disminuyó entre 1990 y el período de investigación en 36 millones de unidades, es decir, un 12,8 %; se vendieron 280 millones de unidades en 1990 y 244 durante el período de investigación. La disminución del valor de venta fue de alrededor del 3 % durante el mismo período.

b) Cuota de mercado

- (43) Sobre la base de estos datos, la cuota de mercado de la industria de la Comunidad en el mercado comunitario, en volumen, se mantuvo estable (63,4 % en

1990 y 63,5 % durante el período de investigación). En valor, su cuota disminuyó del 70,9 % hasta un 64,2 % es decir, aproximadamente un 10 %.

c) Producción, capacidad y utilización de la capacidad

- (44) La producción de la industria de la Comunidad permaneció estable durante el período examinado en torno a los 306 millones de unidades. Disminuyó un 8,2 % de 1990 a 1992, pero aumentó un 13 % de 1992 a 1993.

En cuanto a la capacidad de producción y su utilización, la Comisión comprobó durante la investigación que no existía ninguna base válida para evaluarla. Esto se debía esencialmente a las múltiples aplicaciones del equipo de producción así como a las series de producción variables en función de la importancia de los pedidos y a los plazos relativos de reconversión necesarias.

d) Evolución de los precios de la industria de la Comunidad

- (45) La evolución de los precios de la industria de la Comunidad se evaluó sobre la base de los practicados en el mercado comunitario para tipos de fósforos de publicidad producidos por la industria de la Comunidad comparables a los exportados por los productores japoneses.

La mayoría de los tipos de fósforos de publicidad utilizados para este análisis de precios (el 80 %) son comparables a los japoneses analizados en el considerando 34 lo que garantiza que haya una considerable coincidencia en los diversos tipos investigados.

- (46) A partir de 1991 hasta el período de investigación, aunque los precios de las ventas medios practicados por los productos comunitarios aumentaron un 4,3 %, el nivel de precios no era suficiente para permitir a esta industria cubrir sus costes durante el período de investigación. Además debe añadirse que para el período de 1992 hasta 1993 los precios de la industria de la Comunidad no pudieron aumentarse y eran un 4 % inferiores al nivel de 1991.

e) Rentabilidad

- (47) La Comisión ha examinado el reparto interno de los costes y la evaluación de rentabilidad presentados por la industria de la Comunidad. Ciertos costes correspondientes a años previos, tales como los de reestructuración, otros costes relativos a 1993 y otros gastos que no pudieron ser justificados no se tuvieron en cuenta en la evaluación de la rentabilidad durante el período de investigación.

(48) Se estableció que la rentabilidad global de la industria de la Comunidad para el producto considerado disminuyó de un beneficio del 2,6 % en 1992 a pérdidas del 0,9 % durante el período de investigación. Sin embargo, los datos y cifras relativos a la rentabilidad se han analizado habida cuenta de la situación particular del mercado de estos productos, es decir, por segmento de venta, según se ha indicado en el considerando 36.

(49) Las ventas japonesas corresponden a pedidos de no más de 55 000 unidades, es decir, de pequeña y mediana dimensión (véase el considerando 37) que representaron más del 90 % del volumen total de ventas japonesas en la Comunidad, o sea más del 32 % del mercado global. La Comisión, por lo tanto, llegó a la conclusión de que las ventas de fósforos de publicidad de los productores japoneses se destinan a segmentos particulares del mercado comunitario.

(50) Paralelamente, se comprobó que la rentabilidad de la industria de la Comunidad tuvo un desarrollo diferente según las diversas categorías de clientes. La rentabilidad media para las ventas correspondientes a pedidos pequeños y medianos, que representaban alrededor del 46 % del volumen de ventas de la industria de la Comunidad, disminuyó de un beneficio del 3,36 % del volumen de negocios en 1991 a pérdidas del 8,9 % durante el período de investigación.

Mientras tanto, en el segmento de los pedidos importantes, donde los productos japoneses no están tan presentes como en los dos otros segmentos, las ventas siguieron siendo rentables a un nivel de alrededor del 6 % del volumen de negocios durante el mismo período.

