CONCLUSÕES DO ADVOGADO-GERAL WALTER VAN GERVEN apresentadas em 14 de Novembro de 1991 *

Senhor Presidente,
Senhores Juízes,

1. Através do presente recurso, a Goldstar Co. Ltd (a seguir «Goldstar»), sociedade de direito coreano, pede a anulação, na medida em que o mesmo lhe diz respeito, do Regulamento (CEE) n.° 112/90 do Conselho, de 16 de Janeiro de 1990, que institui um direito *antidumping* definitivo sobre as importações de certos leitores de discos compactos, originárias do Japão e da República da Coreia, e que determina a cobrança definitiva do direito provisório (a seguir «regulamento definitivo») [1]. A Goldstar invoca para este fim três fundamentos baseados principalmente na pretensa violação do artigo 2.°, n.° 3, alínea b), do Regulamento (CEE) n.° 2423/88, de 11 de Julho de 1988, relativo à defesa contra as importações que são objecto de *dumping* ou de subvenções por parte de países não membros da Comunidade Económica Europeia (a seguir «regulamento de base») [2].

Contexto

2. A Goldstar faz parte do grupo Lucky Goldstar. Fabrica aparelhos eléctricos e electrónicos destinados tanto ao mercado coreano como a mercados estrangeiros. No decurso do período de referência (de 1 de Junho de 1986 a 31 de Maio de 1987), a Goldstar vendeu na Coreia e na Comunidade os cinco modelos seguintes de leitores de discos compactos: GCD 603, GCD 605, GCD 606, GCD 613 e GCD 616. Vendeu os três primeiros — cuja produção parou em 1985 — na Coreia e na Comunidade exclusivamente sob a sua própria marca. Quanto aos dois últimos, vendeu-os na Comunidade tanto sob a sua própria marca como aos «Original Equipment Manufacturers» [3] (a seguir «OEM»), mas comercializou-os na Coreia exclusivamente sob a sua própria marca.

3. Em Junho de 1987, o Committee of Mechoptronics Producers and Connected Technologies (a seguir «Compact») apresentou uma queixa à Comissão, em nome de produtores que representam a maioria da produção comunitária de leitores de discos compactos, relativamente às importações na Comunidade de leitores de discos compactos originários do Japão e da Coreia.

O inquérito levado a cabo pela Comissão conduziu à instituição de um *direito antidumping provisório* sobre as importações de determinados leitores de discos compactos originários do Japão e da República da Co-

* Língua original: neerlandês.

1 — JO L 13, p. 21. No âmbito do processo C-104/90, a Matsushita Electric Industrial solicita também a anulação do Regulamento n.° 112/90, mas por razões diferentes das invocadas pela Goldstar.

2 — JO L 209, p. 1.

3 — Nos seus acórdãos de 14 de Março de 1990, Nashua Corporation/Comissão e Conselho, n.° 3 (C-133/87 e C-150/87, Colect., p. I-719), e Gestetner Holdings/Conselho e Comissão, n.° 3 (C-156/87, Colect., p. I-781), o Tribunal definiu o OEM como o fornecedor sob a sua própria marca de produtos fabricados por outras empresas.

reia através do Regulamento (CEE) n.° 2140/89 da Comissão, de 12 de Julho de 1989 (a seguir «regulamento provisório»)[4]. A Comissão fixou a taxa do direito *antidumping* provisório aplicável às importações dos produtos fabricados por Goldstar em 32,5 % do preço líquido franco-fronteira comunitária. O nível desse direito é função do valor normal dos produtos importados pela Goldstar, valor que a Comissão determinou separadamente *para cada modelo*. Consoante as quantidades vendidas no mercado interno e as modalidades dessa venda (venda sob uma marca própria ou a um OEM), a Comissão utilizou, no regulamento provisório, um dos três métodos seguintes para determinar o valor normal.

a) No que diz respeito aos modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 e GCD 616 vendidos sob uma marca própria tanto na Coreia como na Comunidade.

Segundo a Comissão, estes modelos foram vendidos em quantidades suficientes no mercado interno (quer dizer, que estas vendas representavam mais de 5 % do volume exportado para a Comunidade, relativamente a cada um dos modelos em causa) durante o período de referência. Como é referido no n.° 23 dos considerandos do regulamento provisório, o valor normal de cada modelo foi estabelecido com base no preço médio ponderado praticado no mercado interno para todas as vendas a compradores independentes.

b) No que diz respeito ao modelo GCD 613 vendido sob uma marca própria tanto na Coreia como na Comunidade.

O número de aparelhos deste modelo vendidos no mercado interno durante o período de referência representava menos de 5 % do volume exportado para a Comunidade desse modelo. Assim, a Comissão estabeleceu o valor normal desse modelo com base no valor calculado, determinado segundo as modalidades definidas no n.° 48 dos considerandos do regulamento provisório, quer dizer, com base nas médias ponderadas das despesas efectuadas e dos lucros realizados pela Goldstar com a venda dos modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 e GCD 616 no mercado coreano.

c) No que diz respeito aos modelos GCD 613 e GCD 616 vendidos aos OEM exclusivamente na Comunidade.

Como refere nos n.os 51 e 52 dos considerandos do regulamento provisório, a Comissão considerou que os OEM aos quais a Goldstar tinha vendido aparelhos destinados a serem exportados para a Comunidade constituíam uma categoria distinta de clientes. Para estabelecer o valor normal dos modelos vendidos a estes OEM, procedeu a uma avaliação das diferenças que podiam existir entre os preços dos aparelhos comercializados sob uma marca própria e os vendidos aos OEM, se estes tivessem vendido no mercado coreano. Consequentemente, a Comissão tomou em consideração uma margem de lucro correspondente a 30 % da referente às vendas realizadas no mercado interno sob uma marca própria.

4. No decurso do processo precedendo à adopção do *regulamento definitivo*, a Goldstar formulou objecções relativas aos métodos utilizados pela Comissão para a determinação do valor normal dos modelos vendidos por esta sociedade. Estas objecções

4 — JO L 205, p. 5.

coincidem na maior parte com as feitas pela Goldstar no decurso do processo prévio à adopção do regulamento provisório. Como a Comissão, o Conselho rejeitou as objecções da Goldstar. Estabeleceu o valor normal dos modelos em causa segundo os métodos atrás descritos e fixou o direito *anti-dumping* definitivo sobre as importações efectuadas pela Goldstar em 26,1 % (em vez de 32,5 %) do preço líquido franco-fronteira comunitária.

