

BOLETIM DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Nº 2024/12/27 (251/2024) 27 de dezembro de 2024

Sumário

Aviso.....	3
Códigos	3
TRIBUNAIS	7
Decisões judiciais relativas a processos de propriedade industrial	7
A sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual – Juízo da Propriedade Intelectual – juiz 1, proferida no processo de registo de marca nacional n.º 583346, julga recurso procedente e revoga a decisão do INPI que deferiu o pedido de nulidade e determina a manutenção do registo. O Acórdão do TRL – Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão, julga improcedente o recurso e confirma a sentença impugnada.	7
A sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual, Juiz 1, relativa ao logótipo n.º 55520, julga o recurso improcedente e concede o registo.....	34
PATENTES DE INVENÇÃO	50
Pedidos - BBCA/1A.....	50
Patentes europeias vigentes em Portugal - FG4A.....	52
Caducidades por falta de pagamento de taxa - Patente europeia - MM4A	53
CERTIFICADOS COMPLEMENTARES DE PROTECÇÃO	54
Pedidos e avisos de concessão.....	54
DESENHOS OU MODELOS	55
Caducidades por falta de pagamento de taxa - MM4Y	55
REGISTO NACIONAL DE MARCAS	56
Pedidos	56
Concessões	77
Vigências por sentença.....	78
Recusas.....	79
Renovações	80
Averbamentos.....	81
Renúncias.....	83
REGISTO INTERNACIONAL DE MARCAS	84
Recusas.....	84
Outros Atos.....	85
REGISTO DE LOGÓTIPOS	86
Pedidos	86
Concessões	88
Vigências por sentença.....	89
Renovações	90
Averbamentos.....	91
Renúncias.....	92
Conversão para Logótipos ao abrigo do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 143 de 25 de Julho.....	93
AGENTES OFICIAIS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL	94

PROCURADORES AUTORIZADOS 116

Aviso

À matéria publicada no presente Boletim são aplicáveis as disposições do Código da Propriedade Industrial.

Códigos

Códigos das rubricas (St. 17 OMPI)

Títulos de propriedade industrial:

- A — Patente de invenção.
- K — Modelo de utilidade.
- L — Modelo industrial.
- Q — Desenho industrial.
- Y — Desenho ou modelo.
- 1 — Pedido não examinado.
- 3 — Pedido examinado sem pesquisa.
- 4 — Pedido examinado com pesquisa.

Publicação:

BB — Publicação de pedidos e correspondente disponibilização dos documentos ao público, para consulta ou fornecimento de cópias, a pedido.

Oposição:

- CA — Fase de oposição.

Procedimento de concessão:

- FA — Desistências.
- FC — Recusas.
- FF — Concessão provisória.
- FG — Concessão; Registo; Estatuto legal; Licenças.
- GA — Transformação de pedido de título de propriedade industrial.
- PC — Transmissão.
- PD — Mudanças de identidade/sede.
- QB — Licenças concedidas e registadas.

Correções; outros:

- HK — Retificações.
- HZ — Requerimentos indeferidos.

Caducidade dos direitos de propriedade industrial:

- MA — Renúncias.
- MM — Caducidades.

Manutenção dos direitos de propriedade industrial:

- NF — Revalidações.

Outras decisões:

RL — Despachos proferidos por sentença alterando despacho anterior.

Lista dos Códigos INID — Identificação Numérica Internacional de Dados Bibliográficos (Normas St. 9, St. 60, St. 80 OMPI)

Patentes, Modelos de Utilidade, Certificados Complementares de Proteção, Desenhos ou Modelos:

- (11) Número de pedido.
- (19) Organismo emissor, país.
- (22) Data do pedido.
- (28) Número de objetos de um pedido múltiplo.
- (30) Data, país e número de prioridade.
- (43) Data de publicação de pedido não examinado.
- (44) Data de publicação de pedido examinado.
- (51) Classificação internacional:
 - A, U — Int. Cl. 7;
 - L, Q, Y — LOC (8).
- (54) Título em português.
- (55) Reprodução fotográfica do desenho ou modelo.
- (57) Resumo e desenho da invenção/descrição do desenho ou modelo.
 - (71) Requerente, nacionalidade, profissão, morada.
 - (72) Inventor(es)/autor(es).

Marcas, Nomes e Insígnias de Estabelecimento, Logótipos, Denominações de Origem e Indicações Geográficas, Recompensas:

- (210) Número de pedido.
- (220) Data do pedido.
- (300) Data, país e número de prioridade.
- (441) Data de publicação do pedido não examinado.
- (442) Data de publicação do pedido examinado.
- (511) Lista de produtos ou serviços segundo a Classificação Internacional de Nice [NCL (8)].
- (512) Classificação Nacional e/ou lista de produtos ou serviços.
 - (531) Descrição dos elementos figurativos das marcas segundo a Classificação Internacional de Viena [CFE (5)].
 - (540) Reprodução do sinal.
 - (550) Indicação do tipo de marca
 - (551) Indicação de que a marca é coletiva, de certificação ou de associação.
 - (561) Transliteração da marca.
 - (566) Tradução da marca ou das palavras nela contidas.
 - (591) Informações de cores reivindicadas.
 - (730) Nome do requerente, nacionalidade, profissão, morada.

Outros códigos

MNA — Marca nacional.
MCA — Marca Coletiva.
MCC — Marca de Certificação ou de Garantia.
NOM — Nome de estabelecimento.
INS — Insígnia de estabelecimento.
LOG — Logótipo.
DNO — Denominação de Origem Nacional.
DOI — Denominação de Origem Internacional.
IGR — Indicação Geográfica.
RCS — Recompensa.

**Lista alfabética dos códigos de países,
organizações intergovernamentais
e outras entidades
(Norma St. 3 OMPI)**

AD — Andorra.
AE — Emirados Árabes Unidos.
AF — Afeganistão.
AG — Antígua e Barbuda.
AI — Anguila.
AL — Albânia.
AM — Arménia.
AN — Antilhas Holandesas.
AO — Angola.
AP — ARIPO — Organização Regional Africana da Propriedade Industrial.
AR — Argentina.
AT — Áustria.
AU — Austrália.
AW — Aruba.
AZ — Azerbaijão.
BA — Bósnia-Herzegovina.
BB — Barbados.
BD — Bangladesh.
BE — Bélgica.
BF — Burquina Faso.
BG — Bulgária.
BH — Barém.
BI — Burundi.
BJ — Benin.
BM — Bermudas.
BN — Brunei Darussalam.
BO — Bolívia.
BOIP — *Office* da Propriedade Intelectual do Benelux.
BR — Brasil.
BS — Baamas.
BT — Butão.
BV — Ilha Bouvet.
BW — Botswana.
BY — Bielo-Rússia.
BZ — Belize.
CA — Canadá.
CD — República Democrática do Congo.
CF — República Centro-Africana.
CG — Congo.

CH — Suíça.
CI — Costa do Marfim.
CK — Ilhas Cook.
CL — Chile.
CM — Camarões.
CN — China.
CO — Colômbia.
CR — Costa Rica.
CU — Cuba.
CV — Cabo Verde.
CY — Chipre.
CZ — República Checa.
DE — Alemanha.
DJ — Djibuti.
DK — Dinamarca.
DM — Dominica.
DO — República Dominicana.
DZ — Argélia.
EA — EAPO — Organização Euro-Asiática de Patentes.
EC — Equador.
EE — Estónia.
EG — Egipto.
EH — Sara Ocidental.
EM — EUIPO — Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia.
EP — IEP — Instituto Europeu de Patentes.
ER — Eritreia.
ES — Espanha.
ET — Etiópia.
FI — Finlândia.
FJ — Fiji.
FK — Ilhas Malvinas.
FO — Ilhas Faroé.
FR — França.
GA — Gabão.
GB — Reino Unido.
GC — Instituto de Patentes do Conselho de Cooperação dos Estados Árabes do Golfo (GCC).
GD — Granada.
GE — Geórgia.
GG — Guernsey.
GH — Gana.
GI — Gibraltar.
GL — Gronelândia.
GM — Gâmbia.
GN — Guiné.
GQ — Guiné Equatorial.
GR — Grécia.
GS — Geórgia do Sul e as ilhas Sandwich do Sul.
GT — Guatemala.
GW — Guiné-Bissau.
GY — Guiana.
HK — Hong-Kong/China.
HN — Honduras.
HR — Croácia.
HT — Haiti.
HU — Hungria.
IB — Secretaria Internacional da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).
ID — Indonésia.
IE — Irlanda.

IL — Israel.	NZ — Nova Zelândia.
IM — Ilha de Man.	OA — OAPI — Organização Africana da Propriedade Intelectual.
IN — Índia.	OM — Omã.
IQ — Iraque.	PA — Panamá.
IR — República Islâmica do Irão.	PE — Peru.
IS — Islândia.	PG — Papua Nova Guiné.
IT — Itália.	PH — Filipinas.
JE — Jersey.	PK — Paquistão.
JM — Jamaica.	PL — Polónia.
JO — Jordânia.	PT — Portugal.
JP — Japão.	PW — Palau.
KE — Quênia.	PY — Paraguai.
KG — Quirguistão.	QA — Quatar.
KH — Camboja.	QZ — Instituto Comunitário de Variedades Vegetais (CPVO).
KI — Quiribáti.	RO — Roménia.
KM — Comores.	RS — Sérvia.
KN — S. Kitts e Nevis.	RU — Federação Russa.
KP — República Popular Democrática da Coreia.	RW — Ruanda.
KR — República da Coreia.	SA — Arábia Saudita.
KW — Koweit.	SB — Ilhas Salomão.
KY — Ilhas Caimão.	SC — Seychelles.
KZ — Cazaquistão.	SD — Sudão.
LA — República Popular Democrática do Laos.	SE — Suécia.
LB — Líbano.	SG — Singapura.
LC — Santa Lúcia.	SH — Santa Helena.
LI — Listenstaina.	SI — Eslovénia.
LK — Sri Lanka.	SK — Eslováquia.
LR — Libéria.	SL — Serra Leoa.
LS — Lesoto.	SM — São Marinho.
LT — Lituânia.	SN — Senegal.
LU — Luxemburgo.	SO — Somália.
LV — Letónia.	SR — Suriname.
LY — Líbia.	ST — São Tomé e Príncipe.
MA — Marrocos.	SV — El Salvador.
MC — Mónaco.	SY — República Árabe da Síria.
MD — República da Moldávia.	SZ — Suazilândia.
ME — Montenegro.	TC — Ilhas Turcas e Caicos.
MG — Madagáscar.	TD — Chade.
MK — Ex-República Jugoslava da Macedónia.	TG — Togo.
ML — Mali.	TH — Tailândia.
MM — Myanmar (Birmânia).	TJ — Tajiquistão.
MN — Mongólia.	TL — Timor-Leste.
MO — Macau.	TM — Turquemenistão.
MP — Ilhas Marianas do Norte.	TN — Tunísia.
MR — Mauritânia.	TO — Tonga.
MS — Montserrat.	TR — Turquia.
MT — Malta.	TT — Trinidad e Tobago.
MU — Maurícias.	TV — Tuvalu.
MV — Ilhas Maldivas.	TW — Taiwan/China.
MW — Malavi.	TZ — República Unida da Tanzânia.
MX — México.	UA — Ucrânia.
MY — Malásia.	UG — Uganda.
MZ — Moçambique.	US — Estados Unidos da América.
NA — Namíbia.	UY — Uruguai.
NE — Níger.	UZ — Uzbequistão.
NG — Nigéria.	VA — Vaticano.
NI — Nicarágua.	VC — São Vicente e Granadinas.
NL — Holanda.	VE — Venezuela.
NO — Noruega.	VG — Ilhas Virgens (GB).
NP — Nepal.	VN — Vietname.
NPI — Instituto Nórdico de Patentes.	
NR — Nauru.	

VU — Vanuatu.
WO — OMPI — Organização Mundial da
Propriedade Intelectual.
WS — Samoa.
YE — Iémen.
YU — Jugoslávia. (1)
ZA — África do Sul.
ZM — Zâmbia.
ZW — Zimbábwe.

(1) O código YU foi retirado da lista, em Novembro de 2006. Até essa data identifica a ex-Jugoslávia, a Sérvia e o Montenegro.

TRIBUNAIS

Decisões judiciais relativas a processos de propriedade industrial

A sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual – Juízo da Propriedade Intelectual – juiz 1, proferida no processo de registo de marca nacional n.º 583346, julga recurso procedente e revoga a decisão do INPI que deferiu o pedido de nulidade e determina a manutenção do registo. O Acórdão do TRL – Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão, julga improcedente o recurso e confirma a sentença impugnada.



Processo: 382/23.6YHLSB
Referência: 569476

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Polícia da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373276 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

I – RELATÓRIO

1. COOPERATIVA VITIVINICOLA DA ILHA DO PICO - PICOWINES CRL veio, ao abrigo do disposto nos artigos 38.º e seguintes do Código da Propriedade Industrial, interpor recurso judicial da decisão n.º 042/D.E.D./2023 do Exmo. Senhor Director de Direcção de Extinção de Direitos do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, proferida em 04 de Setembro de 2023, que deferiu o pedido de anulação do registo da marca nacional n.º 583346 «ROLA-PIPA» concedido a 31.08.2017 na classe 33 da Classificação Internacional de Nice, deduzido pela Recorrida.

Alegou, para tanto e em síntese, que é titular do registo da marca nacional «ROLA-PIPA», concedido em 31/08/2017, para assinalar os bens/serviços *essências alcoólicas; extractos de frutos com álcool; extratos alcoólicos; extratos de fruta com álcool; aguardente de péra; álcool de arroz; amargos [licores]; baijiu [bebida alcoólica destilada chinesa]; bebidas alcoólicas comestíveis; bebidas alcoólicas pré-misturadas; bebidas aperitivas; bebidas com baixo teor alcoólico; bebidas espirituosas e licores; bebidas gaseificadas com álcool, excluindo cerveja; cocktails; gelatinas alcoólicas; hidromel; licores alcoólicos de sabor amargo; nira [bebida alcoólica à base de cana de açúcar]; vinho; vinhos, da classe 33.*

Por seu turno, a Recorrida é titular das seguintes marcas:

- Marca nacional n.º 545.884 «ROLA DE BRANCO», concedida a 18 de Agosto de 2015;
- Marca nacional n.º 552.120 «ROLA», concedida a 10 de Novembro de 2015;
- Marca nacional n.º 552.121 «ROLA DE TINTO», concedida a 10 de Novembro de 2015;
- Marca nacional n.º 553.477 «R DE ROLA», concedida a 9 de Dezembro de 2015;
- Marca nacional n.º 558.276 «ROLA VINHA DAS MARIAS», concedida a 6 de Abril de 2016.

Porém, entre as aludidas marcas e a da Recorrente inexistiu risco de confusão ou associação por parte do consumidor, sendo que as mesmas coexistiram durante cinco anos sem qualquer indicio de confusão.

Além disso, estão em causa vinhos, em que o consumidor não deixa de, e muito menos ignora, saber a origem do vinho ou o tipo de vinho.



Processo: 382/23.6YHLSB
Referência: 569476

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

Ora, o vinho ROLA-PIPA é um vinho da Ilha do Pico – Açores, com D.O.P e que sempre que o mesmo é referenciado, a D.O PICO ou Ilha do Pico ou Açores surge. Já os vinhos da recorrida sob as marcas prioritárias não deixam de referenciar, como é obrigatório, a menção à Denominação de Origem DOURO (Decreto-Lei n.º 173/2009, de 3 de agosto).

Como tal, não existe qualquer paralelismo que resulte numa semelhança das configurações gráfico-figurativas que apresentam os rótulos dos vinhos da recorrente e da recorrida sob as respectivas designações em confronto.

Por fim, o termo em comum "rola" é um termo diluído pelo uso e inclusão em diversas marcas em território nacional e europeu, para produtos idênticos na Classe 33ª, num total de 4240 marcas, das quais 3648 estão concedidas, 227 depositadas, e 365 já expiradas, o que contribui para uma diminuição da sua capacidade distintiva quando considerado isoladamente, caindo, assim, no âmbito das marcas fracas, caracterizadas pelo uso quase exclusivo de elementos genéricos, descritivos, comuns, triviais ou vulgarizados, originária ou supervenientemente, onde a tutela de protecção conferida é menor no confronto com as marcas potencialmente confundíveis.

Deve, pois, a decisão do Instituto Nacional da Propriedade Industrial ser revogada.

2. Foi dado cumprimento ao disposto no artigo 42.º do Código da Propriedade Industrial, tendo a Recorrida apresentado resposta, pugnando pela manutenção da decisão.

II - SANEAMENTO

O Tribunal é competente em razão da nacionalidade, da matéria e da hierarquia.

O processo é o próprio e não enferma de nulidades que invalidem todo o processado.

As partes têm personalidade e capacidade judiciárias, estão regularmente representadas.

Não existem outras nulidades, excepções ou quaisquer questões prévias que obstem ao conhecimento do mérito da causa e que cumpra agora conhecer.

III - FUNDAMENTAÇÃO



Processo: 382/23.6YHLSB
Referência: 569476

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

A) Os factos provados

Considerando a posição das partes e os documentos juntos aos autos, resultaram provados os seguintes factos, com interesse para a decisão da causa:

1. Em 31/05/2017, a Recorrente deduziu pedido de registo da marca nacional n.º 583346 ROLA-PIPA para assinalar produtos/serviços *essências alcoólicas; extractos de frutos com álcool; extratos alcoólicos; extratos de fruta com álcool; aguardente de pêra; álcool de arroz; amargos [licores]; baijiu [bebida alcoólica destilada chinesa]; bebidas alcoólicas comestíveis; bebidas alcoólicas pré-misturadas; bebidas aperitivas; bebidas com baixo teor alcoólico; bebidas espirituosas e licores; bebidas gaseificadas com álcool, excluindo cerveja; cocktails; gelatinas alcoólicas; hidromel; licores alcoólicos de sabor amargo; nira [bebida alcoólica à base de cana de açúcar]; vinho; vinhos*, da classe 33, que foi concedido em 31/08/2017.
2. A Recorrida deduziu, em 22/08/2022, pedido de invalidade total da marca referida em 1.
3. Em 4/09/2023, foi proferida decisão de anulação do registo da marca referida em 1. por se se considerar ter sido infringido, na sua concessão, o disposto no artigo 232.º, n.º 1, alínea b) do referido Código, cfr. decisão constante do processo administrativo e cujo conteúdo se dá por integralmente reproduzido para todos os efeitos legais.
4. A Recorrida é titular das seguintes marcas:
 - Marca nacional n.º 545.884 "ROLA DE BRANCO", concedida a 18 de Agosto de 2015, para assinalar vinhos; digestivos [licores e vinhos] da classe 33;
 - Marca nacional n.º 552.120 "ROLA", concedida a 10 de Novembro de 2015, para assinalar bebidas à base de vinho; digestivos [licores e vinhos]; vinhos, da classe 33;
 - Marca nacional n.º 552.121 "ROLA DE TINTO", concedida a 10 de Novembro de 2015, para assinalar vinhos; digestivos [licores e vinhos]; bebidas alcoólicas exceto cerveja; bebidas à base de vinho, da classe 33;
 - Marca nacional n.º 553.477 "R DE ROLA", concedida a 9 de Dezembro de 2015, para assinalar vinhos; digestivos [licores e vinhos]; bebidas à base de vinho, da classe 33;
 - Marca nacional n.º 558.276 "ROLA VINHA DAS MARIAS", concedida a 6 de Abril de 2016, para assinalar vinhos; digestivos [licores e vinhos], da classe 33.