Sin embargo, incluso en esta categoría, la industria de la Comunidad registró pérdidas en las ventas de uno de los tipos principales de fósforos de publicidad utilizados para calcular la subcotización según se ha explicado en el considerando 40; otro tipo se vendió a un margen de beneficio considerablemente más bajo. Puede, por lo tanto, concluirse que este segmento quedó menos afectado por las importaciones japonesas objeto de dumping si bien sufrió una pérdida de rentabilidad.

f) *Flujo de efectivos*

(51) El flujo de efectivos se estableció para la empresa en su conjunto ya que no se disponía de datos relativos al producto considerado. Las actividades de la industria de la Comunidad, con excepción de las vinculadas al producto considerado (es decir las ventas de fósforos normales y las actividades comerciales), representaron más del 20 % del total.

El flujo global de efectivos disminuyó en más del 22 % de 1992 a 1993. Este denota que la capacidad de autofinanciación de la industria de la Comunidad se redujo significativamente. Como el bene-

ficio de explotación para el producto considerado disminuyó, la reducción del flujo de efectivos no puede atribuirse a otras actividades realizadas por la industria de que se trata, que siguieron siendo rentables.

g) *Inversiones*

(52) A pesar del deterioro de su situación financiera global, de 1990 a 1993 la industria de la Comunidad invirtió principalmente en los equipos utilizados para la impresión. Para próximos años, hay previstas otras inversiones que, sin embargo, dependerán de la mejora del flujo de efectivos y de la situación financiera global actualmente negativa, de la industria de la Comunidad.

h) *Empleo*

(53) El empleo en el sector entre 1990 y el período de investigación disminuyó un 13 % y la mala situación financiera de la industria de la Comunidad en el período de investigación pone en peligro el futuro de cientos de puestos de trabajo adicionales.

4. Conclusiones sobre el perjuicio

(54) Desde 1990 hasta el período de investigación, la industria de la Comunidad tuvo que hacer frente a importaciones objeto de dumping de fósforos de publicidad originarios de Japón y perdió una cuota importante del mercado en valor (alrededor de -10 %), mientras que las importaciones de Japón aumentaron un 24 %. Estas importaciones mantuvieron una elevada cuota de mercado durante todo el período examinado.

A pesar de que el volumen de producción pudo mantenerse y los precios aumentaron ligeramente, se comprobó que los precios de venta de la industria de la Comunidad durante el período de investigación eran inferiores al coste de producción y que estos precios de venta eran objeto de una subcotización debido a los precios de las importaciones originarias de Japón. El análisis de la rentabilidad ha mostrado que los resultados son muy negativos en ciertos segmentos del mercado.

(55) Además, el flujo de efectivos disminuyó considerablemente y las inversiones necesarias, por ejemplo en tecnologías de impresión, no pudieron efectuarse sin comprometer la situación financiera global de la industria de la Comunidad. Además, hubo que reducir considerablemente el empleo y los puestos de trabajo restantes siguen peligrando debido a la situación financiera precaria en este sector.

(56) Por ello, la Comisión concluye que la industria de la Comunidad sufrió un perjuicio importante de conformidad con el apartado 1 del artículo 4 del Reglamento de base.

F. RELACIÓN DE CAUSALIDAD

- (57) La Comisión examinó en qué medida el perjuicio importante sufrido por la industria de la Comunidad era debido a las importaciones de Japón objeto de dumping, y si otros factores habían causado o contribuido a ese perjuicio a fin de que el perjuicio causado por estos factores no se atribuyera a las importaciones objeto de dumping.

Entre los factores considerados figuran la evolución del consumo, la competencia de otros productores en la Comunidad, otras importaciones, los resultados de exportación de la industria de la Comunidad y el comportamiento de los operadores económicos principales durante el período examinado.

1. Impacto de las importaciones objeto de dumping procedentes de Japón

- (58) Se ha establecido que los fósforos de publicidad producidos por la industria de la Comunidad y los importados de Japón compiten directamente entre sí y que no hay diferencias de calidad entre ellos. Los productos están destinados a los mismos usuarios, a través de canales de ventas comparables. Dada la transparencia del mercado, la presencia de importaciones objeto de dumping a bajo precio tuvo un impacto negativo directo en la situación de la industria de la Comunidad.