O primeiro fundamento

5. A Goldstar alega que foi erradamente que o Conselho tomou os preços internos como base para determinar o valor normal dos modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 e GCD 616 vendidos sob uma marca própria tanto na Coreia como na Comunidade. Segundo a Goldstar, as vendas desses modelos realizadas no mercado coreano durante o período de referência não ocorreram no decurso de operações comerciais normais e não permitem, assim, uma comparação válida, de modo que o Conselho devia ter estabelecido o valor normal com base no valor calculado, nos termos do artigo 2.°, n.° 3, alínea b), do regulamento de base. A Goldstar invoca em apoio destas afirmações um determinado número de argumentos, que se podem dividir em duas categorias.

A Goldstar sustenta, em primeiro lugar, que as noções de «operações comerciais normais» e de «comparação válida» pressupõem um volume de vendas suficiente num mercado interno representativo. Não contesta que, relativamente a cada um dos modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 e GCD 616, o número de aparelhos vendidos no mercado coreano durante o período de referência representa mais de 5 % do volume exportado para a Comunidade. Admite, além disso, a prática das instituições que consiste em não basear o cálculo do valor normal nos números das vendas realizadas no mercado interno, quando estes se situarem abaixo do limiar de 5 % atrás referido, e a utilizar nesse caso o valor calculado. No entanto, alega que as instituições são igualmente obrigadas a utilizar o método do valor calculado quando o limiar de 5 % for ultrapassado, *se*, como no caso em apreço, o número de aparelhos dos modelos em causa vendidos no mercado interno for mínimo em termos absolutos (devido ao seu carácter confidencial, omito aqui os números precisos). Além disso, a Goldstar considera que as características e a dimensão global do mercado interno devem também ser tomadas em consideração. No caso em apreço, a dimensão global do mercado coreano não é importante (a Goldstar calcula em cerca de 5 000 unidades o número total de leitores de discos compactos vendidos na Coreia durante o período de referência), o que seria devido nomeadamente ao facto de, nessa altura, o número de obras em língua coreana gravadas em disco compacto ser ainda limitado. A Goldstar acusa o Conselho de ter aplicado cegamente o limiar dos 5 %, quer dizer, sem ter em conta — em termos absolutos — o número de aparelhos vendidos pela Goldstar no mercado coreano, nem as características nem a dimensão global desse mercado. Pela mesma razão, o Conselho também não teria cumprido a sua obrigação de fundamentação.

Em segundo lugar, a Goldstar observa que abandonou a produção dos modelos GCD 603, GCD 605 e GCD 606 no decurso de 1985, ou seja, antes do início do período de referência. O preço a que esses modelos ultrapassados foram vendidos no mercado interno no decurso desse período não permitia, em sua opinião, uma comparação válida.

6. A argumentação da Goldstar não me pode convencer.

Segundo o artigo 2.°, n.° 3, alínea a), do regulamento de base, entende-se antes de mais por valor normal

«o preço comparável realmente pago ou a pagar no decurso de operações comerciais normais por produto similar destinado ao consumo no país de exportação ou de origem».

Outros elementos referidos na alínea b), i) e ii), podem ser utilizados a título de valor normal

«quando não ocorrer qualquer venda de produto similar no decurso de operações comerciais normais no mercado interno do país de exportação ou de origem, ou quando tais vendas não permitirem uma comparação válida».

Como o Tribunal indicou no acórdão de 5 de Outubro de 1988, Canon/Conselho[5], n.° 11, resulta claramente do texto e da economia das referidas disposições que é o preço realmente pago ou a pagar no decurso de operações comerciais normais no mercado interno que se deve ter prioritariamente em consideração para determinar o valor normal, sendo as outras soluções apenas subsidiárias. Daqui resulta que as instituições devem, tanto quanto possível, determinar o valor normal com base nos preços realmente praticados no mercado interno e só podem derrogar esse método quando se estiver manifestamente em presença de pelo menos uma das situações previstas no artigo 2.°, n.° 3, alínea b), do regulamento de base.

7. Nos termos desta última disposição, é necessário distinguir duas situações. Em primeiro lugar, a situação em que «não ocorreu qualquer venda de produto similar no decurso de operações comerciais normais no mercado interno». Como resulta dos exemplos fornecidos pelo quarto considerando do regulamento de base, trata-se de casos em que as operações comerciais, consideradas em si mesmas, não são normais, nomeadamente quando um produto é vendido a preços inferiores aos custos de produção ou quando as operações ocorreram entre parceiros que se associaram ou que concluíram um acordo de compensação. A Goldstar não sustentou, e menos ainda demonstrou, que as vendas por ela realizadas no mercado coreano teriam, em si mesmas, um carácter anormal. Por conseguinte, não pode retirar desta passagem do artigo 2.°, n.° 3, alínea b), do regulamento de base qualquer argumento que justifique uma derrogação à regra prioritária segundo a qual o valor normal é determinado com base nos preços internos.

8. Existe em seguida a situação em que as vendas realizadas no mercado interno «não permitem uma comparação válida». Como resulta do artigo 2.°, n.° 4, do código *anti-dumping*[6], a questão que aqui se coloca é a de saber se não é necessário renunciar, *devido à situação especial do mercado,* a tomar em consideração operações que têm, no en-

5 — 277/85 e 300/85, Colect., p. 5731.

6 — Acordo relativo à aplicação do artigo 6.° do Acordo Geral sobre Pautas Aduaneiras e Comércio aprovado em nome da Comunidade pela Decisão 80/271/CEE do Conselho, de 10 de Dezembro de 1979, relativa à conclusão dos acordos multilaterais resultantes das negociações comerciais de 1973-1979 (JO L 71, p. 1; EE 11 F12 p. 1).

tanto, em si mesmas um carácter normal. As operações efectuadas no mercado interno devem, efectivamente, mesmo se as considerarmos globalmente, ser a consequência de um comportamento normal dos compradores e de uma formação normal dos preços. Só nestas condições os preços internos permitem uma comparação válida com os preços à exportação.