Processo: 382/23.6YHLSB
Referência: 569476

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

5. As marcas da Recorrida estão associadas à sua titular, Ana Rola Wines, criada pela famosa enóloga Ana Rola, cfr. documento 10 junto com o requerimento de recurso e cujo teor se dá por integralmente reproduzido para todos os efeitos legais.
6. A Recorrida dedica-se a vinhos da região do Douro, os quais se referem a DO Douro, cfr. documento 11 junto com o requerimento de recurso e cujo teor se dá por integralmente reproduzido para todos os efeitos legais.
7. O termo "rola" é utilizado em diversas marcas em território nacional e europeu, para produtos idênticos na Classe 33ª, num total de 4494 marcas, das quais 3924 estão concedidas, 189 depositadas, e 208 já expiradas¹.

B) Os factos não provados

1. A marca ROLA-PIPA é utilizada para designar vinho dos Açores, em particular vinho com a Denominação de Origem Pico².

Consigna-se que não se atendeu aos demais factos alegados por se tratar de matéria conclusiva, de Direito ou não interessar para a boa decisão da causa.

C) O Direito – Enquadramento Jurídico

Estabelece o artigo 208.º do Código de Propriedade Industrial que *A marca pode ser constituída por um sinal ou conjunto de sinais suscetíveis de representação gráfica, nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, números, sons, cor, a forma do produto ou da respetiva embalagem, ou por um sinal ou conjunto de sinais que possam ser representados de forma que permita determinar, de modo claro e preciso, o*

¹ Disponível em <https://www.tmdn.org/tmview/#!/tmview/results?page=1&pageSize=30&criteria=C&offices=AL,AT,BA,G,BX,CH,CY,CZ,DE,DK,EE,ES,FI,FR,GB,GR,HR,HU,IE,IS,IT,LI,LT,LV,MC,MD,ME,MK,MT,NO,PL,PT,RO,RS,RU,S,E,SI,SK,SM,EM,WO&territories=EUR&basicSearch=rola&niceClass=33>, consultado em 22/04/2024.

² O documento 34 junto com o requerimento de recurso não permite concluir pela verosimilhança do alegado.



Processo: 382/23.6YHLSB
Referência: 569476

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

objeto da proteção conferida ao seu titular, desde que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas.

A marca é, assim, um sinal com função distintiva com vista a orientar o consumidor no processo de tomada de decisão de aquisição de produtos, mediante o qual aquele poderá alcançar de forma quase instintiva a proveniência do produto, diferenciando-o dos demais.

Daí que a regulamentação das marcas vise garantir a transparência e a lealdade de concorrência nas relações comerciais entre empresas, cfr. se alude no artigo 1.º do Código da Propriedade Industrial.

Por seu turno, o referido diploma legal determina que não satisfazem as condições necessárias (artigo 209.º):

a) As marcas desprovidas de qualquer caráter distintivo;

b) Os sinais constituídos, exclusivamente, pela forma ou por outra característica imposta pela própria natureza do produto, pela forma ou por outra característica do produto necessária à obtenção de um resultado técnico ou pela forma ou por outra característica que confira um valor substancial ao produto;

c) Os sinais constituídos, exclusivamente, por indicações que possam servir no comércio para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, a proveniência geográfica, a época ou meio de produção do produto ou da prestação do serviço, ou outras características dos mesmos;

d) As marcas constituídas, exclusivamente, por sinais ou indicações que se tenham tornado usuais na linguagem corrente ou nos hábitos leais e constantes do comércio.

2 - Os elementos genéricos referidos nas alíneas a), c) e d) do número anterior que entrem na composição de uma marca não serão considerados de uso exclusivo do requerente, exceto quando, na prática comercial, os sinais tiverem adquirido eficácia distintiva.

3 - A pedido do requerente ou do reclamante, o INPI, I. P., indica, no despacho de concessão, quais os elementos constitutivos da marca que não ficam de uso exclusivo do requerente.

A marca deve ser objecto de registo para que o titular adquira o direito de propriedade e do exclusivo da marca para os produtos e serviços a que se destina, nos termos do artigo 210.º do referido diploma legal, o que lhe proporciona o direito de impedir



Processo: 382/23.6YHLSB
Referência: 569476

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

terceiros, sem o seu consentimento, de usar, no exercício de actividades económicas, qualquer sinal nas situações expressamente previstas no artigo 249.º do Código da Propriedade Industrial. O registo tem, assim, natureza constitutiva.

Ora, os direitos de propriedade industrial podem extinguir-se por efeito de nulidade, anulação, caducidade e renúncia, nos termos dos artigos 32.º, 33.º, 36.º e 37.º do Código da Propriedade Industrial.

Para o que no caso releva, tendo em conta a pretensão da recorrente, dispõe o artigo 260.º do Código da Propriedade Industrial sob a epígrafe *Anulabilidade* que:

1 - Para além do que se dispõe no artigo 33.º, o registo da marca é anulável quando, na sua concessão, tenha sido infringido o previsto nos artigos 232.º a 235.º, excepcionando o disposto na alínea h) do n.º 1 do artigo 232.º

2 - O interessado na anulação do registo das marcas, com fundamento no disposto nos artigos 234.º ou 235.º, deve requerer o registo da marca que dá origem ao pedido de anulação para os produtos ou serviços que lhe deram notoriedade ou prestígio, respetivamente.

3 - Quando a anulação se fundamente no disposto no artigo 235.º, o registo não pode ser anulado se, na data em que foi efetuado o respetivo pedido de registo ou na data da respetiva prioridade reivindicada, a marca anterior invocada ainda não gozava de prestígio.

4 - O registo não pode ser anulado se, na data em que foi efetuado o respetivo pedido de registo ou na data da respetiva prioridade reivindicada, a marca anterior invocada não satisfizer a condição de uso sério, nos termos do artigo 267.º, ou se a mesma, pelo uso que dela foi feito, não tiver adquirido eficácia distintiva ou não se tiver tornado suficientemente distintiva para dar origem ao risco de confusão previsto no artigo 232.º

5 - O registo não pode ser anulado se for obtida a declaração prevista no artigo 236.º

Nos termos do artigo 232.º, n.º 1, al. b) do Código da Propriedade Industrial, é recusado o registo quando esteja em causa a *reprodução de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços afins ou a imitação, no todo ou em parte, de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços idênticos ou afins, que possa induzir em erro ou confusão o consumidor ou que compreenda o risco de associação com a marca registada.*



Processo: 382/23.6YHLSB
Referência: 569476

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

Ora, a marca registada considera-se imitada quando, cumulativamente (artigo 238.º do Código da Propriedade Industrial)

- a) *A marca registada tiver prioridade;*
- b) *Sejam ambas destinadas a assinalar produtos ou serviços idênticos ou afins;*
- c) *Tenham tal semelhança gráfica, figurativa, fonética ou outra que induza facilmente o consumidor em erro ou confusão, ou que compreenda um risco de associação com marca anteriormente registada, de forma que o consumidor não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto.*

2 - *Para os efeitos da alínea b) do número anterior:*

- a) *Produtos e serviços que estejam inseridos na mesma classe da classificação de Nice podem não ser considerados afins;*
- b) *Produtos e serviços que não estejam inseridos na mesma classe da classificação de Nice podem ser considerados afins.*

3 - *Considera-se imitação ou usurpação parcial de marca o uso de certa denominação de fantasia que faça parte de marca alheia anteriormente registada.*

Na avaliação da imitação, deve o julgador ponderar sobre a existência de similitude entre os sinais e, cumulativamente, que tal similitude importe ou a indução em erro do consumidor ou a criação de um risco de associação com a marca registada.

Nesta sede, o juízo comparativo deve ser feito por intuição sintética e não por dissecação analítica, ou seja, pela semelhança que resulta do conjunto de elementos que constituem a marca, e não pelas diferenças que poderiam oferecer os diversos pormenores considerados isolada e separadamente³.

E, citando o Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 15-06-2022, processo n.º 350/21.2YHLSB.L1-PICRS, disponível em www.dgsi.pt, No exercício de comparação das marcas, devemos atender ao elemento dominante de cada marca, ao seu núcleo essencial, desvalorizando os pormenores, interessando sobretudo considerar aquilo que o consumidor (médio) retém de cada marca quando não a tem à sua frente, ou seja, a reminiscência que ficou na sua memória e que permite reconhecer o sinal quando o voltar a encontrar.

³ Josef Koler, *apud* Luis Couto Gonçalves, in *Propriedade Intelectual, Contratação e Sociedade de informação*, Coleção de Estudos de Direito intelectual, Tomo IV, Almedina, 2022, p. 327.



Processo: 382/23.6YHLSB
Referência: 569476

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

No presente caso, as marcas cuja titularidade está registada a favor da recorrida gozam da prioridade do registo.

Por outro lado, existe um elo de identidade de produtos que umas e outras se destinam a assinalar, o que não é colocado em causa nestes autos.

Vejamos agora sobre a semelhança dos sinais.

Marca anulada	Marcas prioritárias
ROLA-PIPA	ROLA DE BRANCO ROLA ROLA DE TINTO R DE ROLA ROLA VINHA DAS MARIAS

Numa primeira análise, refira-se que o elemento comum à marca anulada e às marcas prioritárias – rola – tem uma fonética diferente. Na "rola-pipa", lê-se "rôla" e nas demais lê-se "rôla". Além disso, a semântica do elemento comum é também ela diferente: na marca anulada diz respeito a uma forma do verbo rolar e nas marcas prioritárias diz respeito ao animal rola. Como é diferente o significado da expressão da marca anulada: *Rampa escavada nas rochas junto ao mar, para facilitar o transporte das pipas até aos barcos, na ilha açoriana do Pico*⁴.

Como tal, é possível sustentar que inexistem semelhanças fonéticas (tanto mais confirmado com recurso aos demais vocábulos que compõem as marcas), sendo que as semelhanças gráficas são diluídas.

Assim, somos a considerar que a impressão sensitiva e memorial global que a marca anulada deixa é suficientemente distintiva das marcas prioritárias para que não ocorra risco de confusão ao consumidor, pelo que, numa apreciação global das marcas e da impressão de conjunto, com recurso a todos os seus elementos, entende o Tribunal que inexistente imitação de marcas.

Nestes termos, face ao exposto, o presente recurso é julgado procedente, ficando prejudicadas as demais questões suscitadas.

⁴ Disponível em <https://dicionario.priberam.org/rola-pipas>, consultado em 22/04/2024.



Processo: 382/23.6YHLSB
Referência: 569476

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

IV – DECISÃO

Nos termos e pelos fundamentos expostos, julga-se procedente, por provado, o presente recurso judicial e, em consequência, revoga-se a decisão que deferiu o pedido de nulidade da marca nacional n.º 583346 «ROLA-PIPA», proferida em 4/09/2023 e publicado no Boletim da Propriedade Industrial de 7/09/2023, determinando-se a manutenção do referido registo.

*

Custas pela Recorrida (artigo 527.º n.º 1 do Código do Processo Civil).

Valor da acção: € 30 000,01 (trinta mil euros e um cêntimo).

Notifique.

*

Oportunamente, cumpra-se o estabelecido no n.º 5 do artigo 34.º, com obediência do que dispõe o artigo 46.º, ambos do Código da Propriedade Industrial.

Lisboa, data certificada supra

(5/04 – ausente nos termos do artigo 10.º, n.º 3 do Estatuto dos Magistrados Judiciais)

Assinado em 23-09-2024, por
Armando Manuel da Luz Cordeiro, Juiz Desembargador

Assinado em 23-09-2024, por
José Paulo Abrantes Registo, Juiz Desembargador

Assinado em 23-09-2024, por
Bernardino Tavares, Juiz Desembargador



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

Processo 382/23.6YHLSB.L1

Sumário (elaborado pelo Relator):

- I. O direito das marcas não existe para proteger as marcas, mas sim para proteger da confusão o público consumidor e, simultaneamente, para garantir ao titular da marca o seu direito a que o público não seja confundido.
- II. A comparação entre sinais deve fazer-se através da "impressão de conjunto" e não por "dissecação de pormenores".
- III. O risco de confusão deve ter-se por verificado quando for de supor que o público vai acreditar que os produtos ou serviços correspondentes provêm da mesma empresa ou de empresas economicamente ligadas. O risco de associação (em sentido amplo) não é um risco autónomo, mas sim um elemento coadjuvante à averiguação da verificação do risco de confusão.
- IV. O risco de associação em sentido estrito refere-se a uma situação em que o uso de uma marca pode criar uma relação indevida na mente dos consumidores entre dois produtos ou serviços, mesmo que não haja confusão direta entre as marcas em si.
- V. O risco de associação não existe se não se concluir que o público pode ser levado a supor que os produtos ou serviços em causa provêm da mesma empresa ou, eventualmente, de empresas economicamente ligadas.
- VI. Por "Família de marca" devem entender-se as marcas com características comuns que lhes permitem ser consideradas como fazendo parte de uma mesma «família» ou «série» de marcas.
- VII. A marca "ROLA-PIPA" não encerra risco de confusão ou associação em sentido estrito com as marcas prioritárias "ROLA DE BRANCO", "ROLA", "ROLA DE TINTO", "R DE ROLA" e "ROLA VINHA DAS MARIAS".

Acordam na Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão do Tribunal da Relação de Lisboa:

1. ANA ROLA WINES LDA. recorre da sentença que deu provimento ao recurso interposto pela então Recorrente COOPERATIVA VITIVÍNICOLA DA ILHA DO PICO - PICOWINES CRL, e revogou o despacho do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, I.P. (adiante INPI), o qual havia anulado o registo de marca nacional n.º 583.346 ROLA-PIPA.

Antecedentes, tal como descritos na sentença em recurso:



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

2.

COOPERATIVA VITIVINICOLA DA ILHA DO PICO - PICOWINES CRL veio, ao abrigo do disposto nos artigos 38.º e seguintes do Código da Propriedade Industrial, interpor recurso judicial da decisão n.º 042/D.E.D./2023 do Exmo. Senhor Director de Direcção de Extinção de Direitos do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, proferida em 04 de Setembro de 2023, que deferiu o pedido de anulação do registo da marca nacional n.º 583346 «ROLA-PIPA» concedido a 31.08.2017 na classe 33 da Classificação Internacional de Nice, deduzido pela Recorrida.

Alegou, para tanto e em síntese, que é titular do registo da marca nacional “ROLA-PIPA”, concedido em 31/08/2017, para assinalar os bens/serviços *essências alcoólicas; extractos de frutos com álcool; extratos alcoólicos; extratos de fruta com álcool; aguardente de pêra; álcool de arroz; amargos [licores]; baijiu [bebida alcoólica destilada chinesa]; bebidas alcoólicas comestíveis; bebidas alcoólicas pré-misturadas; bebidas aperitivas; bebidas com baixo teor alcoólico; bebidas espirituosas e licores; bebidas gaseificadas com álcool, excluindo cerveja; cocktails; gelatinas alcoólicas; hidromel; licores alcoólicos de sabor amargo; nira [bebida alcoólica à base de cana de açúcar]; vinho; vinhos*, da classe 33.

Por seu turno, a Recorrida é titular das seguintes marcas:

- Marca nacional n.º 545.884 “ROLA DE BRANCO”, concedida a 18 de Agosto de 2015;
- Marca nacional n.º 552.120 “ROLA”, concedida a 10 de Novembro de 2015;
- Marca nacional n.º 552.121 “ROLA DE TINTO”, concedida a 10 de Novembro de 2015;
- Marca nacional n.º 553.477 “R DE ROLA”, concedida a 9 de Dezembro de 2015;
- Marca nacional n.º 558.276 “ROLA VINHA DAS MARIAS”, concedida a 6 de Abril de 2016.

Porém, entre as aludidas marcas e a da Recorrente inexistente risco de confusão ou associação por parte do consumidor, sendo que as mesmas coexistiram durante cinco anos sem qualquer indício de confusão.

Além disso, estão em causa vinhos, em que o consumidor não deixa de, e muito menos ignora, saber a origem do vinho ou o tipo de vinho.

Ora, o vinho ROLA-PIPA é um vinho da Ilha do Pico – Açores, com D.O.P e que sempre que o mesmo é referenciado, a D.O PICO ou Ilha do Pico ou Açores surge. Já os vinhos da recorrida sob as marcas prioritárias não deixam de referenciar, como é obrigatório, a menção à Denominação de Origem DOURO (Decreto-Lei n.º 173/2009, de 3 de agosto).



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

Como tal, não existe qualquer paralelismo que resulte numa semelhança das configurações gráfico-figurativas que apresentam os rótulos dos vinhos da recorrente e da recorrida sob as respectivas designações em confronto.

Por fim, o termo em comum “rola” é um termo diluído pelo uso e inclusão em diversas marcas em território nacional e europeu, para produtos idênticos na Classe 33^a, num total de 4240 marcas, das quais 3648 estão concedidas, 227 depositadas, e 365 já expiradas, o que contribui para uma diminuição da sua capacidade distintiva quando considerado isoladamente, caindo, assim, no âmbito das marcas fracas, caracterizadas pelo uso quase exclusivo de elementos genéricos, descritivos, comuns, triviais ou vulgarizados, originária ou supervenientemente, onde a tutela de protecção conferida é menor no confronto com as marcas potencialmente confundíveis.

Deve, pois, a decisão do Instituto Nacional da Propriedade Industrial ser revogada.

Dado cumprimento ao disposto no artigo 42.º do Código da Propriedade Industrial, a Recorrida apresentou resposta, pugnando pela manutenção da decisão.

4. O Tribunal da Propriedade Intelectual, proferiu a seguinte sentença:

“(…) revoga-se a decisão que deferiu o pedido de nulidade da marca nacional n.º 583346 «ROLA-PIPA», proferida em 4/09/2023 e publicado no Boletim da Propriedade Industrial de 7/09/2023, determinando-se a manutenção do referido registo.

Custas pela Recorrida (artigo 527.º n.º 1 do Código do Processo Civil)..