- (59) Para apreciar completamente el impacto de las importaciones de Japón debe observarse, en primer lugar, que aunque su volumen no aumentó desde 1990, representaron siempre una cuota significativa del mercado comunitario (más de un tercio).

En segundo lugar, durante el período antes mencionado, la cuota japonesa del mercado aumentó un 24 % en valor mientras que la de la industria de la Comunidad disminuyó en un 10 %.

- (60) Además, se comprobó que, en el conjunto del período examinado, los precios japoneses fueron inferiores a los de la industria de la Comunidad. Aunque los precios japoneses aumentaron significativamente durante el período de investigación, seguían siendo inferiores por término medio en un 6,2 % a los de la industria de la Comunidad. Al mismo tiempo, a pesar de un ligero incremento de los precios medios de venta de la industria de la Comunidad, su rentabilidad para el producto considerado fue negativa, particularmente en los segmentos de venta donde los productos japoneses ocupaban un lugar muy importante.

Por lo tanto, esta situación indica que durante todo el período examinado, se registró una considerable contención de los precios de la industria de la

Comunidad debido a los bajos precios de las importaciones objeto de dumping.

- (61) Efectivamente, por lo que se refiere a las ventas a clientes que pedían cantidades pequeñas y medianas de fósforos de publicidad, sectores en los que se concentran las ventas de los productos japoneses, la rentabilidad de la industria de la Comunidad fue muy negativa (-8,9 %). Un beneficio medio del 6 % se logró para las ventas a clientes importantes, con respecto a los cuales, las ventas de productos japoneses eran insignificantes.

Esto demuestra que las dificultades de la industria comunitaria están vinculadas y son directamente proporcionales a la presencia de importaciones japonesas objeto de dumping en el mercado.

- (62) El examen del impacto de las importaciones objeto de dumping en la industria de la Comunidad debe también tener en cuenta la magnitud del margen de dumping real para los exportadores de que se trata, que resultó ser del 28 % por término medio.

2. Impacto de otros factores

a) Evolución del consumo

- (63) Entre 1990 y el período de investigación, el volumen del consumo en la Comunidad disminuyó un 13 % pero su valor aumentó un 7 %. La disminución del volumen se debe a varios factores, tales como la disminución del número de fumadores, la prohibición de la publicidad para los productos del tabaco en ciertos Estados miembros, la competencia de otros productos publicitarios (por ejemplo, los encendedores) y una situación de recesión general en el mercado comunitario (1992-1993).

Sin embargo, debe señalarse de nuevo que durante este período la industria de la Comunidad perdió el 10 % de su cuota de mercado en valor, mientras que los exportadores japoneses aumentaron la suya en un 24 %.

Además, los fósforos de publicidad japoneses están concentrados en segmentos particulares de venta y desde 1990 su posición en ciertos segmentos se consolidó hasta el punto de que estuvieron mejor representados que la industria de la Comunidad después del período de recesión.

El hecho de que la cuota de mercado de los productores exportadores japoneses siga siendo más elevada en volumen que en valor se debe a que los precios medios de venta japoneses son más bajos que los de la industria de la Comunidad, lo que indica que las importaciones japonesas a bajo precio objeto de dumping tuvieron un impacto negativo y constante en la industria de la Comunidad durante el período de examen del perjuicio, contrariamente a la evolución del consumo.

b) *Otros productores comunitarios de fósforos de publicidad*

- (64) Los otros productores de fósforos de publicidad en la Comunidad están establecidos principalmente en Italia, España y Francia y representaron el 22 % de la producción comunitaria total durante el período de investigación. No se dispuso de ninguna información ni se aportaron elementos de prueba que demostraran que podrían haber tenido un impacto perjudicial importante en la industria denunciante, o que su situación económica se había desarrollado de una manera distinta de la de la industria de la Comunidad.