Com o objectivo de garantir a representatividade mínima dos preços internos e no interesse da segurança jurídica, as instituições restringiram um pouco a margem de apreciação que lhes é permitida pelas disposições atrás referidas fixando uma linha directriz, mais precisamente um «limiar de insignificância». Pela primeira vez no âmbito do processo *antidumping* relativo às máquinas de escrever electrónicas originárias do Japão[7] e sistematicamente em seguida, as instituições consagraram assim o princípio de que o volume das vendas internas do produto em causa não pode servir de base à determinação do valor normal, quando for inferior a 5 % do volume exportado para a Comunidade. No acórdão Canon/Conselho, atrás referido, n.os 13 a 15, como no acórdão Brother/Conselho[8], n.os 11 a 13, o Tribunal rejeitou as objecções feitas pelas partes contra o limiar de 5 % e admitiu igualmente que esse limiar se pode aplicar a cada modelo (dotado de características próprias) considerado isoladamente[9]. Além disso, numa decisão posterior, o acórdão Neotype Techmashexport/Comissão e Conselho[10], n.° 31, o Tribunal extraiu um argumento do limite de 5 % referido pelos acórdãos Canon/Conselho e Brother/Conselho para afastar a objecção segundo a qual o mercado do país de referência, na acepção do artigo 2.°, n.° 5, do regulamento de base, não era representativo. No seu recente acórdão Nölle[11], o Tribunal acrescentou que o mero facto de o volume de produção do país de referência ser inferior a 5 % do volume exportado para a Comunidade não significa que a escolha desse país de referência não possa ser adequada e razoável, mas que um número de 1,25 % constitui um indício da fraca representatividade do mercado tomado em consideração.

9. A Goldstar afirma com razão que, quando o volume das vendas internas representa mais de 5 % do volume exportado para a Comunidade, tal não significa necessariamente que os preços internos permitem uma comparação válida (como resulta do acórdão Nölle, atrás referido, também não é esse o caso quando representa menos de 5 %). Contrariamente ao que a Goldstar faz crer, o Conselho e a Comissão não contestam esta opinião. A necessidade de tomar igualmente em consideração outros factores resulta, aliás, do quarto considerando do regulamento de base, segundo o qual se deve recorrer a um valor normal calculado se os preços internos não constituírem, «por qualquer razão», uma base adequada para a determinação da existência de *dumping*.

Parece-me no entanto que, dado que as instituições se impuseram a si próprias uma linha directriz — de que não podem, no entanto, fazer uma aplicação cega — com o objectivo de garantir a representatividade mínima dos preços internos e no interesse

7 — Regulamento (CEE) n.° 3643/84 da Comissão, de 20 de Dezembro de 1984 (JO L 335, p. 43), em especial o nono considerando, e Regulamento (CEE) n.° 1698/85 do Conselho, de 19 de Junho de 1985 (JO L 163, p. 1; EE 11 F28 p. 219), em especial o quinto considerando.

8 — Acórdão de 5 de Outubro de 1988 (250/85, Colect., p. 5683).

9 — Ver o acórdão Canon/Conselho, já referido, n.° 14.

10 — Acórdão de 11 de Julho de 1990 (C-305/86 e C-160/87, Colect., p. I-2945).

11 — Acórdão de 22 de Outubro de 1991, n.° 22 (C-16/90, Colect., p. I-5163).

da segurança jurídica, só podem e devem derrogar a mesma em presença de circunstâncias especiais que tenham por consequência que o preço interno não permita uma comparação válida com o preço à exportação.

10. Quais são essas circunstâncias especiais? Partilho a opinião da Goldstar, segundo a qual as características e, especialmente, a dimensão global do mercado interno podem constituir essas circunstâncias. O Tribunal, de resto, confirmou implicitamente esse modo de ver nos acórdãos Brother/Conselho, já referido, n.° 10, e Silver Seiko/Conselho [12], n.° 11. Nestes processos, as recorrentes afirmavam igualmente que um número mínimo de máquinas de escrever electrónicas era vendido no mercado japonês, se o mesmo fosse comparado com o mercado comunitário. O Tribunal não afastou esse argumento enquanto tal, mas decidiu que ele era desprovido de fundamento objectivo, dado que várias dezenas de milhares de máquinas eram vendidas anualmente no mercado japonês e que este se caracterizava, além disso, por uma grande concorrência. Nessas condições, o Tribunal considerou que os preços praticados no mercado japonês eram comparáveis com os obtidos no mercado comunitário.

Parece-me que o argumento invocado no caso em apreço pela Goldstar relativamente às características do mercado coreano também não tem fundamentação objectiva. Em primeiro lugar, no que diz respeito à dimensão *global* (considerados todos os modelos) do mercado dos leitores de discos compactos, a Goldstar não conseguiu provar, como sustenta, que teria sido vendido no mercado coreano durante o período de referência um máximo de 5 000 leitores de discos compactos. Na audiência, a Comissão afirmou que esse número se elevava a 6 500 unidades, ao passo que Compact apresentou artigos da imprensa segundo os quais se tratava de um mercado de 30 000 unidades. De qualquer modo, mesmo um número de 5 000 leitores de discos compactos parece-me suficientemente significativo, em termos absolutos, quando representa, em percentagem, uma parte não desprezível do volume total exportado para a Comunidade. Com efeito, segundo o Conselho, que não foi contestado sobre este ponto, essas exportações ascenderam em 1986 a pouco menos de 34 000 unidades. Noutros termos, o número de 5 000 leitores de discos compactos vendidos no mercado coreano, que é adiantado pela Goldstar e que constitui um mínimo, representa, no entanto, ainda 14 % das exportações de leitores de discos compactos coreanos para a Comunidade, o que não é irrelevante.

11. A Goldstar invoca, além disso, os números (aqui omitidos por razões de confidencialidade), mínimos na sua opinião, das vendas internas de cada um dos modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 e GCD 616 *considerados isoladamente*. Em primeiro lugar farei uma observação prévia. O argumento, em si mesmo pertinente, segundo o qual é necessário que as vendas internas atinjam um volume suficiente, em termos absolutos, para que os preços praticados nesse mercado permitam uma comparação válida é inspirado pela verificação de que os preços internos podem ser diferentes de um ponto de venda para outro. Além disso, esses preços podem flutuar no decurso de um único e mesmo período de referência. É por estas razões que as instituições utilizam mais frequentemente, como no caso em apreço, um preço que é a média ponderada dos obtidos para o conjunto das vendas do produto em causa concluídas com compradores independentes. Ora, para ser representativa, essa média ponderada deve ser baseada num número mínimo de vendas.

12 — Acórdão de 5 de Outubro de 1988 (273/85 e 107/86, Colect., p. 5927).