Alegações da recorrente

5. Da sentença referida no parágrafo anterior veio a recorrente ANA ROLA WINES LDA. interpor o presente recurso para o Tribunal da Relação, pedindo a sua revogação e “*anulado o registo de marca nacional n.º 583.346 ROLA-PIPA*”

6. Apresentou as seguintes conclusões:

A) A sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual que revogou o despacho do INPI que havia anulado o registo de marca nacional n.º 583.346 ROLA-PIPA para “*essências alcoólicas; extractos de frutos com álcool; extratos alcoólicos; extratos de fruta com álcool; aguardente de péra; álcool de arroz; amargos [licores]; baijiu [bebida alcoólica destilada chinesa]; bebidas alcoólicas comestíveis; bebidas alcoólicas pré-misturadas; bebidas aperitivas; bebidas com baixo teor alcoólico; bebidas espirituosas e licores; bebidas gaseificadas com álcool, excluindo cerveja; cocktails; gelatinas alcoólicas;*”



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

hidromel; licores alcoólicos de sabor amargo; nira [bebida alcoólica à base de cana de açúcar]; vinho; vinhos, na classe 33, não se deve manter;

B) O Tribunal *a quo*, erradamente, fez uma dissecção analítica aquando da comparação das marcas, quando o deveria ter feito por intuição sintética.

C) O Tribunal *a quo* deveria ter centrado o seu juízo nas semelhanças entre as marcas em confronto que não pelas suas dissemelhanças.

D) As marcas em confronto têm em comum os termos iniciais ROLA, que não Rôla e Rôla, uma vez que não constam dos registos quaisquer acentos ortográficos;

E) A comparação entre as marcas deve ser feita entre sinais tal como registados.

F) O Tribunal *a quo* não pode substituir-se às partes, colocando acentos ortográficos onde eles factualmente não existem.

G) O Tribunal *a quo* fez um exercício meramente especulativo sem qualquer adesão à realidade, desconsiderando os registos de marca tal como pedidos e, posteriormente, concedidos.

H) As marcas em confronto apresentam fortíssimas semelhanças do ponto de vista gráfico e fonético, dada a expressão inicial em comum, ROLA.

I) A sentença recorrida não considerou a interdependência entre os fatores tomados em conta, nomeadamente a semelhança entre as marcas e dos produtos designados, conforme decorre da jurisprudência aplicável.

J) O Tribunal *a quo* não considerou – erradamente – o fato das marcas da Apelante constituírem uma “família de marcas”, e por consequência do agravamento do risco de confusão.

K) O Tribunal *a quo* pese embora tenha reconhecido a notoriedade da enóloga Ana Rola, daí não extraiu o corolário lógico da notoriedade das marcas ROLA da Apelante, nem o consequente agravamento do risco de confusão.

L) As marcas em confronto apresentam semelhanças gráficas, fonéticas e concetuais consideráveis que induzem o consumidor em erro ou confusão ou que compreendem um risco de associação com as marcas anteriores da Apelante;

M) Os consumidores, ao adquirirem os produtos sob a marca da Apelada serão levados a confundir estes com os produtos comercializados sob a marca da Apelante.

N) A manter-se a decisão do Tribunal *a quo* seriam possíveis situações de concorrência desleal.

7.–A recorrida, por sua vez, pugna pela improcedência da presente apelação e manutenção do decidido.

Apresentou as seguintes conclusões:

a) Apesar da sentença *a quo* ter decidido, e bem, com a correcta fundamentação, a questão da (ausência) de imitação de marca, face às alegações da Apelante no presente recurso, a Apelada, a título de prevenção e na esteira do por si alegado e da prova junta perante o Tribunal de primeira instância, pretende **impugnar** o ponto único da matéria de facto **não provada**, o que faz Nos termos do artigo 636.º n.ºs 1 e 2 do Código de Processo Civil.

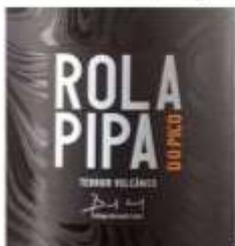
b) relativamente à prova de que a marca da apelada era/é comercializada para vinhos com a DO Pico, tal como argumentado no recurso, a então recorrente juntou um acervo documental – documentos n.º 14 a 34 –fazendo referência e demonstrando de que nos rótulos das garrafas do vinho «ROLA-PIPA» constava a menção à DO Pico, e identificou (artigo 67 da petição de recurso) o respectivo rótulo



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)



mencionado a DO, assim como



o fez aquando da junção de documentos como o fez quando descreveu os documentos juntos 14 a 35 juntos na petição de recurso (e que volta a transcrever tal como apresentado naquela petição no ponto 15 das contra-alegações).

c) Sucede que o Tribunal apenas relevou o documento n.º 34 junto pela então recorrente, considerando-o insuficiente, quando na realidade foram juntos os para demonstração daquele facto.

d) Bem como **da forma como a marca é comercializada no mercado, para que tipo de vinho**, que é dos Açores e que é DO Pico, como está implementada e qual é a percepção da mesma – vinho dos Açores – DO Pico, bem como os **elementos do seu rótulo** – estilização e DO PICO (que são visualizados por quem a adquire ou quem o procura).

e) **Em todos os documentos juntos referidos consta o alegado pela então recorrente – de que o vinho ROLA-PIPA identifica vinho com a DO Pico, produzido nos Açores, colando ainda a fotografia/cópia do rótulo na petição de recurso para dissipar quaisquer dúvidas, a qual consta dos documentos (Nos documentos 15, 16, 18, 23 a 31 consta o rótulo com ROLA-PIPA e DO PICO, e nos documentos 17, 19, 14, 20 a 22 consta a menção de que se trata de vinho dos Açores e com a denominação de origem Pico).**

f) Não se compreende o porque de toda essa prova não ter sido relevada e o facto impugnado não provado, quando a apelada logrou provar (e o Tribunal tenha considerado prova suficiente) facto semelhante em relação à apelante – ponto 6. A Recorrida dedica-se a vinhos da região do Douro, os quais se referem a DO Douro, com base num único documento (n.º 11 print do website com os vinhos) e fotografias dos rótulos reproduzidos no corpo da petição de recurso.

g) A apelada considera, portanto, e com o devido respeito, que considerar provado o facto 6 para as marcas da apelante como designando DO Douro mas não para a marca da apelada como designando DO Pico quando a grande maioria dos documentos juntos indica precisamente isso, e foi devidamente alegado e reiterado e frisado este facto pela apelada, consubstancia erro na apreciação dos factos.

h) O facto “A marca ROLA-PIPA é utilizada para designar vinho dos Açores, em particular vinho com a Denominação de Origem Pico” foi devidamente provado nos autos, devendo passar a constar dos factos provados.

i) A então recorrente não só alegou como provou o facto que pretende ver aditado à matéria provada quer pela via documental quer pela falta de impugnação do recorrido,



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa

Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

pelo que devem por isso ser considerados provados pelo Tribunal ad quem, ao abrigo do artigo 662.º, n.º 1 do CPC e aditado aos factos provados o seguinte ponto - -

A marca ROLA-PIPA é utilizada para designar vinho dos Açores, em particular vinho com a Denominação de Origem Pico.

j) No demais, as conclusões da sentença a quo não merecem qualquer reparo.

k) A sobrevalorização de duas sílabas no confronto dos conjuntos em cotejo, como pretende a Apelante, implica uma desagregação da visão de conjunto e na prática disseca os sinais, desconsiderando que as marcas em apreço produzem impressões globais e são percebidos como um todo pelo consumidor (o qual, aliás, não deixa de perceber os seus elementos conceptuais e fonéticos).

l) E como é por demais evidente e resulta da experiência comum, não é necessário que exista um acento gráfico para que as palavras se leiam/sejam pronunciadas com uma ênfase numa ou noutra sílaba, algo que decorre do contexto dessas palavras e do que significam.

m) A percepção sensorial da expressão ROLA-PIPA não terá um início e um fim, mas um conjunto uno, o consumidor não irá ler e perceber metade e prestar “menos atenção” ao resto, até porque forma um conjunto semântico como bem apontou o Tribunal – o acto de rolar as pipas nas rampas.

n) A percepção do Tribunal foi correcta e não merece qualquer censura, foi baseada nas regras da experiência comum, considerando-se inclusive ser um facto notório a forma como são lidas as palavras em causa, plenamente de acordo com o vertido na sentença a quo.

o) Para além disso, a Apelada demonstrou que expressão contida na marca em crise encerra um concreto significado conceptual (presentes nos dicionários da língua portuguesa, no site institucional do Turismo Açores, tudo supra citado e inclusive as fontes consultadas pelo Tribunal nos seus poderes de cognição), e tal significado é claro na percepção do consumidor e a afasta definitivamente das marcas da Apelante.

p) No demais, a própria expressão em si, e sem necessidade de grande exercício mental, indica que se trata do acto de ROLAR (verbo) uma PIPA (compartimento onde é armazenado o vinho ou bebida alcoólica)

q) segundo a jurisprudência do Tribunal Geral da União Europeia, **uma diferença conceptual entre as marcas em conflito pode ser de molde a contrabalançar, em grande medida, as semelhanças visuais e fonéticas entre esses sinais** ([processo T-292/01, Phillips-Van Heusen/IHMI – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS) [2003] Colect., p. II-4335, n.º 54; e processo C-171/06 P, T.I.M.E. ART/OHIM [15/03/2007] ECLI:EU:C:2007:171).

r) Por outro lado, não poderá ser vista de forma desapegada e isolada da sua concreta função de mercado – como sinal distintivo de um determinado produto comercializado, sucedendo que no caso concreto em apreço, e em ambos os lados, tanto para a marca da Apelante como para a marca da Apelada, já são identificativas, na prática, de um determinado e concreto produto – os vinhos do Douro para a marca da Apelante Ana Rola Wines e os vinhos dos Açores (local, aliás, de origem da expressão “rola-pipa” escolhida) para a marca da Apelada.

s) fez-se prova bastante do tipo de vinho comercializado e do tipo de consumidor-alvo do mesmo, o que irá influenciar o seu nível de atenção. t) E já existindo uma delimitação e um concreto mercado e comercialização destes produtos com essas marcas como demonstrou a então Recorrente no recurso, e já estando os consumidores familiarizados com as mesmas, não se poderá simplesmente esquecer ou escamotear tal realidade de mercado.

u) E sem que essa coexistência tenha originado, ou pudesse vir a originar qualquer tipo de confusão ou risco de associação entre os sinais.

v) Pois conforme resultou do duto entendimento da sentença a quo, **“a impressão sensitiva e memorial global que a marca anulada deixa é suficientemente distintiva das marcas prioritárias para que não ocorra risco de confusão ao consumidor”**



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa

Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

w) E tal conclusão é derivada da análise global e averiguação das semelhanças gráficas, fonéticas, conceptuais ou outras presentes, ou não, entre os sinais em confronto, e as circunstâncias do caso, resultando que **“inexistem semelhanças fonéticas (tanto mais confirmado com recurso aos demais vocábulos que compõem as marcas), sendo que as semelhanças gráficas são diluídas”**.

x) veja-se também a decisão no Processo n.º T-117/20, de 10 de Fevereiro de 2021, onde o Tribunal Geral considerou que, apesar de uma elevada semelhança fonética entre dois sinais – PANTHÉ e PANTHER, **as diferenças conceptuais e visuais podem neutralizar este factor e impedir a confusão e as diferenças conceptuais entre os sinais podem contrariar uma semelhança visual e/ou fonética** (acórdão de 12/01/2006, C-361/04, PICARO, ECLI:EU:C:2006:25, § 20).

y) **Há ainda que referir que não resultou provada qualquer notoriedade das marcas prioritárias, como ensaia a Apelante, para daí retirar um alegado agravamento do risco de confusão.**

z) A marca da apelada já se encontrava registada e comercializada durante 5 anos, sendo conhecida nos meios relevantes e referenciada por especialistas e pela comunicação social, sempre com a menção do tipo de vinho que se trata – AÇORES – PICO conforme resultou dos documentos juntos com o recurso no Tribunal de primeira instância.

aa) Inclusive que o vinho/colheita ROLA-PIPA de 2020 foi premiado internacionalmente com uma Medalha de Ouro, sendo o único vinho dos Açores a atingir tal proeza.

bb) Tais factos contribuem para que o consumidor médio esteja já habituado à existência da marca ROLA-PIPA e que o vinho que comercializa é vinho produzido nos Açores, certificado com a DO Pico, como é de lei, pela entidade reguladora CVRA Açores (constando do directório junto como documento n.º 19 da petição de recurso no TPI).

cc) A referência a, pelo menos, os Açores, e em particular à DO Pico é feita ao longo de toda a documentação referenciada e no prémio referido (para além de, como já se disse, ser o local origem da expressão que constitui a marca, cujo conceito e fonética é totalmente divergente das marcas da apelante).

dd) Uma vitivinícola da Ilha do Pico, nos Açores não irá comercializar vinhos da região do Douro! (que também é uma denominação de origem protegida), nem lhe seria legítimo o fazer por não ser produtor da região.

ee) A expressão contida na marca impugnada é única e una, e a parte coincidente não é percebida de forma independente da sua impressão global (o consumidor perante a expressão «ROLA-PIPA» conecta-a a um significado concreto), contribuindo definitivamente para que os conjuntos sinaléticos aqui em causa sejam perfeitamente distinguíveis.

ff) Face a todo o exposto, não poderá existir susceptibilidade de confusão, e muito menos confusão **fácil** como exige a lei – não estão preenchidos os requisitos que determinem a aplicação do artigo 238.º do CPI.

gg) Por fim, inexistindo risco de confundibilidade e imitação de marca, a manutenção do registo da marca nacional n.º 583346 «ROLAPIPA» não é susceptível de levar à prática de actos de concorrência desleal, assim como ao longo de todos esses anos de coexistência a apelante não conseguiu indicar sequer indícios de possíveis práticas desleais, nem nada que se enquadrasse na previsão do artigo 311.º do CPI.

hh) **Nestes termos**, e nos mais que doutamente sejam supridos, requer a Apelada **COOPERATIVA VITIVINICOLA DA ILHA DO PICO - PICOWINES CRL**, se digne V. Exa. a manter a sentença recorrida que determinou a manutenção do registo da marca nacional n.º 583.346 «ROLA-PIPA» para os produtos da classe 33ª da Classificação Internacional de Nice, julgando, em consequência, totalmente improcedente o recurso.



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

Na sua resposta às alegações do recurso interposto unicamente pela recorrente ANA ROLA WINES LDA., a recorrida pretende, nas conclusões “a” a “j”, que seja aditado um facto à matéria de facto provada.

Ora uma vez que a recorrida não apresenta recurso autónomo ou subordinado, como podia, e a recorrente não impugna a matéria de facto, esta pretensão é inadmissível através do presente recurso, motivo pelo qual não se conhece do mesmo.

Na sentença recorrida foram considerados os seguintes factos, não impugnados:

A) Os factos provados

1. Em 31/05/2017, a Recorrente deduziu pedido de registo da marca nacional n.º 583346 ROLA-PIPA para assinalar produtos/serviços *essências alcoólicas; extractos de frutos com álcool; extratos alcoólicos; extratos de fruta com álcool; aguardente de pêra; álcool de arroz; amargos [licores]; baijiu [bebida alcoólica destilada chinesa]; bebidas alcoólicas comestíveis; bebidas alcoólicas pré-misturadas; bebidas aperitivas; bebidas com baixo teor alcoólico; bebidas espirituosas e licores; bebidas gaseificadas com álcool, excluindo cerveja; cocktails; gelatinas alcoólicas; hidromel; licores alcoólicos de sabor amargo; nira [bebida alcoólica à base de cana de açúcar]; vinho; vinhos*, da classe 33, que foi concedido em 31/08/2017.

2. A Recorrida deduziu, em 22/08/2022, pedido de invalidade total da marca referida em 1.

3. Em 4/09/2023, foi proferida decisão de anulação do registo da marca referida em 1. por se se considerar ter sido infringido, na sua concessão, o disposto no artigo 232.º, n.º 1, alínea b) do referido Código, cfr. decisão constante do processo administrativo e cujo conteúdo se dá por integralmente reproduzido para todos os efeitos legais.

4. A Recorrida é titular das seguintes marcas:

- Marca nacional n.º 545.884 “ROLA DE BRANCO”, concedida a 18 de Agosto de 2015, para assinalar vinhos; digestivos [licores e vinhos] da classe 33;

- Marca nacional n.º 552.120 “ROLA”, concedida a 10 de Novembro de 2015, para assinalar bebidas à base de vinho; digestivos [licores e vinhos]; vinhos, da classe 33;



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

- Marca nacional n.º 552.121 "ROLA DE TINTO", concedida a 10 de Novembro de 2015, para assinalar vinhos; digestivos [licores e vinhos]; bebidas alcoólicas exceto cerveja; bebidas à base de vinho, da classe 33;

- Marca nacional n.º 553.477 "R DE ROLA", concedida a 9 de Dezembro de 2015, para assinalar vinhos; digestivos [licores e vinhos]; bebidas à base de vinho, da classe 33;

- Marca nacional n.º 558.276 "ROLA VINHA DAS MARIAS", concedida a 6 de Abril de 2016, para assinalar vinhos; digestivos [licores e vinhos], da classe 33.

5. As marcas da Recorrida estão associadas à sua titular, Ana Rola Wines, criada pela famosa enóloga Ana Rola, cfr. documento 10 junto com o requerimento de recurso e cujo teor se dá por integralmente reproduzido para todos os efeitos legais.

6. A Recorrida dedica-se a vinhos da região do Douro, os quais se referem a DO Douro, cfr. documento 11 junto com o requerimento de recurso e cujo teor se dá por integralmente reproduzido para todos os efeitos legais.

7. O termo "rola" é utilizado em diversas marcas em território nacional e europeu, para produtos idênticos na Classe 33^a, num total de 4494 marcas, das quais 3924 estão concedidas, 189 depositadas, e 208 já expiradas¹.

B) Os factos não provados

1. A marca ROLA-PIPA é utilizada para designar vinho dos Açores, em particular vinho com a Denominação de Origem Pico².

II. DELIMITAÇÃO DO OBJECTO DO RECURSO:

Como é pacífico, o Tribunal tem de resolver questões e não apreciar argumentos, e as questões são as que resultam das conclusões das alegações do recorrente. Acresce que este Tribunal de recurso, sem prejuízo das matérias de conhecimento oficioso, não conhece questões novas, isto é, questões que não tenham sido apreciadas pelo Tribunal recorrido.



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

A **questão a decidir** é unicamente a de apurar se a marca nominativa nacional n.º 583346, com o sinal “ROLA-PIPA” encerra risco de confusão ou associação com as marcas prioritárias da recorrente n.º 545.884 “ROLA DE BRANCO”; n.º 552.120 “ROLA”; n.º 552.121 “ROLA DE TINTO”; n.º 553.477 “R DE ROLA”, e n.º 558.276 “ROLA VINHA DAS MARIAS”.

Na sentença em recurso, o Tribunal *a quo* considerou que “*as marcas cuja titularidade está registada a favor da recorrida gozam da prioridade do registo.*”

Por outro lado, existe um elo de identidade de produtos que umas e outras se destinam a assinalar, o que não é colocado em causa nestes autos.”

Não, há, nesta parte, litígio.

A discordância da recorrente assenta na alegação de que “*As marcas em confronto apresentam semelhanças gráficas, fonéticas e concetuais consideráveis que induzem o consumidor em erro ou confusão ou que compreendem um risco de associação com as marcas anteriores da Apelante*” (conclusão “L”).

Há, pois, segundo a recorrente imitação de marca.