Al contrario, los datos disponibles referentes al productor comunitario más importante no denunciante muestran que sus ventas y su producción disminuyeron significativamente durante el período examinado. Puede, por lo tanto, concluirse que los otros productores de la Comunidad se enfrentaron a las mismas dificultades que los productores denunciantes, y que su impacto en la situación perjudicial de estos últimos fue muy limitado.

c) *Otras importaciones en la Comunidad*

- (65) Basándose en las estadísticas disponibles, se comprobó que se habían importado en la Comunidad productos del mismo código NC que los fósforos de publicidad. Estas importaciones se limitaban a envíos originarios de Polonia y Croacia. Sin embargo, se consideraron como importaciones de fósforos corrientes puesto que, según la información disponible, tales productos no se producen en estos países.

Por lo tanto, las importaciones del producto considerado de otros terceros países se consideraron insignificantes y no pudieron haber contribuido al deterioro de la situación de la industria de la Comunidad.

d) *Exportaciones y otras actividades de la industria de la Comunidad*

- (66) La actividad de exportación de la industria de la Comunidad ha representado siempre una parte reducida de sus ventas globales. Entre 1990 y el período de investigación supusieron alrededor del 14 % de sus ventas totales del producto considerado y permanecieron estables durante todo el período. Por lo tanto, el deterioro de la situación de la industria de la Comunidad no puede atribuirse a una disminución de las ventas de exportación.
- (67) Las otras actividades económicas de la industria de la Comunidad representaron alrededor del 20 % de sus ventas totales durante el período de investigación. Se estableció que estas otras actividades (comercialización de fósforos de publicidad y producción y venta de fósforos corrientes) eran rentables y que la difícil situación de la industria de

la Comunidad no podía atribuirse a estas actividades.

e) *Evolución de la situación económica general*

- (68) Para evaluar en forma exhaustiva la evolución del comportamiento de los operadores económicos principales se procedió a un análisis cronológico detallado del período de investigación.
- (69) A este respecto, la tendencia general negativa del mercado comunitario ha sido también la causa de una cierta contracción del mercado de fósforos de publicidad durante el período de investigación. Teniendo en cuenta sus características generales, los efectos de un descenso afectarían de esta manera a todos los operadores económicos de una manera comparable. Sin embargo, el análisis de los resultados de la presente investigación ha demostrado que éste no era el caso.
- (70) En efecto, en 1992, en comparación con 1990, el volumen del consumo disminuyó un 9 % en la Comunidad en su conjunto. Durante este mismo período, la industria de la Comunidad disminuyó sus precios en un 4 % por término medio, el volumen de ventas bajó un 14 %, la cuota de mercado relativa un 5 % y la producción un 8 %.

Durante el mismo período, los precios de exportación japoneses, aunque significativamente inferiores a los de la industria comunitaria, aumentaron un 7 % por término medio, sin consecuencias negativas en el volumen de importaciones que siguió siendo estable. Al contrario, el resultado fue que, en un mercado en vías de contracción, la cuota de mercado en volumen de los exportadores japoneses aumentó un 8 %.

- (71) Durante este mismo período, el consumo en el mercado comunitario también disminuyó en valor un 3 %, mientras que las ventas de la industria comunitaria disminuyeron un 11 %, con una pérdida relativa del 8 % de la cuota de mercado. En cambio, el valor de las importaciones japonesas aumentó un 16 % y la cuota de mercado relativa un 21 %.
- (72) En 1993, en comparación con 1992, a pesar de los signos de recuperación de la industria de la Comunidad (aumento de la producción, del volumen y del valor de la cuota de mercado y ligero incremento de los precios de venta), la mejora quedó contrarrestada en gran medida debido a la importante cuota de mercado de las importaciones objeto de dumping (más del 34 %), y al bajo nivel de los precios practicados por los exportadores investigados, que disminuyeron todavía un 2 % si se analizan utilizando la moneda de facturación, es decir, el yen.

Debido al bajo nivel de precios de las importaciones japonesas, los precios comunitarios en 1993 eran un 4 % inferiores a los precios de 1991; por lo tanto la situación financiera de la industria de la Comunidad se había deteriorado.

(73) A partir de 1993 y hasta el período de investigación, el consumo en volumen disminuyó de nuevo en un 9 % y la industria de la Comunidad, después de dos años de precios deprimidos, aumentó sus precios de venta medios se bien no alcanzaron aún un nivel rentable. Esto fue debido a una disminución del volumen de ventas del 11 %, a una pérdida del 2,5 % en la cuota de mercado y a una disminución del 4 % de la producción.