No entanto, isso não significa que, além do «limiar de insignificância» (de 5 %) relativo, atrás referido, e calculado no caso concreto por modelo, as instituições devam utilizar um segundo limiar que seja absoluto. Com efeito, a fixação de um limiar mínimo absoluto de alcance geral tem pouco sentido, porque o valor de um número absoluto é demasiado dependente da natureza do produto. Deve-se assim apreciar, relativamente a cada produto ou modelo, se há no mercado em causa vendas suficientes a preços estáveis para que o preço médio calculado nessa base seja suficientemente representativo. Excepto a sua afirmação geral segundo a qual o número de vendas realizadas no mercado interno é mínimo, a Goldstar não adiantou no entanto qualquer argumento do qual resulte que o preço médio aplicado não era representativo [13].

Números relativos que exprimam, para um único produto ou modelo ou para uma categoria de produtos similares, a relação entre as quantidades vendidas no mercado interno e as exportadas podem, pelo contrário, ser fixados de modo geral e reflectir directamente a proporção existente entre a dimensão do mercado interno e a do mercado de exportação. Dado que o mercado coreano dos leitores de discos compactos considerado na sua globalidade representa pelo menos 14 % das exportações para a Comunidade e que as vendas realizadas no mercado coreano ultrapassam também, relativamente a cada modelo, o «limiar de insignificância» (relativo) geral de 5 % do volume exportado para a Comunidade, tal é suficiente, em minha opinião, para que se possa admitir que os preços internos são representativos e utilizáveis.

13 — Interrogado pelo Tribunal sobre o nível a que conviria fixar um número absoluto, o representante da Goldstar declarou na audiência que um número de 50 aparelhos poderia constituir um critério equitativo.

12. Além do volume do mercado coreano global, por um lado, e os seus próprios números de vendas por modelo, por outro, a Goldstar não invoca qualquer outra circunstância especial para contestar a representatividade dos preços internos. Em especial, não invoca que não há no mercado coreano uma «forte concorrência», característica que o Tribunal tomou em consideração nos processos Brother/Conselho e Silver Seiko/ /Conselho, atrás referidos, para apreciar a representatividade dos preços. Mais precisamente, relativamente ao que foi dito, a Goldstar não sustentou, e muito menos provou, que os preços praticados no mercado interno teriam sido mais baixos, se o volume das vendas aí realizadas tivesse sido mais importante e a concorrência mais forte. Resulta, pelo contrário, dos autos [14], que a Goldstar optou *deliberadamente* por preços internos (e margens de lucro) relativamente elevados, consistindo a sua estratégia em apresentar os leitores de discos compactos como produtos de luxo no mercado coreano.

Atribuo grande importância a esta circunstância. Parece-me, com efeito, que um produtor não pode invocar como circunstância especial, para pôr em questão a representatividade dos preços internos por si facturados, a decisão que tomou pessoalmente, após grande reflexão, de posicionar o seu produto num segmento determinado do mercado e numa categoria determinada de preços — decisão que também pode explicar que venda menos aparelhos que os seus concorrentes, se essa estratégia não atingir o seu objectivo. Só circunstâncias externas, que se impõem aos produtores, entram em linha de conta a este respeito. Se assim não fosse, os próprios produtores poderiam suscitar circunstâncias que justifiquem uma

14 — Ver, em especial, o n.° 21 do anexo VI da petição da Goldstar.

derrogação ao princípio segundo o qual o valor normal é determinado prioritariamente com base nos preços internos reais.

13. Tendo em conta as considerações precedentes, concluo que foi acertadamente que o Conselho considerou que o número de aparelhos vendidos pela Goldstar no mercado coreano e a dimensão global desse mercado não justificam que se afastem os preços internos por não permitirem uma comparação válida.

Daqui resulta também que as instituições tinham o direito de aplicar o «limiar de 5 %», segundo a linha directriz que se tinham imposto, e que o argumento baseado no artigo 190.° do Tratado e alegando uma falta de fundamentação deve, assim, ser afastado. O n.° 21 dos considerandos do regulamento definitivo remete, efectivamente, para o n.° 27 dos considerandos do regulamento provisório, em que a Comissão declara:

«A Comissão considerou que o reduzido montante em termos absolutos das vendas no mercado interno não pode, por si só, constituir razão suficiente para considerar que estas vendas não foram efectuadas no decurso de operações comerciais normais, justificando um desvio ao procedimento normal de estabelecimento dos valores normais com base nas vendas internas dos modelos que em termos quantitativos ultrapassam 5 % das vendas para exportação para a Comunidade.»

Esta fundamentação reflecte de modo suficientemente claro o raciocínio seguido pelas instituições.

14. Por último, considero também como desprovido de fundamento o argumento que a Goldstar retira da circunstância de ter posto termo à produção dos modelos GCD 603, GCD 605 e GCD 606 antes do início do período de referência. Como resulta do texto do artigo 2.°, n.° 3, alínea b), do regulamento de base, devem-se tomar em consideração as «vendas» no mercado interno. Esta disposição não faz qualquer distinção entre os produtos, consoante sejam ainda fabricados ou não. A circunstância de os modelos vendidos já não serem fabricados não é assim, em si mesma, um fundamento que justifique que se afastem os preços internos desses modelos por não permitirem uma comparação válida. Decidir de outro modo poderia ter como consequência que o valor normal de produtos relativamente recentes como os leitores de discos compactos, de que novos modelos aparecem continuamente no mercado, só pudesse excepcionalmente ser estabelecido com base nos preços internos.

15. Tendo em conta as considerações precedentes, considero que o primeiro fundamento invocado pela Goldstar deve ser rejeitado.