Como resulta do disposto no art.º 238.º do Código da Propriedade Industrial

1. A marca registada considera-se imitada quando, cumulativamente:

- a) A marca registada tiver prioridade;
- b) Sejam ambas destinadas a assinalar produtos ou serviços idênticos ou afins;
- c) Tenham tal semelhança gráfica, figurativa, fonética ou outra que induza facilmente o consumidor em erro ou confusão, ou que compreenda um risco de associação com marca anteriormente registada, de forma que o consumidor não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto.

2 - Para os efeitos da alínea b) do número anterior:

- a) Produtos e serviços que estejam inseridos na mesma classe da classificação de Nice podem não ser considerados afins;
- b) Produtos e serviços que não estejam inseridos na mesma classe da classificação de Nice podem ser considerados afins.

3 - Considera-se imitação ou usurpação parcial de marca o uso de certa denominação de fantasia que faça parte de marca alheia anteriormente registada.

Como já referimos, mostram-se verificados os requisitos previstos nas alíneas a) e b), entando em apreciação, unicamente, se se verifica, também (cumulativamente), a alínea c), como defende a recorrente, ou não se verifica, como decidiu a tribunal *a quo* com a concordância da recorrida.



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

Impõe-se, ainda, esclarecer que entendemos que “o direito das marcas não existe para proteger as marcas, mas sim para proteger da confusão o público consumidor e, simultaneamente, para garantir ao titular da marca o seu direito a que o público não seja confundido¹”; e, ainda, que a interpretação do direito nacional deve fazer-se de harmonia com a Diretiva (UE) 2015/2436 do PE e do Conselho, de 16/12/2016, transposta para o nosso ordenamento jurídico pelo Código da Propriedade Intelectual.

Não oferece grandes dúvidas², e a sentença aponta-o, que a comparação deve fazer-se através da “impressão de conjunto” (intuição sintética) e não por “dissecação de pormenores”: “A regra de ouro” da comparação entre sinais é a que esta deve fazer-se através duma impressão de conjunto, sem dissecação de pormenores, como sublinha a jurisprudência europeia, ao declarar que “o consumidor médio apreende normalmente uma marca como um todo e não procede a uma análise das suas diferentes particularidades”³. Sendo que o consumidor médio geralmente apreende uma marca como um todo, sem examinar os detalhes, confiando na imagem imperfeita que conserva na memória.

Parte-se, ainda, do princípio de que o consumidor médio da categoria de produtos em causa é um consumidor razoavelmente informado e razoavelmente atento e avisado⁴. E, como bem acentua a sentença em recurso, “o público consumidor de vinhos é especialmente atento e conhecedor das marcas e respetivas proveniências (territoriais e empresariais)”. O consumidor tipo destes produtos por regra escolhe a região e dentro da região um produtor e dentro desse

¹ Tribunal de Apelação do Sétimo Circuito, caso James Burrough, Ltd v. Sign of the Beefeater, Inc., 1976 (passagem extraída da tradução espanhola de FERNANDEZ-NOVOA, Fundamentos de Derecho de Marcas, Madrid, 1984, p. 45).

² Cf. por todos o Acórdão do TJUE no processo C-251/95 de 11 de novembro de 1997 caso Sabel BV vs Puma AG Rudolf Dassler Sport, consultável in <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A61995CJ0251>. “Esta apreciação global deve, no que respeita à semelhança visual, auditiva ou conceptual das marcas em causa, basear-se na impressão de conjunto produzida pelas marcas, atendendo, designadamente, aos elementos distintivos e dominantes destas. Com efeito, resulta da redação do artigo 4.º, n.º 1, alínea b), da diretiva, nos termos do qual “existe, no espírito do público, um risco de confusão...”, que a perceção das marcas que tem o consumidor médio do tipo de produto ou serviço em causa desempenha papel determinante na apreciação global do risco de confusão. Ora, o consumidor médio apreende normalmente uma marca como um todo e não procede a uma análise das suas diferentes particularidades” – 23.

³ Pedro Sousa e Silva, in Direito Industrial – Noções Fundamentais, Almedina, 2019, 2ª edição, página 279 e ss..

⁴ Para mais desenvolvimentos cf. Ac. STJ de 8.3.2022, proferido no âmbito do processo 448/20.4YHLSB.L1S1 e disponível in www.dgsi.pt; e Francisco Pardal, *O Conceito de Consumidor No Direito da Propriedade Intelectual*, 2017, in <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/29392/1/tese%20final%20pdf.pdf>



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

produtor uma determinada colheita ou produção. Por outro lado, o consumidor menos exigente não dá relevo à marca ou ao produtor.

Os critérios gerais para a avaliação do risco de confusão foram elencados no acórdão do TJUE de 22 de junho de 1999 (C-342/97 - Lloyd v. Klijsen⁵):

. O risco de confusão é o risco de o público acreditar que os produtos ou serviços correspondentes provêm da mesma empresa ou, se for caso disso, de empresas economicamente ligadas.

. A existência de um risco de confusão para o público deve ser apreciada como um todo, tendo em conta todos os fatores pertinentes no caso concreto.

. A apreciação global acima referida implica uma certa interdependência entre os fatores tomados em consideração e, em especial, a semelhança entre as marcas e entre os produtos ou serviços abrangidos. Assim, um baixo grau de semelhança entre os produtos ou serviços abrangidos pode ser compensado por um elevado grau de semelhança entre as marcas e vice-versa.

. No que respeita à semelhança gráfica, fonética ou conceptual das marcas em conflito, a apreciação global do risco de confusão deve basear-se na impressão global por elas produzida, tendo em conta, nomeadamente, os seus elementos distintivos e dominantes.

Para apreciar o grau de semelhança entre as marcas em causa, deve-se, igualmente, determinar o seu grau de semelhança gráfica, fonética e conceptual e, sendo caso disso, apreciar a importância a atribuir a esses diferentes elementos, tendo em conta a categoria dos produtos ou serviços abrangidos e as concretas condições em que são comercializados.

O risco de confusão também tem sido profusamente tratado nesta secção da PICRS de modo, essencialmente, uniforme.

Veja-se o acórdão desta secção de 26.05.2023⁶: A existência do risco de confusão depende de numerosos factores, enunciados a título exemplificativo, no considerando (16) da Directiva 2015/2436 e que resultam de uma jurisprudência constante do Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE), em particular nos acórdãos C- 251/95, C- 425/98, C-39/97 e C-361/04. (...)

47.—Assim, à luz da jurisprudência mencionada no parágrafo anterior, para saber se há risco de confusão, incluindo risco de ligação, importa considerar os seguintes factores ou critérios de apreciação (cf. Código da Propriedade Industrial Anotado, Coordenação Luís Couto Gonçalves,

⁵ Consultável in <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:61997Cj0342>

⁶ Proferido no processo 62/22.0YHLSB.L1-PICRS e disponível in www.dgsi.pt



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

Almedina, páginas 946 a 951 e Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, 2.ª Edição, páginas 276 a 286):

- As marcas devem ser apreciadas globalmente uma vez que o consumidor médio apreende uma marca como um todo;
- O risco de confusão a evitar abrange igualmente a mera associação ou risco de ligação, que não é uma alternativa ao risco de confusão, mas serve apenas para precisar o seu conteúdo;
- A reprodução do conteúdo semântico de uma marca pode conduzir a uma associação, mas não basta para que exista risco de confusão;
- Adicionalmente é necessário que o conteúdo reproduzido possua um carácter distintivo particular;
- Quanto mais forte (arbitrária) for a marca anterior, maior é o risco de ligação ou associação;
- O prestígio da marca anterior, aumenta a susceptibilidade de erro por ser também maior o risco de ligação ou associação;
- Sendo o consumidor médio, a potencial vítima do risco de confusão, deve levar-se em conta a projecção da marca na percepção do consumidor médio dos tipos de produtos ou serviços em causa;
- Na determinação do consumidor relevante, há que levar em conta a natureza dos produtos ou serviços em causa, designadamente, o seu preço e/ou o seu elevado carácter tecnológico, pois o consumidor médio demonstra um nível particularmente elevado de atenção quando adquire esses produtos ou serviços;
- Na análise dos sinais em conflito, deve atender-se ao elemento dominante de cada uma das marcas;
- Devem desvalorizar-se os elementos genéricos ou descritivos;
- Em geral, o consumidor presta mais atenção ao início da marca.

48.—Os parâmetros a apreciar, na medida em que estiverem disponíveis nos autos e forem perceptíveis, são os seguintes:

- O elemento visual (aparência do sinal, incluindo das palavras nele contidas e da respectiva grafia);
- O elemento fonético (sonoridade resultante da leitura);
- O elemento conceptual (*ideia expressa, representando uma coisa ou uma situação*).

49.—Por fim, na apreciação do risco de confusão, que inclui o risco de ligação no espírito do consumidor médio, deve ser observado o princípio da interdependência entre os parâmetros e factores acima enunciados, levando em conta a impressão provocada por cada um dos sinais em conflito, globalmente considerado."

Concomitantemente, não podemos ignorar que "Há que atender, neste âmbito, a que os consumidores recordam vocábulos de maneira pouco precisa e rigorosa e de forma sempre desfocada pela nebulosidade da memória, que se constrói sobre o trinómio «impressão», «repetição» e «associação». Ou seja, uma memória é tanto mais forte quanto mais intensa e firme tenha sido a implantação inicial (o que se consegue, por exemplo, através da novidade, originalidade e contexto). E será mais intensa se a palavra apatecer ou for usada várias vezes. A retenção a longo prazo no espaço cerebral sempre beneficia da possibilidade de ligar o elemento a conservar a um outro anteriormente conhecido, assim produzindo o referido efeito de



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

associação. São a semântica e a aparência distinta o que possui a virtualidade de gerar a retenção na memória sempre associada à distinção – na verdade, retemos o que destrinchamos⁷”.

Vejamos.

Em concreto, dos factos provados retira-se a conclusão de que estão em confronto marcas nominativas.

Tratando-se de marcas nominativas⁸, a comparação tem, necessariamente, de proceder à análise de cada um dos seus componentes, sem esquecer a impressão de conjunto.

A sentença em recurso considera que “Numa primeira análise, refira-se que o elemento comum à marca anulada e às marcas prioritárias – rola – tem uma fonética diferente. Na “rola-pipa”, lê-se “róla” e nas demais lê-se “rôla”. Além disso, a semântica do elemento comum é também ela diferente: na marca anulada diz respeito a uma forma do verbo rolar e nas marcas prioritárias diz respeito ao animal rola. Como é diferente o significado da expressão da marca anulada: *Rampa escavada nas rochas junto ao mar, para facilitar o transporte das pipas até aos barcos, na ilha açoriana do PicoA*.

Como tal, é possível sustentar que inexistem semelhanças fonéticas (tanto mais confirmado com recurso aos demais vocábulos que compõem as marcas), sendo que as semelhanças gráficas são diluídas.

Assim, somos a considerar que a impressão sensitiva e memorial global que a marca anulada deixa é suficientemente distintiva das marcas prioritárias para que não ocorra risco de confusão ao consumidor, pelo que, numa apreciação global das marcas e da impressão de conjunto, com recurso a todos os seus elementos, entende o Tribunal que inexistem imitação de marcas”.

A recorrente, contudo, aponta que as “*marcas em confronto têm em comum os termos iniciais ROLA, que não Róla e Rôla, uma vez que não constam dos registos quaisquer acentos ortográficos*” e o “*Tribunal a quo fez um exercício meramente especulativo sem qualquer adesão à realidade, desconsiderando os registos de marca tal como pedidos e, posteriormente, concedidos*”. Considera a recorrente que “*As marcas em confronto apresentam fortíssimas semelhanças do ponto de vista gráfico e fonético, dada a expressão inicial em comum, ROLA*”.

⁷ Ac. desta secção do Tribunal da Relação de Lisboa de 9.11.2022, proferido no processo 399/21.5YHLSB.L1-PICRS, e disponível in <http://www.dgsi.pt>

⁸ Também chamadas marcas verbais, constituídas por palavras, formando ou não frases, letras, ou números e que podem corresponder a vocábulos já existentes ou a formas ou siglas inventadas ou modificadas, na noção de Pedro Sousa e Silva, *in* Direito Industrial, 2ª ed. Reimp., Almedina 2020, p. 218.



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

Acrescenta a recorrente que o *“Tribunal a quo não considerou – erradamente – o fato das marcas da Apelante constituírem uma “família de marcas”, e por consequência do agravamento do risco de confusão” e “não extraiu o corolário lógico da notoriedade das marcas ROLA da Apelante”.*

Conclui que as *“marcas em confronto apresentam semelhanças gráficas, fonéticas e conceituais consideráveis que induzem o consumidor em erro ou confusão ou que compreendem um risco de associação com as marcas anteriores da Apelante” e que “Os consumidores, ao adquirirem os produtos sob a marca da Apelada serão levados a confundir estes com os produtos comercializados sob a marca da Apelante”.*

A recorrida, por sua vez, alega que a *“sobrevalorização de duas sílabas no confronto dos conjuntos em cotejo, como pretende a Apelante, implica uma desagregação da visão de conjunto e na prática disseca os sinais, desconsiderando que as marcas em apreço produzem impressões globais e são percebidos como um todo pelo consumidor (o qual, aliás, não deixar de perceber os seus elementos conceptuais e fonéticos). E ainda que “é por demais evidente e resulta da experiência comum, não é necessário que exista um acento gráfico para que as palavras se leiam/sejam pronunciadas com uma ênfase numa ou noutra sílaba, algo que decorre do contexto dessas palavras e do que significam.”*

Acrescenta que a *“(…) expressão contida na marca em crise encerra um concreto significado conceptual (presentes nos dicionários da língua portuguesa, no site institucional do Turismo Açores, tudo supra citado e inclusive as fontes consultadas pelo Tribunal nos seus poderes de cognição), e tal significado é claro na percepção do consumidor e a afasta definitivamente das marcas da Apelante.”* E que *“No demais, a própria expressão em si, e sem necessidade de grande exercício mental, indica que se trata do acto de ROLAR (verbo) uma PIPA (compartimento onde é armazenado o vinho ou bebida alcoólica)”*

Vejamos.

Da impressão de conjunto verifica-se alguma similitude entre a marca da recorrente e as marcas da recorrida atenta a presença do sinal “ROLA” em todas as marcas aqui consideradas. O uso do *hífen* na marca da recorrida e ausente nas da recorrente, contudo, confere uma identidade própria, de conjunto, à marca da recorrida.



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

O hífen é, como se sabe, um sinal gráfico usado na escrita a fim de ligar os elementos das palavras compostas⁹.

A simples existência de tal sinal na marca recorrida confere-lhe, como referimos, singularidade de conjunto com relação às marcas da recorrente.

Já no que respeita ao elemento fonético (sonoridade resultante da leitura), a marca de recorrida apresenta distinção suficiente das marcas da recorrente. O único elemento em comum é o sinal "ROLA". E, como acertadamente refere a sentença e a recorrida, pode ser lido (ter sonoridade) de formas diversas. E em cada uma das formas possíveis, a sonoridade da marca da recorrida é distinta das marcas da recorrente exceto de for lida como "RÔ-LA"+"PI-PA". Embora esta leitura seja possível, não representa qualquer realidade ou conceito na língua portuguesa, assumindo-se como um sinal de mera fantasia.

Parece-nos, pois, mais conforme a realidade, e a perceção dos consumidores, que seja lida como "RÔ-LA"+"PI-PA", tal como referido na sentença em recurso, assumindo o sinal "ROLA" uma forma verbal do verbo rolar. Sendo que "rolar" é uma das características atribuídas às pipas (lugar de envelhecimento e armazenamento de vinho) e o modo geral de deslocação das mesmas em espaços curtos.

Já quanto às marcas da recorrente o sinal "ROLA" dificilmente será lido como RÔ-LA, a não ser, eventualmente quanto à marca "ROLA DE BRANCO", embora seja pouco verosímil tal associação ao verbo "rolar". Aliás, a recorrente assume que "ROLA", sendo a designação de um animal (uma ave) evoca a "enóloga Ana Rola (sócia-gerente da Apelante)" (45 das alegações), tal, como, de resto, e decisivamente, consta dos factos provados (em 5): "As marcas da Recorrida estão associadas à sua titular, Ana Rola Wines, criada pela famosa enóloga Ana Rola".

Alega a recorrente, em apoio da sua tese, que as suas marcas prioritárias "representam o conceito de *família de marcas*", o que reforça o conceito de imitação.

Por família de marca podemos entender, como tem entendido o TJUE como "marcas com características comuns que lhes permitem ser consideradas como fazendo parte de uma mesma «família» ou «série» de marcas."¹⁰

⁹ Para além de outros usos que aqui não importam como sejam os de unir pronomes a verbos (ex. "vê-lo-ei") ou de unir os valores extremos de uma série, como números (1-10) ou letras (A-Z) (cf. entre outros <https://dicionario.priberam.org/h%C3%ADfen> e <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/artigos/rubricas/idioma/hifen-sim/3984>



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

Contudo o TJUE não deixa de salientar que “Em primeiro lugar, importa observar que, em conformidade com os artigos 4.º a 6.º do Regulamento n.º 40/94, uma marca só pode ser registada individualmente e a protecção, no mínimo quinquenal, que decorre desse registo, só lhe pode ser acordada a título individual, mesmo no caso de um registo simultâneo de várias marcas com um ou vários elementos comuns e distintivos.” (par. 61).

Ainda assim, para o TJUE “[...], constitui um risco de confusão, na acepção do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, o risco de que o público possa crer que os produtos ou serviços em causa provêm da mesma empresa ou, eventualmente, de empresas ligadas economicamente (v. acórdão Alcon/IHMI, já referido, n.º 55; v., igualmente, neste sentido, acórdão Canon, já referido, n.º 29). No caso de uma «família» ou «série» de marcas, o risco de confusão resulta mais precisamente do facto de o consumidor se poder enganar quanto à proveniência ou à origem dos produtos ou dos serviços abrangidos pela marca cujo registo é pedido e considerar, erradamente, que esta faz parte dessa família ou série de marcas” (par. 63).

Ora, pese embora a recorrente tenha registadas as referidas marcas prioritárias, para além de afastado o risco de confusão quanto a cada uma das marcas, como já referimos, provou-se que “O termo “rola” é utilizado em diversas marcas em território nacional e europeu, para produtos idênticos na Classe 33ª, num total de 4494 marcas, das quais 3924 estão concedidas, 189 depositadas, e 208 já expiradas” (facto descrito em 7). Perante esta imensidão de marcas com o sinal “rola”, para a mesma classe, dificilmente se poderá afirmar estarmos perante uma “*família de marcas*” que o consumidor associasse, necessariamente, às marcas da recorrente.

Finalmente, atendendo a que entendemos não existir imitação, por não existir risco de confusão, também entendemos que tal risco (de confusão) também não se verifica por associação da marca da recorrida às da recorrente.

Apela, ainda, a recorrente à notoriedade das suas marcas como fator agravante do risco de confusão.