(74) Durante el mismo período, mientras que el consumo en valor disminuyó en un 5 %, el valor de las ventas de la industria de la Comunidad bajó un 4 % y la cuota de mercado un 3 %. Mientras tanto, la cuota de las importaciones japonesas aumentó más del 2 % en volumen y un 10 % en valor.

(75) Este análisis cronológico desde 1990 hasta el período de investigación demuestra la importancia de la diferencia que siempre ha existido entre los precios japoneses y los de la industria de la Comunidad. En efecto, está claro que, antes de que el yen se apreciase, los precios eran significativamente inferiores a los de la industria de la Comunidad. Durante el período de investigación, incluso tras la fuerte apreciación del yen y el consiguiente incremento del ecu, los precios japoneses seguían siendo inferiores a los de la industria de la Comunidad. Es decir, a lo largo de todos los años examinados, la industria de la Comunidad sufrió un perjuicio.

3. Conclusión sobre la causalidad

(76) Las importaciones objeto de investigación tuvieron un efecto importante en la industria de la Comunidad debido a los efectos combinados de una elevada cuota de mercado, especialmente en ciertos segmentos de las ventas, a un nivel de precios bajo y a la rentabilidad negativa resultante de las ventas de la industria de la Comunidad, especialmente en los segmentos donde la presencia de importaciones a bajo precio objeto de dumping era la más fuerte.

(77) Dado que los fósforos de publicidad son, desde el punto de vista técnico, un producto simple, ofrecido a través de canales de ventas similares a los mismos usuarios en la Comunidad, la Comisión considera que las importaciones a bajo precio tuvieron un impacto negativo sustancial en la situación de la industria de la Comunidad, que se estaba deteriorando. Al ser el mercado transparente, los clientes reales y potenciales de la industria de la Comunidad conocían perfectamente los precios bajos de estas importaciones.

(78) Por todo ello, y aunque debe concluirse que la situación negativa de la industria de la Comunidad no fue debida solamente a las importaciones del producto considerado procedentes de Japón, el impacto de los bajos precios de importación y de la elevada cuota de mercado de las importaciones

objeto de dumping causaron, por sí mismas, un perjuicio importante a la industria de la Comunidad.

G. INTERÉS DE LA COMUNIDAD

1. Consideraciones generales

(79) Sobre la base de toda la información disponible, la Comisión examinó si podía concluirse claramente que en interés de la Comunidad no debían aplicarse medidas.

Con este fin, la Comisión ha examinado el impacto de las posibles medidas y las consecuencias de no adoptar ninguna medida.

2. Consecuencias para la industria de la Comunidad

(80) Al evaluar el interés de la Comunidad hay que prestar una atención especial a la necesidad de eliminar los efectos de distorsión de los intercambios que resultan del dumping perjudicial y de restablecer una competencia efectiva. La Comisión comprobó que, durante el período de investigación la industria de la Comunidad había procurado racionalizar la producción y había invertido para seguir siendo competitiva y mantener su cuota de mercado. Esto demuestra que no está dispuesta a abandonar este segmento de la producción.

(81) En efecto, la investigación ha mostrado que la industria de la Comunidad es aún competitiva y globalmente viable. Sin embargo, debido al elevado volumen de importaciones a bajo precio, se ha debilitado considerablemente su situación económica desde 1990 como lo indican la escasa rentabilidad de las ventas a pequeños clientes y la disminución y contención de los precios en el mercado comunitario. Esta situación negativa no puede sostenerse a largo plazo.

(82) Al examinar el interés comunitario en relación con la industria de la Comunidad, la Comisión tiene que tomar en consideración el desarrollo futuro de su situación en caso de que se permita que continúen las importaciones objeto de dumping procedentes de Japón. Los datos disponibles indican que esto produciría otros efectos negativos en la rentabilidad, las inversiones y el empleo.

3. Repercusiones para los importadores y comerciantes

(83) Sólo un número limitado de importadores dio a conocer sus puntos de vista a la Comisión. Algunos de ellos cooperaron completamente en la determinación preliminar del dumping y del perjuicio, pero otros prefirieron no hacerlo. Todas las observaciones recibidas se examinaron según se explica más adelante.