O segundo fundamento

16. Em segundo lugar, a Goldstar alega que o Conselho violou o artigo 2.°, n.° 3, alínea b), ii), do regulamento de base, na medida em que determinou o valor calculado do modelo GCD 613, vendido sob uma marca própria no mercado interno e na Comunidade, e mais precisamente a margem de lucro a adicionar aos custos de produção, tendo em conta a margem de lucro média realizada pela Goldstar durante o período

de referência relativamente às vendas internas de outros modelos, ou seja, os modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 e GCD 616 (devido ao seu carácter confidencial, essa média, que consiste numa percentagem do custo de produção, é aqui omitida). Como já observei (atrás no n.° 5), a Goldstar admite que, para um produto como o modelo GCD 613, cujas vendas se situavam aquém do «limiar de insignificância» relativo fixado em 5 % do volume exportado, as instituições podiam (e deviam) tomar em consideração um valor calculado [15]. Segundo a Goldstar, a margem de lucro média realizada na venda dos outros modelos não constitui, no entanto, um número utilizável, pelas duas razões seguintes. Em primeiro lugar, teria sido calculada com base nas vendas efectuadas no mercado interno que não ocorreram no decurso de operações comerciais normais e/ou que não permitiam uma comparação válida. Em seguida, resulta do artigo 2.°, n.° 4, do código *antidumping*, que o lucro realizado no mercado interno por um exportador individual não constitui um número utilizável quando, como no caso em apreço, excede o lucro normalmente realizado aquando da venda de produtos similares no mesmo mercado.

17. Já não tenho que examinar o primeiro argumento, uma vez que, aquando da análise do primeiro fundamento, cheguei à conclusão que as vendas dos modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 e GCD 616 realizadas no mercado interno sob uma marca própria tiveram lugar no decurso de operações comerciais normais e permitem uma comparação válida.

15 — Segundo essa sociedade, as instituições deviam, aliás, ter procedido do mesmo modo relativamente aos outros modelos, concepção que atrás afastei.

Em contrapartida o segundo argumento merece atenção. Desde o acórdão Nakajima All Precision Co. Ltd/Conselho [16] (em especial os n.os 26 a 32), é, com efeito, facto assente que os produtores podem contestar a validade de um regulamento *antidumping* fundamentando-se nas disposições do código *antidumping*.

18. Nos termos do artigo 2.°, n.° 3, alínea b), ii), do regulamento de base, o valor calculado é determinado pela soma do custo de produção e de uma margem de lucro razoável. Esta disposição prevê três métodos, que, como o Tribunal referiu no acórdão Nakajima All Precision Co. Ltd/Conselho, n.° 61, devem ser considerados pela ordem da sua apresentação [17]. Assim, a margem de lucro é calculada prioritariamente tomando como referência o lucro realizado pelo produtor nas vendas rentáveis de produtos similares efectuadas no mercado interno. Só no caso de não estarem disponíveis os dados relativos a esse lucro, ou não serem fiáveis ou não serem utilizáveis, é que a margem de lucro é calculada tomando como referência o lucro realizado por outros produtores do país de origem sobre as vendas rentáveis do produto similar. Se nenhum destes dois métodos puder ser aplicado, a margem de lucro é calculada tomando como referência as vendas efectuadas pelo produtor ou pelos outros produtores no mesmo sector de actividade económica no país de origem ou em qualquer outra base razoável.

16 — Acórdão de 7 de Maio de 1991 (C-69/89, Colect., p. I-2069).

17 — Dado que a Goldstar não contesta o cálculo do custo de produção nem do montante que a ele se acrescenta a título de despesas, menciono a seguir apenas as disposições do artigo que dizem respeito à determinação da margem de lucro que se deve adicionar. Para ser breve, falo apenas dos produtores e não dos exportadores.

19. A Goldstar sustenta que o primeiro método previsto pelo regulamento de base «não é utilizável», quando o lucro realizado pelo produtor em causa aquando da venda interna de um produto similar exceda o lucro normalmente realizado aquando da venda de produtos similares no mercado interno em questão. Baseia esta afirmação na última frase do artigo 2.°, n.° 4, do código *antidumping*, que prevê o seguinte:

«Regra geral, a majoração para lucros não excederá o lucro normalmente realizado aquando de vendas de produtos da mesma categoria geral no mercado interno do país de origem.»

A Goldstar parte aparentemente da ideia i) de que a expressão «o lucro normalmente realizado» deve ser interpretada como tomando como referência o lucro médio realizado pelo conjunto dos produtores do país de origem aquando da venda de produtos similares no mercado interno, e ii) de que o primeiro método de cálculo previsto no artigo 2.°, n.° 3, alínea b), ii), do regulamento de base, que faz referência ao lucro realizado pelo produtor em causa, é contrário à última frase do artigo 2.°, n.° 4, do código *antidumping*, tal como foi atrás interpretada.

20. A posição da Goldstar assenta, em minha opinião, numa interpretação errada do código *antidumping*.

É um facto que a última frase do artigo 2.°, n.° 4, desse código não indica expressamente por quem deve ser normalmente realizado o lucro referido. No entanto, não se pode daí deduzir que esse lucro seja necessariamente o lucro médio realizado pelo *conjunto dos produtores* aquando da venda de produtos similares no mercado interno. O texto também pode efectivamente interpretar-se no sentido de que a majoração para lucros não pode exceder o lucro normalmente realizado *pelo produtor em questão* aquando da venda de produtos similares no mercado interno. Essa interpretação está, aliás, mais em conformidade com o objectivo em vista do qual é estabelecido um valor calculado. Como o Tribunal já o referiu várias vezes [18], o cálculo do valor normal destina-se a determinar o preço de venda de um produto, tal como ele seria se esse produto fosse vendido no seu país de origem ou de exportação. Ora, o método mais preciso para determinar esse preço consiste em estabelecer o valor calculado com base nas vendas de produtos similares realizadas no mercado interno pelo próprio produtor em causa. A Comissão, além disso, salientou com razão que resulta do artigo 8.°, n.° 2, do código *antidumping* que esse código também dá preferência a uma abordagem individual mais do que global.

Aliás, no acórdão Nakajima All Precision Co. Ltd/Conselho, n.° 37, o Tribunal já se pronunciou de modo geral a favor da compatibilidade com o artigo 2.°, n.° 4, do código *antidumping*, dos métodos de cálculo, como «concretizados» pelo artigo 2.°, n.° 3, alínea b), ii), do regulamento de base:

«Daqui resulta que a subalínea ii) da alínea b) do n.° 3 do artigo 2.° do novo regula-

18 — Ver os acórdãos Brother/Conselho, n.° 18, Canon/Conselho, n.° 26, Silver Seiko/Conselho, n.° 16, Nakajima All Precision Co. Ltd/Conselho, n.° 64.

mento de base está conforme com o n.° 4 do artigo 2.° do código *antidumping*, na medida em que, sem desrespeitar o espírito desta última norma, se limita a concretizar os métodos razoáveis de cálculo do valor normal construído em relação às diversas situações que se possam apresentar na prática» [19].