¹⁰ Acórdão do Tribunal de Justiça (Quarta Secção) 13 de Setembro de 2007, processo 0234/06 P, parágrafo 62, (ECLI:EU:C:2007:514) disponível in <https://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?sessionid=AC4B188E4014207378A9B37554EFA73D?text=&docid=62798&pageIndex=0&doclang=PT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=999101>



Processo: 382/23.6YHLSB.L1
Referência: 22107202

Tribunal da Relação de Lisboa
Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

Contudo, e sem necessidade de outras considerações, da matéria de facto apurada não resulta a invocada notoriedade das suas marcas.

Concluimos, pois, que a impressão de conjunto afasta o risco de confusão com as marcas das recorrente. Sendo que este risco tem de ser um risco suficientemente forte para obstar ao registo da marca, atenta a estipulação legal de que só há imitação ou usurpação quando as marcas “*Tenham tal semelhança gráfica, figurativa, fonética ou outra que induza **facilmente** o consumidor em erro ou confusão, ou que compreenda um risco de associação com marca anteriormente registada, de forma que o consumidor não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto*”.(art. 238.º, n. 1, al. c), do Código da Propriedade Intelectual, são nossos os destaques).

Não há, pois, a invocada imitação.

Inexistindo risco de confusão entre a marca da recorrida e as marcas da recorrente, não existe qualquer possibilidade de concorrência desleal, em qualquer das modalidades previstas no artigo 311.º, n.º 1, al. a) do Código da Propriedade Intelectual, que a recorrente invoca genericamente.

III. DECISÃO:

Pelo exposto, **negamos provimento ao recurso e, em consequência mantemos na íntegra a sentença impugnada que revogou a decisão que deferiu o pedido de nulidade da marca nacional n.º 583346 «ROLA-PIPA», proferida em 4/09/2023 e publicado no Boletim da Propriedade Industrial de 7/09/2023, determinando-se a manutenção do referido registo.**

II. Custas pela recorrente.

Cumpra-se o disposto no artigo 34.º, n. 5, do CPI aplicável *ex vi* art. 46.º do mesmo diploma, após trânsito e baixa dos autos.

Lisboa, 23/09/2024

Relator: A.M. Luz Cordeiro

1ª Adjunto: José Paulo Abrantes Registo

2ª Adjunto: Bernardino Tavares

A sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual, Juiz 1, relativa ao logótipo n.º 55520, julga o recurso improcedente e concede o registo.

Assinado em 18/10/2024, por
Marta Soares Cabral, Juiz de Direito



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

SENTENÇA

I. Relatório:

1. FILMBOX INTERNATIONAL LTD, com sede em Chiswick Park/Building 3, 566 Chiswick High Street, Chiswick, London W4 5YA, Reino Unido veio, ao abrigo do disposto no artigo 38.º, al. a), do Código da Propriedade Industrial, interpor recurso do despacho do Director da Direcção de Extinção de Direitos do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, de 1 de Fevereiro de 2024, que

CONCEDEU o registo de logótipo n.º 55520 **CINEBOX CINEMAS** (misto).

Alegou, em síntese, que o logótipo proposto a registo constitui uma imitação da sua marca registada, por se encontrarem preenchidos todos os requisitos cumulativos que integram o conceito legal de imitação de marca (por remissão do artigo 287º), e que, sendo concedido o registo, haveria a possibilidade, mesmo que sem qualquer intenção, de ocorrência de situações de concorrência desleal.

Termina pedindo a revogação do despacho recorrido, ordenando-se a recusa do registo de logótipo n.º 55520 “cinebox cinemas (misto)”, por violação do disposto nas alíneas c) e d) do n.º 1 do artigo 289.º; no n.º 1 do artigo 238.º e na alínea a) do n.º 1 do artigo 311.º, todos do código da propriedade industrial.

*

Citada, a recorrida não apresentou resposta ao recurso.

*

2. Questão a decidir:

Em face da posição assumida neste auto pela recorrente, a questão a decidir é a de saber se deve ser recusado o registo de logótipo n.º 55520 “cinebox cinemas (misto)”, por verificação de confusão com a marca da recorrente.

*

O Tribunal é competente em razão da nacionalidade, da matéria e da hierarquia.

O processo é o próprio e não enferma de nulidades que invalidem todo o processado.



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

As partes têm personalidade e capacidade judiciárias, estão regularmente representadas.

Não existem outras nulidades, exceções ou quaisquer questões prévias que obstem ao conhecimento do mérito da causa e que cumpra agora conhecer.

*

II. Fundamentação de Facto:

1. Encontram-se provados os seguintes factos, conforme elementos informativos resultantes do processo administrativo, com interesse para a decisão da causa:

1.1 A Recorrente é titular do seguinte registo de marca:

Marca da União Europeia n.º 008574139 "FILMBOX", cujo registo foi requerido em 25 de Setembro de 2009 e concedido a 09 de Junho de 2011 (conforme Doc. 4, que ora se junta) para assinalar os seguintes produtos e serviços:

Classe 09: Aparelhos para o armazenamento, o registo, a transmissão e a reprodução do som e/ou imagens; filmes cinematográficos; fitas de vídeo; Discos compactos, discos de vídeo e registos audiovisuais; fitas magnéticas gravadas com som e/ou imagens; CD-ROMs; gravações de som; registos fotográficos e discos; aparelhos de diversão adaptados para utilização com receptores de televisão; sistemas informáticos interactivos; suportes de registo magnéticos e de fibras ópticas; equipamento e aparelhos de telecomunicações para a conversão de filmes e de vídeo em programas interactivos compactados digitalmente; hardware e software; computadores e programas de computador; dispositivos de comando à distância para televisão, conversores de televisão e equipamento relacionado no domínio de programas de televisão interactivos e compactados digitalmente, para usar juntamente com a difusão de programas de televisão por fibras ópticas, cabo e satélite; peças e acessórios para todos os produtos atrás citados.

Classe 35: Publicidade; gestão dos negócios comerciais; administração comercial; trabalhos de escritório; recrutamento de patrocinadores; relações públicas, incluindo organização de conferências de imprensa; mediação no estabelecimento de contactos comerciais com a imprensa local, nacional e internacional; "merchandising"; publicidade e promoção de vendas; consultadoria em matéria de gestão de negócios comerciais, relacionada com a implementação de estratégias e conceitos de comunicação interactivos e multimédia, tanto para o mercado "business-to-consumer" como para o mercado "business-to-business"; apresentação de produtos e serviços por meio de produções audiovisuais com fins comerciais ou publicitários; angariação



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juizo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

de doadores (patrocinadores) para a constituição de fundos; estabelecimento e gestão de bases de dados, também em matéria de espectáculos, entretenimento, programas de rádio e televisão, filmes, transportes, tráfego, viagens e meteorologia; desenvolvimento de uma estratégia para campanhas publicitárias e concepção das mesmas; informações comerciais; prospecção, pesquisa e análise de mercado; sondagens de opinião; estabelecimento de estatísticas; serviços de uma agência de redacção (publicitária), nomeadamente redacção de textos publicitários; organização de congressos, feiras e exposições com fins comerciais ou publicitários; consultadoria, informações e esclarecimentos sobre os serviços atrás referidos; todos os serviços atrás referidos também prestados por via electrónica, incluindo a rádio, a televisão, o teletexto e a Internet.

Classe 38: Telecomunicações; emissão de programas radiofónicos e de televisão; transmissão (digital) de emissões de som e imagem, nomeadamente por rádio, televisão, satélite, cabo, ondas e via electrónica; fornecimento de ligações para telecomunicação electrónica; fornecimento de acesso a redes de telecomunicações; serviços de um denominado "Internet access provider" (servidor de acesso à Internet); serviços de comunicações por terminais de computadores; serviços de comunicação interactiva através da Internet, redes de televisão por cabo ou outras formas de transferência de dados; emissão de televisão por cabo; aluguer de aparelhos de (tele)comunicação; serviços de redes de telecomunicações, também para jornais Confidencial por cabo; esclarecimentos, informações e consultadoria sobre os serviços atrás referidos; todos os serviços atrás referidos também prestados por via electrónica, incluindo a rádio, a televisão, o teletexto e a Internet.

Classe 41: Divertimento; Montagem, produção, direcção e realização de programas de rádio, de televisão, de filmes e de vídeos; desenvolvimento, produção, direcção de produtos audiovisuais; produção de filmes; organização e realização de eventos e manifestações educativos, culturais, musicais e desportivos, entre os quais seminários; emissão de programas de música e de entretenimento, entre outros, por rádio, televisão, cabo, satélite, ondas e por via electrónica; publicação, edição, empréstimo e distribuição de livros, jornais, revistas e outros periódicos sob a forma impressa; fornecimento de jogos de computador interactivos em linha através de redes informáticas e redes de comunicações mundiais; esclarecimentos, informações e consultadoria sobre os serviços atrás referidos; todos os serviços atrás referidos também prestados por via electrónica, incluindo a rádio, a televisão, o teletexto e a Internet.



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

1.2 A ora Recorrida CINEBOX, LDA, requereu ao INPI, em 16 de Julho, o registo de logótipo

n.º 55520 "CINEBOX CINEMAS" (misto)



1.3 O INPI proferiu uma decisão, que foi publicada no Boletim Oficial da Propriedade Industrial de 11 de Março de 2024, na qual concedeu o registo de logótipo n.º 55520 "CINEBOX CINEMAS" (misto).

1.4 O referido pedido de registo de logótipo destina-se a identificar a entidade requerente no âmbito das seguintes actividades económicas:

CAE 59140 - Serviços de reserva de bilhetes para actividades e eventos desportivos, de entretenimento e desportivos.

1.5 A Recorrente deduziu reclamação em 8 de Novembro de 2023 (conforme n.º Doc. 3 que ora se junta) invocando que o logótipo requerido "CINEBOX CINEMAS" (misto) imita a sua marca prioritária "FILMBOX" e que o uso daquele permitiria à aqui Recorrida, mesmo independentemente da sua intenção, fazer concorrência desleal.

1.6 A Recorrida não apresentou, posteriormente, qualquer contestação.

*

Não existem factos não provados.

*

III. Fundamentação de Direito:

1. Da imitação e do risco de confusão:

Nos termos do artigo 208.º, do Código da Propriedade Industrial, a principal função da marca é a função distintiva. Assim, na sua criação deve ser observado o princípio da novidade e/ou da especialidade, a fim de que não se confunda com outra já existente empregue em produto idêntico ou semelhante. Estes princípios visam garantir a lealdade da concorrência e evitar a indução em erro de consumidores e fornecedores quanto à proveniência do bem.

Pode-se definir marca, como sendo um sinal distintivo que serve para distinguir os produtos ou serviços de uma actividade económica ou profissional, gozando aquele que a adopta, da propriedade e do exclusivo da mesma.



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juizo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

Dispõe o art.º 281.º do Código da Propriedade Industrial (CPI) que:

1 - O logótipo pode ser constituído por um sinal ou conjunto de sinais suscetíveis de representação gráfica, nomeadamente por elementos nominativos, figurativos ou por uma combinação de ambos, ou por um sinal ou conjunto de sinais que possam ser representados de forma que permita determinar, de modo claro e preciso, o objeto da proteção conferida ao seu titular.

2 - O logótipo deve ser adequado a distinguir uma entidade que preste serviços ou comercialize produtos, podendo ser utilizado, nomeadamente, em estabelecimentos, anúncios, impressos ou correspondência.

Nos termos desta disposição legal, o logótipo pode ser constituído por sinais nominativos, figurativos ou mistos adequados a distinguir uma entidade que preste serviços ou comercialize produtos, podendo ser utilizado, nomeadamente em estabelecimentos, anúncios, impressos ou correspondência.

Os fundamentos de recusa do registo de logótipos e marcas são os gerais – art.º 23º do CPI e os especiais – arts. 288º, 289º e 232º a 235º do CPI.

Em conformidade com a alínea d), n.º 1, do artigo 289º do CPI, é objecto de recusa o pedido de registo de logótipo que constitua ... *imitação, no todo ou em parte, de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços idênticos ou afins aos abrangidos no âmbito da actividade exercida pela entidade que se pretende distinguir, se for susceptível de induzir o consumidor em erro ou confusão ou se criar o risco de associação com a marca registada.*

Por seu turno, nos termos da alínea h) do n.º 1 do artigo 289º do CPI, deve ser recusado o registo de logótipo sempre que se reconheça que o requerente pretende fazer concorrência desleal ou que esta é possível independentemente da sua intenção.

O INPI decidiu pela concessão do pedido de registo do logótipo da recorrida por ter entendido não se verificar o conceito jurídico de imitação e julgou que o sinal registando não possibilitará a prática de actos de concorrência desleal.



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

A imitação é um conceito jurídico expressamente previsto no art.º 238º do CPI (aplicável por analogia, às situações de imitação previstas no art.º 232.º, n.º 1, al. d) do CPI) que dispõe, sob a epígrafe *Conceito de imitação ou de usurpação* que:

1 - A marca registada considera-se imitada ou usurpada por outra, no todo ou em parte, quando, cumulativamente:

- a) A marca registada tiver prioridade;
- b) Sejam ambas destinadas a assinalar produtos ou serviços idênticos ou afins;
- c) Tenham tal semelhança gráfica, figurativa, fonética ou outra que induza facilmente o consumidor em erro ou confusão, ou que compreenda um risco de associação com marca anteriormente registada, de forma que o consumidor não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto.

Ora, no caso em apreço resulta claro que o registo da reclamante é prioritário e que abrange serviços potencialmente afins e/ou complementares à actividade económica visada pelo requerente.

Todavia, do confronto entre os sinais sob apreciação, resulta que a coexistência do logótipo registando com o direito protegido a favor da recorrente não será de molde a provocar enganos ao consumidor, atendendo às disparidades existentes entre os sinais abaixo reproduzidos.

Sinal registando	Sinal registado
	FILMBOX

Conforme tem sido reconhecido pela doutrina e pela jurisprudência, é necessário existir entre os sinais uma semelhança qualificada, uma vez que «(...) nem sempre que existem semelhanças há imitação. Esta pressupõe condições especiais nessas semelhanças, condições que se caracterizam afinal pelo perigo de confusão» (cfr. (Prof. Gabriel Pinto Coelho in Revista de Legislação e Jurisprudência, Ano 93º, n.º 3/67).

Entendemos, assim, que o que mais releva para se determinar a existência de imitação de uma marca por outra, é a impressão do conjunto, pois é esta que sensibiliza o público consumidor. É



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juizo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

por intuição sintética e não por dissecação analítica que se deverá proceder à comparação das marcas (entre outros, Ac. STJ, de 22.04.2004, Processo 04B541, disponível em www.dgsi.pt, Ac. do STJ, de 03.11.1981, BMJ, 311-401).

Com efeito, a comparação entre os sinais deverá ser efectuada no seu conjunto, não sendo correcto analisar isoladamente os seus elementos, o que contará sempre é a perspectiva do conjunto, logo o facto de um dos elementos nominativos do logótipo registando, estar parcialmente contida na marca da reclamante, não implica necessariamente que exista confusão, ou risco de associação, entre os sinais em observação.

Na ponderação da similitude dos sinais, todos os fatores pertinentes, de natureza fonética, gráfica e conceptual, devem ser ponderados, por princípio, conjuntamente e de forma interdependente, mas conferindo-se particular atenção aos elementos dominantes dos sinais pretendidos. Como refere Josef Koler, citado por Luís Couto Gonçalves (in Propriedade Intelectual, Contratação e Sociedade de informação, Coleção de Estudos de Direito intelectual, Tomo IV, Almedina, 2022, p. 327), “o juízo comparativo deve ser feito por intuição sintética e não por dissecação analítica, ou seja, pela semelhança que resulta do conjunto de elementos que constituem a marca, e não pelas diferenças que poderiam oferecer os diversos pormenores considerados isolada e separadamente”.

Em sentido similar, como vem afirmado no ac. do STJ de 25.03.2004, processo n.º 03B3971, disponível in www.dgsi.pt, trazendo à colação a lição de Paul Roubier, a comparação entre duas marcas deve ser feita tendo em conta que o comprador, quando compra um produto marcado com um sinal semelhante a outro que já conhecia, não tem simultaneamente as marcas sob os olhos para as comparar. Compra o produto por se ter convencido de que a marca que o assinala é aquela que retinha na memória. Por isso, também o Juiz não deve colocar uma das marcas ao lado da outra para proceder a um exame simultâneo das duas; o que deve fazer é examiná-las sucessivamente, de maneira a perguntar-se se a impressão deixada pela primeira é semelhante à da segunda, colocando-se em posição semelhante à do consumidor, que, por não ter as duas marcas ao mesmo tempo diante dos olhos, não pode fazer um exame comparativo, tendo de decidir com o auxílio da sua memória.

Para avaliar a similitude de duas marcas não basta, porém, efectuar uma triplíce avaliação, de natureza fonética, gráfica e conceptual.



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

O valor relativo a atribuir a cada um dos parâmetros depende, em grande medida da estrutura do sinal, já que não é igual comparar marcas nominativas simples, marcas nominativas complexas, marcas gráficas ou marcas mistas.

Assim, na análise comparativa deverão distinguir-se situações em que os sinais são meramente nominativos (simples ou compostos), das situações em que os sinais são eminentemente gráficos, figurativos ou mistos.

Nas marcas nominativas simples (em que o sinal se reconduz à utilização de uma grafia e formatação normalizadas, sem qualquer representação gráfica, estilização ou cor), deverá proceder-se a uma visão de conjunto, sem decompor os elementos integrantes à sua unidade, aferindo se a impressão global criada por uma marca se distancia da outra.

O mesmo sucede com as marcas nominativas compostas, em que também se deve proceder a uma visão de conjunto, sem desintegrar os vocábulos que as compõem. Em todo o caso, deverá atribuir-se maior relevância ao elemento preponderante, de modo que, se se concluir que o elemento dominante da marca registanda é idêntico ou semelhante ao elemento constitutivo da marca anterior, deve considerar-se que há similitude de sinais.

Por seu turno, as marcas exclusivamente figurativas (em que as palavras, letras, números são apresentados de forma estilizada, ou utilizam uma característica gráfica ou uma cor ou em que há elementos exclusivamente figurativos, como um desenho) devem ser comparadas de um ponto de vista gráfico e conceptual. O significado conceptual da marca permitirá concluir se, apesar de distintos graficamente, os sinais evocam um conceito equivalente.

Tratando-se de sinais mistos, em que coexistem elementos nominativos e figurativos, o juízo comparativo deve ser feito globalmente (como sinais distintivos de natureza unitária), mas incidindo a averiguação da novidade sobre o elemento ou elementos prevalentes, sobre os elementos que se afigurem mais idóneos a perdurar na memória do público (cf. Ferrer Correia, Lições de Direito Comercial, Coimbra, 1973, vol. I, pp.331- 332), sendo que, nas marcas mistas, tem sido entendido que por regra, o elemento nominativo deve ser considerado o elemento predominante – cf. Couto Gonçalves, Manual de Direito Industrial, Ed. Almedina, Nov. 2005, pág. 237, apud Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 1 de julho de 2020 (in dgsi.pt).