- (84) Una empresa establecida en el Reino Unido, que produce e importa el producto considerado, se opuso al establecimiento de medidas antidumping sobre las importaciones de Japón, alegando que esto no sólo tendría efectos nocivos en las exportaciones japonesas sino también en sus actividades secundarias desarrolladas en el Reino Unido y provocaría una escasez de suministro en perjuicio de los pequeños clientes.

Alegó además que el productor comunitario principal, que forma parte de la industria denunciante, no estaba interesado en clientes cuyos pedidos eran inferiores a 10 000 unidades y que, por lo tanto, la única fuente fiable de suministro para los pequeños pedidos eran los exportadores japoneses.

- (85) Con independencia del hecho de que esta empresa particular no cooperó con la Comisión en la presente investigación y que por lo tanto sus alegaciones no pudieron probarse ni verificarse, se estableció, basándose en los datos facilitados por la industria de la Comunidad durante el período de investigación, que su volumen de ventas a clientes cuyos pedidos eran inferiores a 10 000 unidades representó alrededor del 28 % del volumen total de ventas durante el período de investigación. En valor, esas ventas representarían más del 37 % de sus ventas totales en la Comunidad. Contrariamente a la alegación a que se ha referido antes, esto demuestra que la industria de la Comunidad se halla totalmente presente en este segmento del mercado.
- (86) Otro importador alegó que hay acuerdos entre algunos productores comunitarios y determinados países de Europa oriental para transferir la producción a esos países. Con esas circunstancias, las medidas podrían no tener ningún efecto positivo en el empleo futuro en la Comunidad. Al contrario, contribuirían a aumentar el desempleo de los importadores en la Comunidad. Los productores comunitarios conseguirían de esta manera eliminar definitivamente la competencia japonesa y a todos los importadores independientes en la Comunidad.
- (87) La Comisión no recibió ningún elemento de prueba en apoyo de esta afirmación. Dado su carácter altamente especulativo, se considera apropiado no tomarla en consideración.
- (88) Otros importadores independientes, que se dieron a conocer y que cooperaron con la Comisión, expusieron las razones principales siguientes y concluyeron que el establecimiento de medidas sería contrario al interés comunitario.

Cualquier medida tendría consecuencias negativas directas en los importadores de fósforos de publicidad del Japón debido al aumento de sus costes y a la reducción de sus beneficios. Los efectos negati-

tivos afectarían, por lo tanto, también a los usuarios, que se verían obligados a pagar precios más elevados por el producto considerado. Así pues, toda acción destinada a proteger la industria de la Comunidad produciría efectos nocivos en los precios, costes y empleo.

- (89) La Comisión considera que hay que sopesar las ventajas que la no adopción de medidas implicaría para un número muy limitado de importadores con las desventajas generales para la industria de la Comunidad en su conjunto y para su situación económica. Efectivamente, sin el establecimiento de medidas es probable el cierre de plantas en la Comunidad, con todas sus consecuencias negativas para la economía.

4. Repercusiones para los usuarios

- (90) Para apreciar los efectos del establecimiento o no de medidas sobre los usuarios la Comisión ha determinado quienes son los usuarios potenciales de los fósforos de publicidad en el mercado comunitario. Se trata de restaurantes, hoteles y bares (47 %), otros sectores (finanzas, industria, servicios, etc.) (35 %) y los productores de tabaco (18 %).
- (91) Los efectos sobre los usuarios se traducirían principalmente en un aumento de los precios de venta de los fósforos de publicidad. Teniendo en cuenta que estos fósforos solamente cubren una porción minúscula del presupuesto publicitario de los usuarios anteriormente mencionados, la Comisión cree que los efectos de tal aumento de precios serían limitados.
- (92) Por todo ello, y habida cuenta de que el establecimiento de medidas no conduciría a una exclusión del mercado comunitario, puede concluirse que un posible aumento de los precios no supondría una desventaja para los usuarios comunitarios.