Por último, recordo que a Goldstar fixou os seus preços internos no âmbito de uma estratégia destinada a vender os leitores de discos compactos na Coreia apresentando-os deliberadamente como produtos de luxo. Do mesmo modo que a Goldstar não pode invocar os preços por ela fixados depois de longa reflexão a título de circunstância especial que tem por consequência que os seus preços internos já não sejam representativos (ver n.° 12 das conclusões), também não pode alegar que as margens de lucro elevadas resultantes dos preços por ela fixados desse modo não podem entrar em linha de conta para a determinação do valor calculado do modelo GCD 613.

Tendo em conta as considerações precedentes, o segundo fundamento invocado pela Goldstar deve também ser rejeitado.

O terceiro fundamento

21. O terceiro fundamento invocado pela Goldstar é relativo à decisão adoptada pelo Conselho de fixar um valor normal distinto para os modelos vendidos aos OEM [20]. Como o n.° 22 dos considerandos do regulamento definitivo o indica, o Conselho, com efeito, admitiu

«terem esses clientes funções claramente distintas das outras categorias de compradores não relacionados e que essas diferenças se reflectiam claramente, em relação ao mercado em causa, nas quantidades vendidas e na estrutura de preços praticados».

A Goldstar sustenta que o Conselho violou o artigo 2.°, n.° 3, alínea b), ii), do regulamento de base, na medida em que determinou o valor calculado dos modelos GCD 613 e GCD 616 vendidos aos OEM com vista à a sua exportação para a Comunidade tomando em consideração uma margem de lucro equivalente a 30 % do lucro por ela realizado aquando da venda desses modelos no mercado interno sob a sua própria marca. Em apoio deste fundamento, a Goldstar invoca os seguintes argumentos:

a) não existe qualquer relação entre as despesas e os lucros ligados às vendas aos OEM e os ligados às vendas de produtos apresentados sob uma marca própria;

b) o Conselho agiu ignorando uma prática anterior;

c) a taxa de 30 % foi considerada arbitrariamente;

19 — *NT:* Esta nota refere-se ao carácter oficioso da tradução neerlandesa, na altura da elaboração das conclusões, não tendo objecto na versão portuguesa das presentes conclusões.

20 — Para uma definição de «OEM» («Original Equipment Manufacturer»), ver nota 3.

d) o Conselho violou o princípio da igualdade.

22. Antes de analisar os argumentos desenvolvidos pela Goldstar, desejo recordar que, como já atrás o assinalei, o cálculo do valor normal visa determinar o preço de venda de um produto, como este seria se esse produto fosse vendido no seu país de origem ou de exportação. Num caso como o aqui em apreço, em que foi determinado um valor normal distinto para os produtos vendidos aos OEM, tal implica que o preço de venda do produto deve ser determinado como se ele fosse vendido a OEM operando no mercado interno.

No caso em apreço, as instituições não podiam no entanto dispor de qualquer informação relativa a vendas celebradas com compradores OEM operando no mercado coreano, uma vez que nem a Goldstar nem qualquer outro produtor coreano abrangido pelo presente processo tinham realizado essas vendas. Além disso, os autos não contêm qualquer elemento que indique que a Goldstar ou outros produtores que operam no mesmo sector de actividade tivessem vendido produtos aos OEM na Coreia. Daí deduzo que o valor calculado dos modelos GCD 613 e GCD 616 vendidos aos OEM com vista à sua exportação para a Comunidade devia ser fixado de acordo com o último método de cálculo previsto no artigo 2.°, n.° 3, alínea b), ii), do regulamento de base, mais precisamente «em qualquer outra base razoável».

Como o Tribunal já o referiu várias vezes (a última vez no n.° 63 do acórdão Nakajima All Precision Co. Ltd/Conselho), o artigo 2.°, n.° 3, alínea b), ii), do regulamento de base confere às instituições um vasto poder de apreciação para o cálculo do «montante razoável», correspondente às despesas e ao lucro, que devem ser incluídos no valor calculado.

a) A relação entre as vendas aos OEM e as vendas sob uma marca própria

23. O argumento, segundo o qual não existe qualquer relação entre as despesas e os lucros ligados às vendas aos OEM realizadas no mercado interno e os ligados às vendas de produtos oferecidos nesse mesmo mercado sob uma marca própria, é, de modo geral, desprovido de fundamento. Os OEM que vendem no mercado interno são concorrentes do produtor que vende nesse mesmo mercado interno sob a sua própria marca. Nessa situação, é evidente que o produtor em causa só venderá aos OEM se puder manifestamente aumentar a sua rentabilidade agindo desse modo. Quando fixa o preço de venda aos OEM, terá assim em consideração não apenas custos de produção, que são idênticos para as duas categorias, mas também um grande número de outros factores, nomeadamente: o aumento do seu volume de negócios tornado possível por essas vendas aos OEM, os custos menos elevados a elas ligados, nomeadamente no que diz respeito às despesas publicitárias, mas também a maior concorrência devido à presença dos OEM no mercado interno e a pressão daí resultante sobre o nível dos preços dos produtos que o produtor vende nesse mesmo mercado sob a sua própria marca. Noutros termos, um produtor facturará normalmente a um comprador OEM que opere no mesmo mercado um preço que lhe permita obter um maior lucro do que

aquele que obteria se vendesse nesse mercado exclusivamente sob a sua própria marca. Assim, existe indubitavelmente uma relação entre, por um lado, o preço e a margem de lucro fixados para as vendas concluídas com os OEM que operam no mercado interno, e por outro, o preço e a margem de lucro fixados para os produtos vendidos nesse mercado sob uma marca própria. Quantificar abstractamente esta relação é, no entanto, uma tarefa complicada, quando não houve qualquer venda aos OEM no mercado interno, e, por conseguinte, é necessário deixar sob este aspecto uma certa margem de apreciação às instituições.

24. No caso em apreço, as instituições consideraram que esta relação lhes permitia determinar o valor calculado das vendas (inexistentes) concluídas com os OEM no mercado coreano com base na média ponderada dos custos suportados e do lucro realizado pelo mesmo produtor quanto aos modelos por ele vendidos (efectivamente) no mercado coreano sob a sua própria marca, entendendo-se que só uma parte (30 %) do lucro realizado pelo produtor em causa aquando dessas últimas vendas era tomado em consideração. Noutros termos, baseando a sua avaliação numa margem de lucro proporcionalmente mais baixa, as instituições consideraram que tomavam em consideração todas as diferenças possíveis, do ponto de vista dos custos e do lucro, entre as vendas concluídas com os OEM e as realizadas sob a sua própria marca pelo produtor em causa.