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

Em suma, no juízo a fazer acerca da imitação, deverá ter-se em conta uma impressão de conjunto e não de pormenor das marcas ou produtos, sendo relevantes os elementos que essencialmente, as distinguem por serem os dominantes.

A necessidade de apreciação global dos sinais em confronto foi claramente preconizada pelo TJUE no Acórdão *Sabel/Puma*, no qual se refere que «Esta apreciação global deve, no que respeita à semelhança visual, auditiva ou conceptual das marcas em causa, basear-se na impressão de conjunto produzida pelas marcas, atendendo, designadamente, aos elementos distintivos e dominantes destas. Com efeito, resulta da redacção do artigo 4.º, n.º 1, alínea b), da Directiva, nos termos do qual «existe, no espírito do público, um risco de confusão...», que a percepção das marcas que tem o consumidor médio do tipo de produto ou serviço em causa desempenha papel determinante na apreciação global do risco de confusão. Ora, o consumidor médio apreende normalmente uma marca como um todo e não procede a uma análise das suas diferentes particularidades»

<https://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?sessionid=69119AEFF822879D1B5DFB2AB6744BAD?docid=43450&pageIndex=0&doclang=PT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=6064822>

A análise de conjunto não impede que se proceda a um exame detalhado das características do sinal, designadamente a fim de aferir o elemento que se apresenta como dominante. O que se veda é a utilização de um procedimento que favoreça a desagregação do sinal, perdendo-se a sua visão de conjunto.

Para efeitos desta apreciação global deve atender-se ao consumidor médio da categoria de produtos em causa que esteja normalmente informado e razoavelmente atento e advertido (neste sentido, cf. o Acórdão proferido em 22-06-1999, *Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH / Klijsen Handel BV.*, no Processo C-342/97, n.º 26).

É assim o critério do consumidor médio, o relevante, para diante dos elementos gráficos, fonéticos ou figurativos (sobretudo nas marcas mistas) de certo produto de uma marca, poder ou não, ter a percepção de que pode confundir essa com aquela outra, ou associá-la a uma já existente, não sendo de exigir que, se tivesse a possibilitar de as confrontar, logo as suas dúvidas pudessem ser dissipadas” — cf. Ac. do STJ de 15.02.2000, CJSTJ 2000, I, pág. 97.



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juizo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

Deve ainda considerar-se que o zelo e ponderação que este emprega no acto de aquisição dos produtos aumentam com o grau de conhecimento acerca do tipo de produto, minimizando, deste modo, o risco de confusão entre os respectivos sinais.

Por outras palavras, o consumidor em causa não é um consumidor concreto, mas um consumidor abstracto, não de todo é qualquer produto ou serviço, mas sim daquele a que a marca se destina. O critério de confundibilidade a ter em conta será, portanto, colocado na perspectiva do consumidor médio dos produtos ou serviços em questão, tomando em conta o estrato ou estratos populacionais a que primordialmente são destinados.

Quanto à similitude de produtos, a jurisprudência tem considerado que os produtos ou serviços devem ser concorrentes no mercado e ter a mesma utilidade e fim (vistos à luz do direitos das marcas), ter natureza semelhante (em termos de estrutura e características dos produtos e serviços), terem carácter concorrente ou complementar e enquadrando-se em idênticos circuitos e hábitos de distribuição dos produtos e serviços, isto é, verificando-se a “possibilidade de tais produtos serem comercializados no mesmo sector ou nicho de mercado, ou seja, serem encontrados pelo consumidor normal e médio nos mesmo locais e circuitos comerciais e nessa medida, serem confundidos em termos de origem e credibilidade empresariais” - cf. Acórdão do TJUE de 29 de Setembro de 1998. – Canon, in <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:61997CJ0039&from=EN> e acórdão do TRL de 5 de Março de 2009, in dgsi.pt.

Consideram-se complementares os produtos ou serviços que normalmente são procurados conjuntamente para satisfazerem idênticas necessidades dos consumidores (excluindo-se assim ligações inusuais ou assentes em critérios individuais não partilhados pelo consumidor habitual do produto/serviço).

São acessórios os produtos ou serviços que estão funcionalmente ligados, de forma que, a utilização de um poderá incrementar a experiência de uso do outro.

São substituíveis os produtos ou serviços que apresentam as mesmas características e funcionalidades, podendo ser adquiridos alternativamente, para satisfazer a mesma necessidade.

Finalmente, quanto ao risco de confusão o mesmo verificar-se-á quando os consumidores podem ser induzidos a tomar uma marca por outra e, conseqüentemente, um produto por outro (os consumidores crêem erroneamente tratar-se da mesma marca e produto).



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juizo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

Segundo o Acórdão do TJUE, no caso Canon (Acórdão DE 29. 9. 1998 — Processo C-39/97):
“(…) importa observar que (...) o risco de confusão no espírito do público, que condiciona a aplicação do artigo 4.º, n.º 1, alínea b), da Directiva, deve ser apreciado globalmente atentos todos os factores relevantes do caso em apreço (acórdão de 11 de Novembro de 1997, SABEL, C-251/95, Colect., p. 1-6191, n.º 22).»

«A apreciação global do risco de confusão implica uma certa interdependência entre os factores tomados em conta, nomeadamente a semelhança das marcas e dos produtos ou serviços designados. Assim, um reduzido grau de semelhança entre os produtos ou serviços designados pode ser compensado por um elevado grau de semelhança entre as marcas, e inversamente. A interdependência entre estes factores encontra efectivamente expressão no décimo considerando da Directiva, segundo o qual é indispensável interpretar o conceito de semelhança em relação com o risco de confusão cuja apreciação, por seu turno, depende nomeadamente do conhecimento da marca no mercado e do grau de semelhança entre a marca e o sinal e entre os produtos ou serviços designados.»

«Por outro lado, resulta da jurisprudência do Tribunal de Justiça que o risco de confusão é tanto mais elevado quanto o carácter distintivo da marca anterior se reconhece como importante (acórdão SABEL, já referido, n.º 24). Por conseguinte, como a protecção de uma marca registada depende, nos termos do artigo 4.º, n.º 1, alínea b), da Directiva, da existência de um risco de confusão, as marcas que tenham um carácter distintivo elevado, intinsecamente ou em razão do conhecimento destas no mercado, gozam de uma protecção mais ampla do que aquelas cujo carácter distintivo é mais reduzido.»

«Daqui decorre que, para efeitos do artigo 4.º, n.º 1, alínea b), da Directiva, pode ter que se recusar o registo de uma marca, apesar de um menor grau de semelhança entre os produtos ou serviços designados, quando a semelhança das marcas é grande e o carácter distintivo da marca anterior, em especial a sua notoriedade, é elevado. (...)»

In

<https://eurlex.europa.eu/legalcontent/PT/TXT/PDF/?uri=ecli:ECLI%3AEU%3AC%3A1998%3A44>

Quanto ao risco de associação, o mesmo verifica-se quando os consumidores, distinguindo embora os sinais, ligam um ao outro e, em consequência, um produto ao outro (crêem



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juizo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

erroneamente tratar-se de marcas e produtos imputáveis a sujeitos com relação de coligação ou licença, ou tratar-se de marcas comunicando análogas qualidades dos produtos) - Coutinho de Abreu, B.F.D.U.C., vol. LXXIII, 1997, pág. 145.

A esse propósito, importa recordar que o artigo 4.º, n.º 1, alínea b), da Directiva só tem vocação para se aplicar se, em razão da identidade ou semelhança quer das marcas quer dos produtos ou serviços designados, «existir, no espírito do público, um risco de confusão que compreenda o risco de associação com a marca anterior». Daí que se entenda que o conceito de risco de associação não é uma alternativa ao conceito de risco de confusão, mas serve para precisar o seu alcance. A própria redacção deste preceito exclui portanto que possa ser aplicado se não existir, no espírito do público, risco de confusão – in Acórdão do Tribunal De Justiça, 11 de Novembro de 1997.

in <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=43450&doclang=PT>

*

Entrando na análise da situação em apreço, verifica-se que a marca da titularidade da Recorrente é prioritária, tendo sido apresentada a registo em 25 de Setembro de 2009 e registada em 09 de Junho de 2011.

Por outro lado, também é pacífico que entre a marca prioritária e a actividade a ser exercida sob o logótipo pela Recorrida, existe um elo de afinidade e complementaridade, pois ambas se encontram vocacionadas para assinalar o produto da classe 41 da classificação de Nice.

Existe assim afinidade entre os produtos abrangidos por ambas as marcas (sendo embora a marca prioritária mais abrangente quanto aos produtos e serviços).

Resta apreciar se há ou não semelhanças entre as marcas, de forma a que se justifique a requerida anulação.

No caso em presença, o exercício de comparação deve ser feito entre uma marca nominativa

FILMBOX e uma marca mista **C I N E M A S**, é um sinal misto, composto por uma denominação (com um grafismo associado) e um sinal figurativo.

Os elementos nominativos são, em princípio, mais distintivos do que os elementos figurativos uma vez que o consumidor médio, ao referir-se a uma marca, fá-lo pelo nome do produto ou serviço assinalado e não pela descrição do elemento figurativo, a não ser que este elemento seja



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

de tal forma impressivo que domine visualmente o conjunto e perdure mais facilmente na memória. Com efeito, no tráfego mercantil as notas verbais acabam por assumir preponderância sobre o aspecto gráfico porque no quotidiano os produtos ou serviços procuram-se pelo respectivo nome e não pelo seu grafismo.

No caso *sub iudice*, em ambos os sinais há uma identidade parcial a nível nominativo, uma vez que ambos utilizam o vocábulo "BOX". Por outro lado, ambos assentam em idêntica estrutura – são palavras compostas por um vocábulo e um elemento de composição – FILM ou CINE – e têm aproximadamente a mesma extensão. Por seu turno, os elementos de composição têm significados muito próximos - são quase sinónimos, não havendo dúvidas que quer um, quer o outro, transmite a mesma ideia de cinema.

Do ponto de vista conceptual, existe, pois, elevada similaridade entre as marcas.

Diferentemente, do ponto de vista fonético e visual, as marcas têm um grau de similaridade abaixo da média. Para além do elemento comum "BOX", que se refere ao receptáculo, sem carácter distintivo, as marcas iniciam-se por vocábulos diversos. Para além disso, o logótipo incorpora um elemento figurativo e um grafismo próprio.

A questão que se coloca é, pois, se existe risco de confusão no espírito do público, numa análise de conjunto ou juízo de impressão global.

O elemento "BOX", presente em ambos os sinais, é uma palavra inglesa básica compreendida em todo o Mundo. Dado que os produtos e serviços em causa são o cinema, este elemento não é distintivo.

Em termos visuais, os sinais coincidem no elemento "BOX", que ocupa a mesma posição em ambos os sinais. Diferem nas palavras FILM e CINE. Ainda assim, deve notar-se que os elementos são semelhantes em comprimento (4 letras para cada um), mas apenas partilham a letra I, na mesma posição nas duas palavras, ou seja, colocadas na mesma ordem.

Os sinais distinguem-se também pelos aspectos figurativos, pela palavra "CINEMAS" adicional e pela estilização presentes no sinal do logótipo, elementos que causam impacto no consumidor (...)

Tendo em conta o que precede e, nomeadamente, o grau de carácter distintivo dos vários elementos que compõem os sinais em causa, os sinais são visualmente diferentes num grau superior à média.



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juizo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

No plano fonético, a pronúncia dos sinais coincide no som da palavra final BOX, que são idênticas em ambos os sinais. A pronúncia também coincide no som da letra "I".

No entanto, os sinais diferem nos sons das letras "ilm" (marca anterior) e "ine" (sinal do logótipo).

Uma vez que as primeiras letras das palavras FILM e CINE são pronunciadas, o som surge completamente distinto.

No plano conceptual, (...) os dois sinais serão associados a um significado semelhante porque os componentes FILM e CINE podem ser entendidos pelo público relevante como transmitindo um significado muito semelhante, ou seja, cinema.

Consequentemente, os signos são semelhantes num elevado grau de semelhança conceptual.

O carácter distintivo da marca anterior é também um dos factores a ter em conta na apreciação global do risco de confusão.

Com efeito, "o risco de confusão é tanto mais elevado quanto o carácter distintivo da marca anterior se reconhece como importante" e, consequentemente, as marcas que possuem um elevado grau de distintividade devido ao seu reconhecimento no mercado, beneficiam de uma protecção mais ampla do que aquelas cujo carácter distintivo é menor (29/09/1998, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442, § 18).

Ora, dos autos não decorre o elevado grau de carácter distintivo intrínseco da marca anterior.

Na verdade, quer a FILMBOX, quer a CINEBOX apresentam o mesmo grau de carácter distintivo ou de reconhecimento entre o público relevante.

A apreciação global deve assim, no que respeita à similitude visual, fonética ou conceptual das marcas em causa, basear-se na impressão de conjunto produzida pelas marcas tendo em conta, nomeadamente, os elementos distintivos e dominantes das marcas. (11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 23).

Na apreciação do risco de confusão, deve igualmente ser tido em conta o facto de o que o consumidor médio raramente ter a possibilidade de efectuar uma comparação directa das diferentes marcas, mas tem de se basear na imagem imperfeita de que dispõe (22/06/1999, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik, EU:C:1999:323, § 26).

No presente caso, os produtos considerados similares destinam-se ao grande público, cujo nível de atenção é considerado médio.



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juizo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

A marca anterior tem, no seu conjunto, um baixo grau de carácter distintivo para todos os serviços em questão, os sinais são visualmente diferentes num grau acima da média e foneticamente semelhantes em grau baixo.

Conceptualmente, os sinais são semelhantes a um grau elevado.

Neste contexto, a diferença visual, gráfica e fonética é considerada suficiente, para que o consumidor, baseando-se na sua memória imperfeita, como acima referido, consiga distinguir os sinais e, conseqüentemente a proveniência de entidades diferentes.

Nestes termos, embora seja pacífico reconhecer alguns paralelismos gráfico-fonéticos, não podemos deixar igualmente de considerar que os sinais apresentam, ainda assim, formas de leitura e sonoridades assaz diferentes, com realce para o facto dos sinais não se iniciarem ou terminarem de forma coincidente.

Portanto, embora se concorde que os sinais em análise apresentam alguma correspondência ideográfica, não nos parece, salvo entendimento diverso, que esta situação seja suficiente para consubstanciar cenários de confusão e/ou associação, dos direitos em cotejo, por parte dos consumidores, já que, quando considerados na sua globalidade, os sinais em conflito integram na sua composição outros elementos suficientemente singulares que lhe conferem uma identidade diversa e permitem ao consumidor distingui-las facilmente entre si, sem necessidade de exame atento ou confronto.

Acresce que, procedendo a pesquisas de anterioridade, verifica-se que a entidade aqui requerente - CINEBOX LDA - é já titular de direitos de características análogas, designadamente: a marca nacional n.º 695309, CINEBOX, registada desde 13-11-2022 para assinalar, também, serviços idênticos na classe 41ª, ao pedido aqui em análise, uma situação que encaixa na argumentação atrás explanada.

Mais, o sinal registando anuncia no momento da sua percepção, a sua proveniência empresarial (CINEBOX, LDA) condição que, ainda que não sendo resolutive para a decisão deste litígio, não só fundamenta o carácter único do termo CINEBOX perante o sinal da reclamante, como reforça o seu mérito distintivo no exercício de comparação dos sinais.

Neste sentido, é nossa opinião que a oportunidade de confusão ou associação entre os direitos, nos consumidores, é um cenário improvável, pelo que cremos que a coexistência das mesmas no mercado será pacífica.



Processo: 185/24.0YHLSB
Referência: 595796

Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual
Juizo da Propriedade Intelectual - Juiz 1
Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa
Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial

Por tudo o exposto, concluímos que não se encontram preenchidos os requisitos cumulativos do conceito jurídico de imitação ou de usurpação, relativamente à marca da recorrente, devendo, assim, julgar-se improcedente o recurso, e manter-se a decisão recorrida.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, julgamos que o sinal registado não possibilitará a prática de actos de concorrência desleal, pelo que também cremos que não é aplicável a alínea h) do n.º 1 do artigo 289º do CPI.

*

IV. Decisão:

Termos em que, vistos os princípios e as normas invocadas, se decide julgar improcedente o recurso apresentado, e, em consequência, manter o despacho recorrido, com a consequente

Cinebox
C I N E M A S

concessão do registo de logótipo n.º 55520

Custas pela recorrente (artigo 535.º, n.º 1, do Código do Processo Civil).

Valor da acção: € 30.000,01 (trinta mil euros e um centimo), nos termos do disposto nos art.º 303.º, n.º 1 do CPC).

Notifique.

Cumpra-se igualmente o estabelecido no n.º 5 do artigo 34.º do CPI (artigo 46.º do mesmo Código).

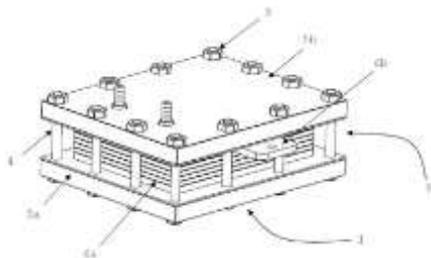
Lisboa, d.s.

PATENTES DE INVENÇÃO

Pedidos - BBCA/1A

A publicação dos pedidos de patentes de invenção a seguir indicados é efetuada nos termos do disposto no artigo 69.º do Código da Propriedade Industrial; da data de publicação do presente aviso começa a contar-se o prazo de dois meses para a apresentação de reclamações de quem se julgar prejudicado pela eventual concessão dos mesmos, nos termos do artigo 17.º do mesmo Código.