5. Impacto en la competencia en el mercado comunitario

- (93) Los importadores de los productos objeto de dumping han alegado que el establecimiento de medidas antidumping consolidaría la posición de la industria denunciante que representa ya el 78 % de la producción comunitaria y cuya cuota de mercado es superior al 50 % del mercado comunitario en su conjunto. Alegaron en especial que tras el establecimiento de medidas, la industria de la Comunidad fijaría los precios en el mercado comunitario a niveles tan bajos que los importadores serían simplemente eliminados del mismo.

- (94) Aunque la Comisión reconoce que la industria de la Comunidad posee una posición importante en el mercado comunitario, no puede concluirse, sobre la base de los datos disponibles, que las medidas antidumping supondrían un abuso de tal posición por parte de los denunciantes.

En cuanto a la supuesta estrategia de precios de la industria de la Comunidad, para que tal política de bajos precios alcance su objetivo debería aplicarse a largo plazo. Dada la mala situación financiera de la industria de la Comunidad, la Comisión considera que tal política sería contraproducente y, por lo tanto, es muy poco probable que se aplique.

Además, el mercado comunitario es con mucho el principal mercado y fuente de ingresos para la industria de la Comunidad, mientras que para los exportadores japoneses es solamente secundario por lo que podrían resistir mucho más tiempo a una política de precios bajos, no rentables, que la industria de la Comunidad.

- (95) Por lo que se refiere a los importadores en la Comunidad para los que el mercado comunitario es también muy importante, debe señalarse que a pesar de que su política de precios depende en gran parte del comportamiento relativo de sus proveedores japoneses, no dejan de beneficiarse de las importaciones japonesas objeto de dumping y, por lo tanto, de prácticas comerciales desleales, en comparación con otros operadores en el mercado comunitario.

Además se ha establecido que los precios de reventa de los fósforos de publicidad japoneses, ajustados sobre la base de los datos financieros presentados por los importadores independientes que cooperaron, siguen siendo inferiores a los precios de la industria de la Comunidad.

Basándose en los hechos antes mencionados, la Comisión no puede sino concluir que el restablecimiento de prácticas comerciales leales no tendrá efectos negativos en la competencia ni en los propios importadores.

- (96) En efecto, debe señalarse que las medidas propuestas no están destinadas a excluir del mercado comunitario los productos japoneses. Se prevé que estos productos sigan estando presentes y el mercado continúe. En segundo lugar, una vez que se hayan restablecido las condiciones de leal competencia en el mercado comunitario, nuevos competidores podrían acceder al mismo, atraídos por unos precios remuneradores.

En cualquier caso, los importadores y usuarios del producto considerado seguirían beneficiándose de un mercado dominado por lo menos por dos fuerzas competitivas principales.

6. Conclusión sobre el interés de la Comunidad

- (97) Sobre la base de los hechos y consideraciones anteriormente mencionados y habiendo examinado los argumentos presentados por los importadores del producto considerado, y habiendo prestado una atención especial a la necesidad de eliminar los efectos de distorsión de los intercambios del dumping perjudicial y de restablecer una competencia efectiva, la Comisión comprobó después de haberlo bien meditado, que no existe ninguna razón apremiante que impida establecer antidumping provisionales respecto de las importaciones.

H. DERECHO PROVISIONAL

1. Nivel de eliminación del perjuicio

- (98) Para establecer el nivel de las medidas necesarias para eliminar el perjuicio causado por las importaciones objeto de dumping, la Comisión comparó los precios de exportación de estas importaciones para cada tipo individual con un nivel de precios que permitiese a la industria de la Comunidad cubrir sus costes y lograr un beneficio razonable.
- (99) Por consiguiente, se comparó el precio de exportación de un tipo dado de fósforos de publicidad importados de Japón, debidamente ajustado a la fase comercial de la industria de la Comunidad tal como se indica en el considerando 39, con el coste real medio de producción de la industria de la Comunidad para un tipo comparable, incrementado en un margen de beneficio del 5 % del volumen de negocios. Este margen puede considerarse como un mínimo razonable, teniendo en cuenta la necesidad de realizar inversiones y el beneficio que la industria de la Comunidad podría haber obtenido si no hubiese existido el dumping perjudicial.
- (100) El nivel individual de eliminación del perjuicio para cada uno de los exportadores japoneses que cooperaron se determinó expresando el aumento del precio necesario para obtener precios de exportación no perjudiciales en porcentaje del valor medio ponderado de los fósforos de publicidad importados franco frontera de la Comunidad.