Parece-me que, ao fazê-lo, as instituições não ultrapassaram os limites do seu poder de apreciação, tanto mais que esse processo está de acordo com a prática constante, como resulta dos três outros processos *anti-dumping* invocados pela Goldstar (fotocopiadoras de papel normal [21], gravadores de cassetes vídeo [22] e pequenos aparelhos receptores de televisão a cores [23]). No contexto destes processos, as instituições determinaram também o valor calculado das vendas (igualmente inexistentes) concluídas com os OEM no mercado interno com base em dados relativos às vendas (efectivamente) realizadas no mercado interno sob uma marca própria, aplicando para a margem de lucro uma taxa uniforme de 5 %, válida para todos os produtores. Apesar das diferenças que existem em relação ao método de cálculo utilizado no âmbito do presente processo e que analisarei ulteriormente (ver n.° 25, a seguir), afigura-se que, em todos esses processos, as instituições partiram do mesmo princípio, isto é, que para ter em conta todas as diferenças possíveis, do ponto de vista dos custos e do lucro, entre as vendas concluídas com os OEM e as outras vendas, tomaram em consideração uma margem de lucro mais baixa para as vendas concluídas com os OEM do que para as vendas internas.

Assim, considero que é injustificadamente que se acusa o Conselho de ter, no caso em apreço, estabelecido uma relação entre as

21 — Regulamento (CEE) n.° 535/87 do Conselho, de 23 de Fevereiro de 1987, que institui um direito *antidumping* definitivo sobre as importações de aparelhos fotocopiadores de papel normal originários do Japão (JO L 54, p. 12).

22 — Regulamento (CEE) n.° 501/89 do Conselho, de 27 de Fevereiro de 1989, que institui um direito *antidumping* definitivo sobre as importações de certos gravadores de cassetes vídeo (*video cassette recorders — VCRs*) originários do Japão e da República da Coreia e determina a cobrança definitiva do direito provisório (JO L 57, p. 55).

23 — Regulamento (CEE) n.° 3232/89 da Comissão, de 24 de Outubro de 1989, que institui um direito *antidumping* provisório sobre as importações de pequenos aparelhos receptores de televisão a cores originários da República da Coreia (JO L 314, p. 1).

vendas concluídas com os OEM e as realizadas sob uma marca própria. No acórdão Nashua Corporation/Comissão e Conselho, atrás referido, n.° 33 (ver n.° 28, a seguir), o Tribunal, aliás, reconheceu implicitamente a validade do procedimento que consiste em estabelecer essa relação.

b) O Conselho agiu sem ter em consideração uma prática anterior?

25. A Goldstar observa que, nos três outros processos *antidumping* atrás referidos, as instituições aplicaram uma taxa *uniforme* válida para todos os produtores, para determinar a margem de lucro a tomar em consideração para determinar o valor calculado referente às vendas (inexistentes) concluídas com os OEM no mercado interno comparadas com as vendas (efectivamente) realizadas nesse mercado sob uma marca própria, ao passo que, no contexto do presente processo, aplicaram, relativamente às vendas concluídas com os OEM, uma margem de lucro igualmente fixada por comparação com as vendas realizadas sob uma marca própria, mas com base nas características individuais de cada produtor [24]. Este método inabitual teria, no caso em apreço, tido como consequência que se tomasse em consideração, no caso da Goldstar, uma margem de lucro demasiado elevada, isto é y% (ver nota 24) dos custos de produção suportados por essa sociedade.

24 — A percentagem uniforme aplicada no contexto dos três processos atrás referidos é de 5 % da média dos custos de produção referentes aos produtos em causa. A percentagem utilizada no caso em apreço é de 30 % de x% (x sendo a margem de lucro realizada pela Goldstar nas vendas internas efectuadas sob uma marca própria; o número é aqui omitido devido ao seu carácter confidencial) dos custos de produção da Goldstar, isto é, a (30 % de x% =) y%.

Não me convenço com o argumento da Goldstar, segundo o qual, ainda desta vez, em conformidade com a sua prática anterior, o Conselho devia ter tomado em consideração uma margem de lucro uniforme para todos os produtores de leitores de discos compactos que operam no mercado coreano, em vez de uma percentagem determinada individualmente para cada produtor — no caso em apreço a Goldstar. Como já atrás assinalei (n.° 20) a maneira mais precisa de determinar um valor calculado consiste em tomar como base as vendas internas do produtor em causa. Uma vez que, no caso em apreço, não foi concluída qualquer venda com os OEM no mercado interno, competia às instituições estabelecer o valor calculado das vendas (inexistentes) concluídas com os OEM tendo em conta as vendas (efectivamente) realizadas sob uma marca própria, entendendo-se que tinham, para o fazer, a faculdade de dar a prioridade aos dados individuais relativos às vendas (efectivamente) realizadas sob uma marca própria por cada um dos produtores em causa. Assim, as instituições não eram obrigadas a utilizar uma margem de lucro uniforme.

26. A este respeito, convém salientar que, no processo C-172/87 (Mita Industrial/ /Conselho), ainda pendente no Tribunal, a Mita defende uma posição exactamente inversa da adoptada pela Goldstar no presente processo. Mita acusa o Conselho, nomeadamente, de a ter tratado de modo discriminatório, quando, no regulamento *antidumping* relativo às fotocopiadoras de papel normal, determinou o valor calculado das vendas (inexistentes) concluídas com os OEM no mercado interno utilizando uma margem de lucro uniforme, o que favorecia os exportadores que tinham realizado lucros importantes nas suas vendas internas. Nas conclusões (n.° 12), apresentadas em 13 de Dezembro

de 1990, o advogado-geral J. Mischo propõe que se afaste essa acusação, nomeadamente devido ao poder de apreciação de que o Conselho dispõe nessa matéria.