- | | |
|---|--|
| <p>(11) 118755
 (22) 2023.06.27
 (30)
 (71) PT ISPT - INDUSTRIAL SERVICES, S.A
 (72) ANTÓNIO PAULO TAVARES CUSTÓDIO
 RICARDO LUÍS ESPINGARDAS DO
 NASCIMENTO
 ANDRÉ FILIPE GRANADEIRO MARTINS
 PATRICK LOURENÇO INÁCIO
 EDGAR ALEXANDRE FREITAS CAMACHO
 (51) Int. Cl.
 C25B 1/02 (2006.01) C25B 1/04 (2021.01) C25B
 11/02 (2021.01) C25B 9/19 (2021.01)
 (54) DISPOSITIVO ELETROQUÍMICO PARA
 OBTENÇÃO DE HIDROGÉNIO
 (57) A PRESENTE INVENÇÃO REFERE-SE A UM DISPOSITIVO
 PARA OBTENÇÃO DE HIDROGÉNIO, MAIS ESPECIFICAMENTE
 A UM DISPOSITIVO ELETROQUÍMICO PARA A PRODUÇÃO DE
 HIDROGÉNIO EM MEIO ALCALINO, UTILIZANDO ENERGIA
 ELÉTRICA PROVENIENTE DE FONTES RENOVÁVEIS, SENDO
 CONSTITUÍDO POR MATERIAIS E COMPONENTES
 SUSTENTÁVEIS E DE CUSTO REDUZIDO. O DISPOSITIVO
 ELETROQUÍMICO (1) DA PRESENTE INVENÇÃO PERMITE UMA
 MONTAGEM COMPACTA QUE COMPREENDE UMA CHAPA
 BIPOLAR COM MÚLTIPLAS FUNCIONALIDADES E QUE
 PERMITE MODELAR E CUSTOMIZAR O ESCOAMENTO DE
 GASES. O DISPOSITIVO ELETROQUÍMICO (1) DA PRESENTE
 INVENÇÃO É ASSEMBLADO POR PELO MENOS UMA CÉLULA
 ELETROQUÍMICA (9), ADICIONALMENTE COMPREENDE UMA
 PLACA COLETORA INFERIOR (6A) E UMA PLACA COLETORA
 SUPERIOR (6B) E É DELIMITADO POR UMA PLACA DE APERTO
 INFERIOR (5A) E UMA PLACA DE APERTO SUPERIOR (5B). A
 PLACA DE APERTO INFERIOR (5A) E A PLACA DE APERTO
 SUPERIOR (5B) POSSUEM ORIFÍCIOS, NOS QUAIS SÃO
 INSERIDOS VARÕES ROSCADOS LONGITUDINAIS (4) FIXOS
 POR PORCAS DE APERTO (3).</p> | <p>(13) A</p> <hr/> <p>(11) 118757
 (22) 2023.06.27
 (30)
 (71) PT ASTROLABE - FABRICAÇÃO DE
 IMPLANTES MÉDICOS, LDA
 (72) EDUARDO KLAIN
 (51) Int. Cl.
 A61B 17/86 (2006.01)
 (54) PARAFUSO COM FIXAÇÃO ANGULAR
 VARIÁVEL INSERÍVEL NUM ORIFÍCIO
 ROSCADO DE UMA PLACA ÓSSEA
 (57) A PRESENTE INVENÇÃO ENQUADRA-SE NA ÁREA DOS
 DISPOSITIVOS MÉDICOS ORTOPÉDICOS, MAIS PRECISAMENTE
 A UM PARAFUSO DE FIXAÇÃO ÓSSEA COM FIXAÇÃO
 ANGULAR VARIÁVEL PARA SER INSERIDO NUM ORIFÍCIO
 ROSCADO DE UMA PLACA ÓSSEA. NA PRESENTE INVENÇÃO,
 O PARAFUSO DE ÂNGULO VARIÁVEL PERMITE O
 ENROSCAMENTO CONTÍNUO DOS FILETES DE ROSCA EM
 CONTACTO COM UMA PLACA, NA REGIÃO SUPERIOR DA
 ROSCA CABEÇA DO PARAFUSO, O QUE GARANTE UMA
 MELHOR FIXAÇÃO DO PARAFUSO À PLACA. A GRANDE
 VANTAGEM TÉCNICA QUE A PRESENTE INVENÇÃO
 APRESENTA É A DE O PARAFUSO COMPREENDER SULCOS
 QUE AO ESTAREM COLOCADOS SOMENTE NA REGIÃO
 INFERIOR DA CABEÇA EM VEZ DE ESTAREM COLOCADOS AO
 LONGO DE TODO O COMPRIMENTO DA ROSCA, PERMITE QUE
 A PARTE SUPERIOR DA CABEÇA TENHA FILETES DE ROSCA
 COMPLETOS, OU SEJA, SEM DÉSCONTINUIDADES. ASSIM, AO
 ENROSCAR O PARAFUSO NA PLACA, INDEPENDENTEMENTE
 DA ANGULAÇÃO POR ELE PERMITIDA, OS FILETES
 SUPERIORES DA ROSCA QUE ENROSCAM NA PLACA VÃO TER
 UM ENROSCAMENTO COMPLETO, GARANTINDO QUE O
 CONTACTO ENTRE A ROSCA DA PLACA E DO PARAFUSO É
 FEITO COM MAIOR SEGURANÇA, VISTOQUE HÁ MAIS
 MATERIAL A ESTABELECEER ESSE MESMO CONTACTO.</p> |
|---|--|



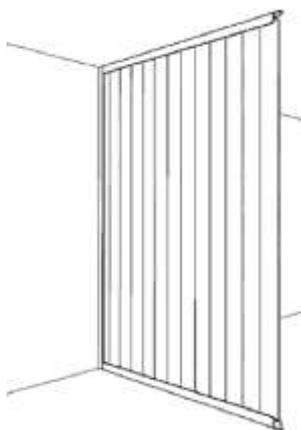
[Ver Fascículo Completo](#)



Figura 1

[Ver Fascículo Completo](#)

- (11) **118759** (13) **A**
(22) 2023.06.27
(30)
(71) **PT INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA**
(72) **SÉRGIO GOMES PIRES GONÇALVES**
PEDRO ANTÓNIO FONSECA JORGE
MANUEL ANTÓNIO DE JESUS RIBEIRO
(51) **Int. Cl.**
E04B 2/00 (2006.01) E04B 1/00 (2006.01)
(54) **SISTEMA MODULAR PARA CONSTRUÇÃO**
DE PAREDES INTERIORES
(57) A PRESENTE INVENÇÃO DESCREVE UM SISTEMA MODULAR DE CONSTRUÇÃO DE PAREDES INTERIORES EM MADEIRA, SEUS DERIVADOS, COMPÓSITOS E OUTROS MATERIAIS DOS QUAIS SEJA POSSÍVEL OBTER OS ELEMENTOS CONSTRUTIVOS QUE COMPÕEM O PRESENTE SISTEMA. O SISTEMA MODULAR DESENVOLVIDO PERMITE A MONTAGEM FACILITADA DE PAREDES INTERIORES, PARA A DIVISÃO DE ESPAÇOS OU PARA CRIAÇÃO DE PAREDES DUPLAS PELO INTERIOR DA CONSTRUÇÃO ORIGINAL. SÃO PASSÍVEIS DE SER EDIFICADAS POR UTILIZADORES INEXPERIENTES E COM UM NÚMERO REDUZIDO DE FERRAMENTAS. O SEU DESMONTE NÃO DANIFICA OS SEUS ELEMENTOS E PERMITE O SEU REAPROVEITAMENTO.



[Ver Fascículo Completo](#)

Patentes europeias vigentes em Portugal - FG4A

Processo	Início de vigência	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classificação principal	Observações
3685144	2018.09.20	2024.12.19	VITAL BIOSCIENCES INC.	CA	G01N 21/00 (2020.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3818835	2018.07.03	2024.12.18	FERTINAGRO BIOTECH, S.L.	ES	A23K 20/189 (2021.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3894222	2019.12.10	2024.12.19	ARCELORMITTAL	LU	B32B 37/10 (2021.01)	ART. 84º DO C.P.I.:

Caducidades por falta de pagamento de taxa - Patente europeia - MM4A

Processo	Início de vigência	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
2029842	2007.06.12	2024.12.12	MASTERLAB S.R.L. - UNIPERSONALE	IT	
2040702	2007.06.12	2024.12.12	MERCK PATENT GMBH	DE	
2537777	2012.06.12	2024.12.12	COOP INDUSTRIA - SOCIETA' COOPERATIVA	IT	
2714548	2012.06.12	2024.12.12	NUOVA SIMA S.P.A.	IT	
2873122	2013.06.12	2024.12.12	WEIDMÜLLER INTERFACE GMBH & CO. KG	DE	
2954990	2014.06.12	2024.12.12	DIOPASS SPRL	BE	
3638891	2018.06.12	2024.12.12	BONTAZ CENTRE R&D	FR	

CERTIFICADOS COMPLEMENTARES DE PROTECÇÃO**Pedidos e avisos de concessão**

Processo	Tipo de dado	Conteúdo dos dados	País resid.
1158	(68) – Patente de Base (22) – Data do Pedido Data da Concessão (94) – Prazo de Validade Titulares (54) – Título da Invenção (95) – Prod. (medicamento) (92) – Aut. Com. Nacional	PTE, 2448963 Z, de 2010.07.01 2022.09.20 2024.12.19 Início em: 2030.07.02, e fim em: 2035.07.01 Nome: IMMUNOCORE LTD. RECETORES DAS CÉLULAS TEBENTAFUSPE Data: 2022.04.06, País: PT, Número: C(2022)2211	GB
1249	(68) – Patente de Base (22) – Data do Pedido Data da Concessão (94) – Prazo de Validade Titulares (54) – Título da Invenção (95) – Prod. (medicamento) (92) – Aut. Com. Nacional	PTE, 3222277 M, de 2010.03.29 2024.09.30 2024.12.19 Início em: 2030.03.30, e fim em: 2035.03.29 Nome: LIGAND PHARMACEUTICALS INCORPORATED ANTAGONISTA DO RECEPTOR DA ENDOTELINA BIFENILSULFONAMIDA E DA ANGIOTENSINA II PARA TRATAMENTO DA GLOMERULOESCLEROSE E NEFROPATIA INDUZIDA POR IGA SPARSENTAN Data: 2024.04.23, País: PT, Número: C(2024)2719	US
1250	(68) – Patente de Base (22) – Data do Pedido Data da Concessão (94) – Prazo de Validade Titulares (54) – Título da Invenção (95) – Prod. (medicamento) (92) – Aut. Com. Nacional	PTE, 3022192 M, de 2014.07.14 2024.10.03 2024.12.19 Início em: 2034.07.15, e fim em: 2039.05.21 Nome: NOVARTIS AG DERIVADOS DE PIPERIDINIL INDOLE E A SUA UTILIZAÇÃO COMO INIBIDORES DO FACTOR B DO COMPLEMENTO IPTACOPANO Data: 2024.05.21, País: PT, Número: C(2024) 3465	CH

DESENHOS OU MODELOS**Caducidades por falta de pagamento de taxa - MM4Y**

Processo	Início de vigência	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
5947	2019.06.12	2024.12.12	D.S.A. INDUSTRIA DE CALÇADO, LDA	PT	

REGISTO NACIONAL DE MARCAS

Pedidos

De acordo com o artigo 226.º do Código da Propriedade Industrial, a seguir se publicam os pedidos de registo de marcas; da data de publicação do presente aviso começa a contar-se o prazo de dois meses para a apresentação de reclamações de quem se julgar prejudicado pela eventual concessão dos mesmos, em conformidade com o artigo 17.º do mesmo Código.

(210) 734364	MNA	(511) 03 ARTIGOS DE HIGIENE PESSOAL; PRODUTOS DE TOILETTE; PREPARAÇÕES PARA HIGIENE PESSOAL.
(220) 2024.11.04		
(300)		
(730) PT GEOFLICKS UNIPessoal, LDA		(591) PANTONE 226C; CYAN4/100; MAGENTA 100/100;
(511) 09 PLATAFORMAS DE SOFTWARE PARA PROMOÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO E RESERVA DE TRANSPORTES E SERVIÇOS TURISTICOS.		(540)
39 PLANEAMENTO E RESERVA DE VIAGENS E TRANSPORTES, ATRAVÉS DE MEIOS ELETRÓNICOS; RESERVAS E MARCAÇÕES DE SERVIÇOS PARA TRANSPORTES; SERVIÇOS DE RESERVA DE VIAGENS E DE TRANSPORTES; SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO, ACONSELHAMENTO E RESERVA RELATIVOS A TRANSPORTES; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE VIAGENS, NOMEADAMENTE RESERVAS E MARCAÇÕES DE TRANSPORTES; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS AO PLANEAMENTO E À RESERVA DE VIAGENS E TRANSPORTES, ATRAVÉS DE MEIOS ELETRÓNICOS; RESERVA DE VIAGENS ATRAVÉS DE AGÊNCIAS DE TURISMO.		
(591)		(531) 1.15.15 ; 27.5.10 ; 29.1.4 ; 29.1.99
(540)		
GEOTRAVEL.TECH		
<hr/>		
(210) 736388	MNA	(210) 736448
(220) 2024.12.06		(220) 2024.12.06
(300)		(300)
(730) PT CONFRARIA DOS AMIGOS DA GEROPIGA DE MOINHOS E ARREDORES		(730) PT BIMMS, LDA
(511) 33 VINHOS DOCES.		(511) 42 SERVIÇOS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA; SERVIÇOS CIENTÍFICOS E TECNOLÓGICOS; SERVIÇOS DE TI (TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO); SERVIÇOS DE DESIGN.
(591)		(591)
(540)		(540)
MOINHOS, CAPITAL DA GEROPIGA		BIMMS
<hr/>		
(210) 736444	MNA	(210) 736581
(220) 2024.12.06		(220) 2024.12.10
(300)		(300)
(730) PT CARLOS FERNANDO DE SOUSA DE OLIVEIRA		(730) PT CONQUISTAPADRÃO - PRODUÇÕES UNIPessoal LDA
(511) 41 APRESENTAÇÕES DE ESPETÁCULOS AUDIOVISUAIS; DISPONIBILIZAÇÃO DE EVENTOS RECREATIVOS; ENTRETENIMENTO POR MEIO DE DIGRESSÕES DE ESPETÁCULOS; ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE FESTIVAIS ÉTNICOS; ESPETÁCULOS MUSICAIS; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS; ORGANIZAÇÃO DE FESTIVAIS.		(511) 41 APRESENTAÇÕES DE ESPETÁCULOS AUDIOVISUAIS; DISPONIBILIZAÇÃO DE EVENTOS RECREATIVOS; ENTRETENIMENTO POR MEIO DE DIGRESSÕES DE ESPETÁCULOS; ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE FESTIVAIS ÉTNICOS; ESPETÁCULOS MUSICAIS; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS; ORGANIZAÇÃO DE FESTIVAIS.
(591)		(591)
(540)		(540)

FAVELA FESTIVAL

- (210) **736604** MNA
 (220) 2024.12.11
 (300)
 (730) **PT TATIANE CLARA, UNIPESSOAL LDA.**
 (511) 37 LAVAGEM DE AUTOMÓVEIS; REPARAÇÃO DE AUTOMÓVEIS.
 39 SERVIÇOS DE VIAGENS; RESERVA DE VIAGENS; VIAGENS E TRANSPORTE DE PASSAGEIROS; ALUGUER DE AUTOMÓVEIS; TRANSPORTE DE PASSAGEIROS; TRANSPORTE DE BAGAGEM DE PASSAGEIROS; SERVIÇOS DE MOTORISTAS; ALUGUER DE AUTOMÓVEIS COM MOTORISTA.
 (591)
 (540)

JOURNEY TRANSFER

- (210) **736609** MNA
 (220) 2024.12.11
 (300)
 (730) **ES IBERICA EVENTOS & ESPECTÁCULOS, SLU**
 (511) 41 SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO, ENTRETENIMENTO E DESPORTO; ATIVIDADES CULTURAIS; DIREÇÃO ARTÍSTICA DE ARTISTAS CÉNICOS; ESPETÁCULOS ITINERANTES, SENDO SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO; ESPETÁCULOS DE TEATRO DE ANIMAÇÃO E REPRESENTADOS AO VIVO; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES PARA FINS CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS CULTURAIS E ARTÍSTICOS.
 (591)
 (540)

ESTÁTUAS
VIVAS no NATAL

(531) 4.1.2 ; 27.3.15

- (210) **736620** MNA
 (220) 2024.12.11
 (300)
 (730) **BRHERBALSAVE**
 (511) 05 SUPLEMENTOS DIETÉTICOS DE LEVEDURA; SUPLEMENTOS DIETÉTICOS DE PÓ DE AÇAÍ; SUPLEMENTOS DIETÉTICOS DE PROTEÍNA; SUPLEMENTOS DIETÉTICOS MINERAIS; SUPLEMENTOS DIETÉTICOS PARA SERES HUMANOS; SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS; SUPLEMENTOS DIETÉTICOS DE PRÓPOLIS..
 29 AGAR-AGAR PARA USO CULINÁRIO; BEBIDAS À BASE DE LEITE DE CÔCO;

FRUTOSCRISTALIZADOS; GELATINA ALIMENTAR; GELEIAS DE FRUTA; LEITE; LEITE DE ARROZ; LEITE DE AVEIA; LEITE DE CÔCO; LEITE EM PÓ; MANTEIGA; MANTEIGA DE COCO; SOPAS; SUBSTITUTOS DO LEITE; PATES DE LEGUMES
 30 AÇAFRÃO [TEMPERO]; ALIMENTOS À BASE DE AVEIA; AVEIA MOÍDA; BEBIDA À BASE DE CHÁ; CACAU; CAFÉ; CHÁ; CHÁ DE ERVAS; CONDIMENTOS; CÚRCUMA; ESPECIARIAS; FARINHA DE AVEIA; FARINHAS ALIMENTARES; FARINHAS DE FRUTOS OLEAGINOSOS; FLOCOS DE AVEIA; FLOCOS DE CEREAIS SECOS; FLORES OU FOLHAS PARA USO COMO SUBSTITUTOS DO CHÁ; MOUSSES DE CHOCOLATE; MOLHOS PARA MASSAS ALIMENTÍCIAS; PROPOLIS PARA CONSUMO HUMANO.