2. Medidas provisionales

- (101) De conformidad con el apartado 3 del artículo 13 del Reglamento de base, el nivel de los derechos provisionales debe ser igual al margen de dumping o al importe necesario para eliminar el perjuicio, si éste es inferior.
- (102) Se comprobó que los márgenes individuales de perjuicio para los productores japoneses que cooperaron variaban entre el 9,4 % y el 42,1 %.

Puesto que los márgenes de dumping provisionalmente comprobados para los tres exportadores japoneses son más elevados que sus niveles respectivos de eliminación del perjuicio, el tipo del derecho antidumping provisional para estos exportadores debe basarse en los márgenes de perjuicio comprobados.

- (103) Como el margen de dumping provisionalmente comprobado para un exportador japonés particular es inferior a su nivel individual de eliminación del perjuicio, el tipo del derecho provisional debe fijarse al nivel del margen de dumping comprobado.
- (104) Para los productores del país mencionado que no contestaron el cuestionario ni se dieron a conocer de otro modo, la Comisión considera que el derecho antidumping apropiado debe fijarse al nivel del margen de dumping más elevado comprobado o del margen de eliminación del perjuicio más elevado, si éste es inferior.

Puesto que el margen de perjuicio más elevado, a saber el 42,1 %, es inferior al margen de dumping más elevado comprobado, el derecho residual para los productores/exportadores que no cooperaron debe ser el margen de perjuicio más elevado comprobado.

I. DISPOSICIÓN FINAL

- (105) En el interés de una buena administración, conviene establecer un plazo durante el cual las partes afectadas puedan dar a conocer sus puntos de vista por escrito y solicitar ser oídas. Por otra parte, debe señalarse que todas las conclusiones a que se ha llegado a los fines del presente Reglamento son provisionales y podrán reconsiderarse para el establecimiento de cualquier derecho definitivo que pueda proponer la Comisión,

HA ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Artículo 1

1. Se establece un derecho antidumping provisional sobre las importaciones de fósforos de publicidad clasifi-

cados en el código NC ex 3605 00 00 (Código Taric 3605 00 00*10) originarios de Japón.

A efectos del presente Reglamento, se considerarán «fósforos de publicidad» los fósforos que incorporen mensajes publicitarios distintos o además del logotipo o las señas del fabricante de los fósforos.

2. A efectos del presente Reglamento, el tipo del derecho antidumping provisional aplicable al precio neto franco frontera de la Comunidad, no despachado de aduana, será el 42,1 %, a excepción de las importaciones manufacturadas y exportadas por las siguientes empresas, que estarán sujetas al siguiente tipo:

- a) 23,7 % para los productos manufacturados y exportados por Daiwa Trading & Industrial Co. Ltd (Código Taric 8022),
- b) 12,2 % para los productos manufacturados y exportados por Kobe Match Co. Ltd (Código Taric 8023),
- c) 9,4 % para los productos manufacturados y exportados por Yaka Chemical Industry Co. Ltd (Código Taric 8024).

3. Salvo disposición en contrario, se aplicarán las disposiciones vigentes en materia de derechos de aduana.

4. El despacho a libre práctica de los productos mencionados en el apartado Comunidad estará supeditado a la constitución de una garantía por un importe igual al del derecho provisional.

Artículo 2

Sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado 4 del artículo 7 del Reglamento (CEE) nº 2423/88, las partes interesadas podrán dar a conocer sus puntos de vista por escrito y solicitar ser oídas por la Comisión en el plazo de un mes a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento.

Artículo 3

El presente Reglamento entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*.

Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 11, 12 y 13 del Reglamento (CEE) nº 2423/88, el artículo 1 del presente Reglamento se aplicará durante un período de cuatro meses, a menos que el Consejo adopte medidas definitivas antes de la expiración de dicho período.

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el 16 de junio de 1997.

Por la Comisión

Leon BRITTAN

Vicepresidente