Esta posição não é incompatível com a concepção defendida nas presentes conclusões. As instituições devem, com efeito, proceder em cada caso a uma análise específica e tomar em consideração eventuais diferenças. Ora, como o Conselho observou justamente, existem diferenças significativas entre o presente processo e os três outros a que a Goldstar faz referência, especialmente no que diz respeito à margem de lucro referente às vendas internas (efectivamente) realizadas pelos produtores sob a sua própria marca. No que diz respeito ao processo relativo às fotocopiadoras de papel normal, as diferenças que existem entre as respectivas margens de lucro dos diversos produtores não são conhecidas; só a margem de lucro média (de 14,6 %) foi comunicada. Nos outros dois processos, no entanto, fez-se menção das diferenças que existem entre as margens de lucro realizadas pelos diferentes produtores aquando das vendas por eles efectuadas sob a sua própria marca. Essas margens flutuam entre 8 % e 12 % dos custos de produção no processo relativo aos gravadores de *cassetes vídeo* e entre 7 % e 14 % no que diz respeito aos pequenos aparelhos receptores de televisão a cores. Trata-se de diferenças relativamente reduzidas e pode-se compreender que, nessas condições, as instituições, que têm um certo poder de apreciação, não tenham optado por uma abordagem individual.

O mesmo não se passa no presente processo. A margem de lucro realizada pela Goldstar nas vendas internas que efectuou sob a sua própria marca é de longe superior às atrás mencionadas a propósito dos outros processos. Além disso, a própria Goldstar refere que a sua margem de lucro é superior (e mesmo muito, na medida em que o possamos pensar) à margem média dos outros produtores. Sendo assim, não havia, em minha opinião, qualquer razão para derrogar a regra geral que consiste em dar a preferência aos números do produtor em causa para estabelecer o valor normal calculado. Aliás, a fixação de uma margem de lucro uniforme para o conjunto dos produtores poderia ter por consequência causar um prejuízo injustificado a outro produtor coreano de leitores de discos compactos abrangido pelo regulamento definitivo em causa, o qual também vendeu aos OEM na Comunidade no decurso do período de referência.

c) A taxa de 30 % foi considerada arbitrariamente?

27. Uma vez que, no presente processo, as instituições escolheram determinar o valor calculado referente às vendas OEM com base nas características individuais (no caso em apreço, da Goldstar) e que não existem números reais relativos aos lucros, dado que não tinha sido feita qualquer venda de leitores de discos compactos aos OEM no mercado interno e que nessa altura não se tinha qualquer experiência, no contexto de outros processos, de vendas internas concluídas com os OEM, as instituições não tinham outra alternativa senão avaliar com a máxima precisão possível a relação existente entre o lucro realizado sobre as vendas concluídas com os OEM e o realizado aquando

das vendas efectuadas no mercado coreano sob uma marca própria. Ao fixar essa relação em 30 %, as instituições, em minha opinião, não ultrapassaram os limites do poder de apreciação de que dispõem. Os três elementos que se seguem indicam, com efeito, que o número de 30 % não é fruto de um cálculo arbitrário.

Já referi que, no processo relativo às fotocopiadoras de papel normal, foi determinado um valor calculado para as vendas concluídas com os OEM, utilizando-se, para o conjunto dos produtores, uma margem de lucro de 5 % dos seus custos de produção. Essa percentagem correspondia a cerca de um terço da margem de lucro média (que representava 14,6 % dos custos de produção) realizada por esses produtores nas vendas internas. Daqui pode deduzir-se que, na hipótese de, no contexto do referido processo, as instituições terem determinado um montante referente aos lucros não de modo uniforme, mas numa base individual, terem igualmente tomado em consideração uma relação de um para três entre o lucro realizado sobre as vendas concluídas com os OEM e o obtido por cada produtor sobre as vendas por ele realizadas sob a sua própria marca.

Além disso, as instituições dispõem agora de dados relativos ao processo *antidumping* relativo às importações de impressoras de matriz de pontos por impactos sucessivos originárias do Japão [25], e nomeadamente de informações relativas à venda destes produtos por produtores japoneses aos OEM que operam também no mercado japonês. Daqui resulta que o lucro referente às vendas concluídas com os OEM representa cerca de um terço do realizado aquando das vendas efectuadas sob uma marca própria.

Por último, pode-se assinalar que, no decurso do processo administrativo, a própria Goldstar propôs uma relação de 30 %, mas calculada com base nos lucros médios realizados pelo conjunto dos produtores. [26].

28. Com o cuidado de ser completo, quero ainda referir que, no processo Nashua Corporation/Comissão e Conselho, atrás referido, a recorrente também afirmou que as instituições teriam tomado em consideração uma margem de lucro arbitrária (5 %) aquando da determinação do valor calculado dos produtos vendidos aos OEM (ver n.os 32 a 34). A recorrente considerava que essa margem de lucro tinha insuficientemente em conta diferenças entre as vendas concluídas com os OEM e as realizadas sob uma marca própria. O Tribunal rejeitou esse fundamento não fazendo referência ao poder de apreciação de que dispõem as instituições, mas pela razão de a recorrente não ter demonstrado a exactidão da sua afirmação. Ora, como a Nashua, a Goldstar também não conseguiu provar, no contexto do presente processo, que, se tivesse vendido aos OEM no mercado interno, os seus preços teriam sido inferiores ao valor calculado determinado pelas instituições.

25 — Regulamento (CEE) n.° 3651/88 do Conselho, de 23 de Novembro de 1988, que institui um direito *antidumping* definitivo sobre as importações de impressoras de matriz de pontos por impactos sucessivos originárias do Japão (JO L 317, p. 33).

26 — Ver o n.° 40 dos considerandos do regulamento definitivo.

d) O Conselho violou o princípio da igualdade?

29. A Goldstar sustenta, em último lugar, que todos os produtores coreanos estão numa situação idêntica, dado que nenhum deles concluiu vendas internas com os OEM. Com base no princípio da igualdade, o Conselho devia ter tomado em consideração a mesma margem de lucro relativamente a todos os produtores coreanos.

Este argumento também deve ser afastado. Como já atrás o referi, o lucro realizado pela Goldstar sobre as suas vendas internas era superior ao dos outros produtores. O método de cálculo escolhido pelas instituições para a determinação do valor calculado dos produtos vendidos aos OEM tem em conta essas diferenças em matéria de lucros, de tal modo que não podem ser acusadas de ter violado o princípio da igualdade.

Conclusão

30. Tendo em conta as considerações precedentes, proponho que se negue provimento ao recurso e se condene a recorrente nas despesas, incluindo as da interveniente Compact. Em conformidade com o artigo 69.°, n.° 4, primeiro parágrafo, do Regulamento de Processo, com a redacção de 15 de Maio de 1991, a Comissão deve suportar as despesas relativas à sua intervenção.