(591) PRETO; VERDE; BRANCO

(540)



(531) 5.3.14 ; 27.5.10 ; 29.1.3

- (210) **736668** MNA
 (220) 2024.12.12
 (300)
 (730) **PT CENTRO DE MEDICINA FISICA E DE REABILITAÇÃO ODISET LDA**
 (511) 44 FISIOTERAPIA; SERVIÇOS DE FISIOTERAPIA; SERVIÇOS DE ELEOTERAPIA PARA FISIOTERAPIA; REABILITAÇÃO FÍSICA; FORNECIMENTO DE INSTALAÇÕES DE REABILITAÇÃO FÍSICA; DESENVOLVIMENTO DE PROGRAMAS DE REABILITAÇÃO FÍSICA INDIVIDUAL.
 (591) CINZENTO; AMARELO
 (540)



(531) 2.1.23 ; 29.1.2

- (210) **736707** MNA
 (220) 2024.12.12
 (300)
 (730) **PT BRUNO MIGUEL MAGALHÃES CARVALHO**
 (511) 35 COMERCIO DE: PEÇAS E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS; VEÍCULOS; VEÍCULOS MOTORIZADOS DE PASSAGEIROS; MOTOCICLOS; MOTOCICLOS ELÉTRICOS; MOTOCICLOS PARA MOTOCROSSE; SUPORTES PARA MOTOCICLOS; PNEUS PARA MOTOCICLOS; AMORTECEDORES PARA MOTOCICLOS; GUIADORES DE MOTOCICLOS; DESCANSOS PARA MOTOCICLOS; CAMPAINHAS PARA MOTOCICLOS; CESTOS PARA MOTOCICLOS; ALFORGES PARA MOTOCICLOS; RODAS PARA

MOTOCICLOS; SELINS DE MOTOCICLOS; ASSENTOS PARA MOTOCICLOS; RAIOS PARA MOTOCICLOS; BUZINAS PARA MOTOCICLOS; QUADROS DE MOTOCICLOS; CORRENTES PARA MOTOCICLOS; PEDAIS PARA MOTOCICLOS; CRANQUES PARA MOTOCICLOS; MOTORES DE MOTOCICLOS; PUNHOS ROTATIVOS PARA MOTOCICLOS; COBERTURAS AJUSTÁVEIS PARA MOTOCICLOS; FITA ADERENTE PARA MOTOCICLOS; POUSA-PÉS PARA MOTOCICLOS; PARA-LAMAS PARA MOTOCICLOS; PARTES ESTRUTURAIS DE MOTOCICLOS; BRAÇOS OSCILANTES PARA MOTOCICLOS; FORQUETAS DIANTEIRAS PARA MOTOCICLOS; ESPAÇADORES FRONTAIS [PEÇAS DE MOTOCICLOS]; CARROS LATERAIS (SIDECARS) PARA MOTOCICLOS; CORRENTES DE TRANSMISSÃO PARA MOTOCICLOS; JANTES DE RODAS PARA MOTOCICLOS; BOMBAS DE AR PARA MOTOCICLOS; CABOS DE EMBRAIAGEM [PEÇAS DE MOTOCICLOS]; CALIBRES DE TRAVÕES [PEÇAS DE MOTOCICLOS]; ESTRUTURAS PARA FARÓIS [PEÇAS DE MOTOCICLOS]; ROTORES DE TRAVÕES [PEÇAS DE MOTOCICLOS]; RODAS DENTADAS PARA TRANSMISSÕES DE MOTOCICLOS; PEDAIS DE TRAVÃO [PEÇAS DE MOTOCICLOS]; AMORTECEDORES DE GUIADOR [PEÇAS DE MOTOCICLOS]; ALAVANCAS DE MUDANÇAS [PEÇAS DE MOTOCICLOS]; CADEADO DE DISCO DE TRAVÃO PARA MOTOCICLOS; PNEUS E CÂMARAS-DE-AR PARA MOTOCICLOS; PAINÉIS DE INSTRUMENTOS FRONTAIS [PEÇAS DE MOTOCICLOS]; CÂMARAS-DE-AR PARA PNEUS DE MOTOCICLOS; ALAVANCAS DE CONTROLO PARA GUIADORES [PEÇAS DE MOTOCICLOS]

(591)
(540)

BB RACING

- (210) **736729** MNA
(220) 2024.12.12
(300)
(730) **PT LIFTIRSO - UNIPessoal, LDA**
(511) 06 PORTAS GIRATÓRIAS DE METAL.
07 ELEVADORES (MÁQUINAS); PLATAFORMAS ELEVADORAS; MOTORES DE ELEVADORES; TRANSMISSÕES PARA ELEVADORES; PORTAS DE ELEVADORES; ENGENHAGENS DE ELEVADORES; ELEVADORES DE PLATAFORMA; MONTA-CARGAS; MONTA-CARGAS (ELEVADORES); MONTA-CARGAS ELÉTRICOS; MONTA-CARGAS PARA MERCADORIAS; ESCADAS ROLANTES; EQUIPAMENTO DE LEVANTAMENTO E IÇAMENTO, ELEVADORES E ESCADAS ROLANTES; TAPETES ROLANTES.
09 TRANSFORMADORES ELEVADORES.
10 ELEVADORES PARA INVÁLIDOS.
19 PORTAS GIRATÓRIAS NÃO METÁLICAS.
37 CONSTRUÇÃO; CONSTRUÇÃO DE IMÓVEIS; RESTAURO DE IMÓVEIS; SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO RELACIONADOS COM PORTAS AUTOMÁTICAS; REPARAÇÃO DE EQUIPAMENTOS ELÉTRICOS; REPARAÇÃO DE EQUIPAMENTOS ELÉTRICOS E INSTALAÇÕES ELETROTÉCNICAS; INSTALAÇÃO, MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE ELEVADORES E ASCENSORES; REPARAÇÕES OU MANUTENÇÃO DE ELEVADORES (ASCENSORES); SERVIÇOS DE INSTALAÇÃO DE ELEVADORES E ASCENSORES; MANUTENÇÃO E REPARAÇÕES DE ELEVADORES E ASCENSORES.

(591) Azul; Cinza
(540)



(531) 26.3.4 ; 26.4.5 ; 26.5.4 ; 29.1.4

- (210) **736741** MNA
(220) 2024.12.12
(300)
(730) **PT RECTO & MATOS, LDA**
(511) 35 SERVIÇOS DE VENDA POR GROSSO RELATIVOS A ACESSÓRIOS PARA AUTOMÓVEIS; SERVIÇOS DE VENDA A RETALHO RELACIONADOS COM ACESSÓRIOS PARA AUTOMÓVEIS.

(591)
(540)



(531) 18.1.9

- (210) **736742** MNA
(220) 2024.12.13
(300)
(730) **PT PEDRO LORENA PESSOA, UNIPessoal LDA**
(511) 11 INSTALAÇÕES DE SECAGEM; EQUIPAMENTO DE AQUECIMENTO, VENTILAÇÃO, AR CONDICIONADO E PURIFICAÇÃO DO AR (AMBIENTE); ELEMENTOS E FILAMENTOS DE AQUECIMENTO; ARTIGOS PESSOAIS DE AQUECIMENTO E SECAGEM; APARELHOS PARA AQUECER E VAPORIZAR ARTIGOS E TECIDOS, NÃO DESTINADOS A USOS INDUSTRIAIS; SECADORES [APARELHOS].
20 CABIDES; CABIDES PARA ROUPAS [CABIDES PARA CASACOS]; CABIDES DE PÉ; CABIDES PARA VESTUÁRIO; CABIDES PARA ROUPAS; CABIDES PARA ROUPA; CABIDES DE PAREDE; CABIDES PARA CASACOS; CABIDES PARA CASACOS [MOBILIÁRIO]; CABIDES DE MALAS, NÃO METÁLICOS; CABIDES PARA TOALHAS (NÃO METÁLICOS); CABIDES NÃO METÁLICOS PARA ROUPA; CABIDES NÃO METÁLICOS DE PAREDE; CABIDES [GANCHOS] NÃO METÁLICOS PARA CHAPÉUS; CABIDES DE PAREDE [SUPORTES] NÃO METÁLICOS; CABIDES PARA ROUPAS, NÃO EM METAL; GANCHOS NÃO METÁLICOS PARA CABIDES DE RODAS; GANCHOS, NÃO METÁLICOS, PARA CABIDES DE RODAS; CABIDES PARA ROUPA E GANCHOS DE ROUPA; CABIDES DE PAREDE NÃO METÁLICOS PARA CASACOS; CABIDES PARA MALAS, NÃO METÁLICOS; BENGALIEIROS E CABIDES PARA ROUPA [MÓVEIS] E GANCHOS PARA A ROUPA; CABIDES PERFUMADOS; CABIDES METÁLICOS PARA CHAPÉUS.
21 CABIDES PARA SECAR ROUPA; CABIDES PARA SECAR A ROUPA CONCEBIDOS PARA VESTUÁRIO ESPECIAL.

(591)
(540)

(531) 12.1.22

(210) **736743** MNA

(220) 2024.12.13

(300)

(730) **PT EVOCAROMAS, UNIPESSOAL LDA**

(511) 30 SOBREMESAS PREPARADAS (PASTELARIA); DOCES ARTESANAIS; DOCES GELADOS; PASTELARIA SALGADA; PASTELARIA CONGELADA; PASTELARIA FOLHADA.

43 SNACK-BARES; SERVIÇOS DE RESTAURANTES TAKE AWAY; SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS TAKE-AWAY; SERVIÇOS DE FORNECIMENTO DE COMIDA PARA FORA (TAKEAWAY); SERVIÇOS DE RESTAURANTES.

(591)

(540)



(531) 24.17.25

(210) **736744** MNA

(220) 2024.12.13

(300)

(730) **PT IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS**

(511) 38 COMUNICAÇÃO DE INFORMAÇÃO POR TELEVISÃO; DIFUSÃO DE INFORMAÇÃO ATRAVÉS DA TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO RETRANSMITIDOS ATRAVÉS DE LIGAÇÃO POR CABO PARA RECETORES DE TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR CABO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR INTERNET; DIFUSÃO E TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO

POR CABO; DIFUSÃO E TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; EMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR CABO; EMISSÃO DE PROGRAMAS POR TELEVISÃO; EMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PROGRAMAS DE TELEVISÃO (DIFUSÃO DE -); STREAMING DE TELEVISÃO PELA INTERNET; TELEVISÃO (DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE -); TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO.

41 APRESENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; ENTRETENIMENTO POR MEIO DA TELEVISÃO; DISPONIBILIZAÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO MULTIMÉDIA ATRAVÉS DE TELEVISÃO, BANDA LARGA, WIRELESS E SERVIÇOS ONLINE; MONTAGEM DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO EM TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO EDUCATIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE DIVERTIMENTO POR TELEVISÃO; SERVIÇOS DE DIVERTIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO PRESTADOS POR PROGRAMAS DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; SERVIÇOS EDUCATIVOS RELACIONADOS COM DESENVOLVIMENTO RELIGIOSO; SERVIÇOS EDUCATIVOS RELACIONADOS COM O DESENVOLVIMENTO ESPIRITUAL.

43 SERVIÇOS DE CAFETERIAS; SERVIÇOS DE ESTABELECIMENTOS DE CAFÉ; SERVIÇOS DE RESTAURAÇÃO [ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS].

45 ACONSELHAMENTO RELIGIOSO; ACONSELHAMENTO [ESPIRITUAL]; ORIENTAÇÃO ESPIRITUAL; CONSULTORIA ESPIRITUAL; ACONSELHAMENTO RELACIONADO COM A ORIENTAÇÃO ESPIRITUAL.

(591)

(540)



(531) 1.15.11 ; 11.3.4

(210) **736752** MNA

(220) 2024.12.13

(300)

(730) **PT TANIA ISABEL FERREIRA DA SILVA**

(511) 44 APLICAÇÃO DE PRODUTOS DE COSMÉTICA NO CORPO; SALÕES PARA OS CUIDADOS DA PELE; SERVIÇOS DE MAQUILHAGEM COSMÉTICA;

SERVIÇOS DE SALÕES ESPECIALIZADOS EM UNHAS; SERVIÇOS DE TRATAMENTOS DE BELEZA, ESPECIALMENTE PARA PESTANAS; SERVIÇOS DE CONSULTA E APLICAÇÃO DE MAQUILHAGEM; SERVIÇOS DESTINADOS A REFIRMAR A PELE POR MEIO DE LASER; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO RELACIONADOS COM BELEZA; ACONSELHAMENTO EM MATÉRIA DE BELEZA; SERVIÇOS PRESTADOS POR SALÕES DE CABELEIREIRO E POR INSTITUTOS DE BELEZA; SERVIÇOS DE MANICURA; ANÁLISES COSMÉTICAS; SERVIÇOS DE TRATAMENTO DA CELULITE; SERVIÇOS DE SAUNA DE INFRAVERMELHOS; SERVIÇOS PARA CUIDADOS DO ROSTO; SERVIÇOS DE BELEZA PRESTADOS EM SPAS; CUIDADOS DE HIGIENE E DE BELEZA; APLICAÇÃO DE PRODUTOS DE COSMÉTICA NO ROSTO; TRATAMENTOS COSMÉTICOS; SALÕES DE BRONZEAMENTO; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE SERVIÇOS DE SALÃO DE BELEZA; SERVIÇOS DE SALÃO DE CABELEIREIRO PARA CRIANÇAS; TRATAMENTO CAPILAR; SERVIÇOS DE REJUVENESCIMENTO DA PELE POR LASER; SERVIÇOS TERAPÊUTICOS PERSONALIZADOS RELACIONADOS COM A DISSOLUÇÃO DE GORDURA; SERVIÇOS PARA OS CUIDADOS DA PELE; SERVIÇOS DE REDUÇÃO E ELIMINAÇÃO PERMANENTE DE PÊLOS; SERVIÇOS DE SOLÁRIO; FORNECIMENTO DE INSTALAÇÕES DE BANHEIRAS DE HIDROMASSAGEM; SERVIÇOS DE TRATAMENTOS DE BELEZA PARA O ROSTO; SERVIÇOS DE SALÕES DE BELEZA; SERVIÇOS DE ESTÉTICA; SERVIÇOS DE PEDICURE; CONSULTORIA EM CUIDADOS CORPORAIS E DE BELEZA; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO RELACIONADOS COM TRATAMENTOS DE BELEZA; SERVIÇOS PARA OS CUIDADOS DOS CABELOS; SERVIÇOS DE TRATAMENTOS COSMÉTICOS CORPORAIS, FACIAIS E CAPILARES TRATAMENTO COSMÉTICO PARA O ROSTO; SERVIÇOS COSMÉTICOS PARA OS CUIDADOS DO CORPO; SERVIÇOS DE CUIDADOS DAS UNHAS; CUIDADOS DE BELEZA DOS PÉS; TRATAMENTOS COSMÉTICOS PARA OS CABELOS; DEPILAÇÃO A CERA; SERVIÇOS DE SALÃO DE CABELEIREIRO PARA HOMEM; REESTRUTURAÇÃO CAPILAR; CUIDADOS DE BELEZA PARA PESSOAS; SERVIÇOS DE DEPILAÇÃO A LASER; TRATAMENTOS COSMÉTICOS PARA O CORPO; SERVIÇOS DE SALÃO DE BRONZEAMENTO E DE SOLÁRIO; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES SOBRE BELEZA; SERVIÇOS TERAPÊUTICOS PERSONALIZADOS RELACIONADOS COM O MELHORAMENTO CIRCULATÓRIO; SERVIÇOS RELACIONADOS COM OS CUIDADOS DO COURO CABELUDO; SERVIÇOS DE HIGIENE E CUIDADOS DE BELEZA PARA PESSOAS; CABELEIREIROS; SERVIÇOS DE SAUNA; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EM COSMÉTICOS; ALUGUER DE EQUIPAMENTO PARA CUIDADOS DE HIGIENE E BELEZA PARA PESSOAS; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA RELACIONADOS COM OS CUIDADOS DA PELE; SERVIÇOS DE DEPILAÇÃO A CERA PARA O CORPO; ALUGUER DE GABINETES PARA MASSAGISTAS, PODOLOGISTAS E SERVIÇOS DE CABELEIREIRO; SERVIÇOS DE MESOTERAPIA; SERVIÇOS PRESTADOS POR NUTRICIONISTAS.

(591)
(540)



(531) 2.3.23 ; 5.5.20

(210) **736753** MNA

(220) 2024.12.13

(300)

(730) **PT TINCOMIL - SOC. FABRIL DE TINTAS E PRODUTOS QUÍMICOS, LDA.**

(511) 02 REVESTIMENTOS [TINTAS]; CORANTES, COLORAÇÕES, PIGMENTOS E TINTAS; DILUENTES E ESPESANTES PARA REVESTIMENTOS, CORANTES E TINTAS.

(591) Azul; Branco

(540)



(531) 2.1.15 ; 2.1.23 ; 18.7.20 ; 29.1.4

(210) **736756** MNA

(220) 2024.12.13

(300)

(730) **PT EDGAR MANUEL RIBEIRO DE SOUSA**

(511) 07 BOMBAS, COMPRESSORES E SOPRADORES; EQUIPAMENTO AGRÍCOLA, DE TERRAPLANAGEM, DE CONSTRUÇÃO, DE EXTRAÇÃO DE PETRÓLEO E GÁS E DE MINERAÇÃO; EQUIPAMENTOS PARA MOVER E MANOBRAR; MÁQUINAS DE VARRER, LIMPAR, LAVAR E DE LAVANDARIA.

19 PORTAS, PORTÕES, JANELAS E REVESTIMENTOS DE JANELAS, NÃO SENDO DE METAL; ESTRUTURAS E CONSTRUÇÕES TRANSPORTÁVEIS, NÃO SENDO DE METAL; MADEIRA SEMITRANSFORMADA OU ARTIFICIAL; MATERIAIS E ELEMENTOS DE EDIFICAÇÃO E CONSTRUÇÃO, NÃO METÁLICOS; MATERIAIS MINERAIS NÃO METÁLICOS, TAIS COMO PEDRA, ARGILA, BETUME, BETÃO OU SEUS SUBSTITUTOS, NÃO TRANSFORMADOS E SEMITRANSFORMADOS.

37 EDIFICAÇÃO, CONSTRUÇÃO E DEMOLIÇÃO.

(591) #5cb431; #472f09; #357738

(540)



(531) 5.3.13 ; 7.1.24

(210) **736758** MNA

(220) 2024.12.13

(300)

(730) **PT EDUARDA DIAS CALHA**

(511) 18 BAGAGENS, MALAS, CARTEIRAS E OUTRAS BOLSAS DE TRANSPORTE.

(591)

(540)

A L Z I R A

L I S B O A

(531) 27.5.1

(210) **736776** MNA

(220) 2024.12.14

(300)

(730) **PT SARAH LEMOS FAGUNDES**

(511) 03 PREPARAÇÕES PARA HIGIENE PESSOAL; ARTIGOS DE HIGIENE PESSOAL; COSMÉTICOS; COSMÉTICOS PARA USO PESSOAL; PREPARAÇÕES COSMÉTICAS PARA O ROSTO; FRAGRÂNCIAS; PREPARAÇÕES DE LAVAGEM PARA USO PESSOAL; PREPARAÇÕES DE COLORAÇÃO PARA USO COSMÉTICO; PREPARAÇÕES DE LIMPEZA PARA USO PESSOAL; PRODUTOS PARA OS CUIDADOS DOS CABELOS; PRODUTOS PARA OS CUIDADOS DA PELE; AFTERSHAVE; GEL PARA BARBEAR; LOÇÕES PÓS-BARBA [AFTER-SHAVE]; PREPARAÇÕES PARA BARBEAR; ÓLEO PARA A BARBA; PRODUTOS PARA DEPOIS DE BARBEAR; AMACIADORES HIDRATANTES PARA O CABELO; AMACIADORES PARA O CABELO; AMACIADORES PARA O TRATAMENTO DOS CABELOS; CERA PARA O CABELO; CERAS PARA DAR FORMA AO CABELO; CHAMPÔ; CHAMPÔS E AMACIADORES; CHAMPÔS PARA A CASPA; COLORAÇÕES PARA O CABELO; CREMES DE PROTEÇÃO PARA OS CABELOS; CREMES CONDICIONADORES; CREMES PARA O CUIDADO DO CABELO; LACAS PARA OS CABELOS; LOÇÕES PARA A BARBA; MÁSCARAS PARA O CABELO; MÁSCARAS PARA O CUIDADO DO CABELO; PÓ PARA OS CABELOS; ÓLEO CAPILAR; PREPARAÇÕES PARA A COLORAÇÃO DO CABELO; PREPARAÇÕES PARA PINTAR O CABELO;

(591)

(540)

PREPARAÇÕES PARA TRATAMENTO CAPILAR; PRODUTOS PARA PENTEADOS MASCULINOS; TÔNICOS CAPILARES.

35 ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS; FORNECIMENTO DE ACONSELHAMENTO RELATIVO A PRODUTOS DE CONSUMO; FORNECIMENTO DE ACONSELHAMENTO RELATIVO A PRODUTOS DE CONSUMO NO ÂMBITO DE COSMÉTICOS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO AOS CONSUMIDORES RELATIVAS A PRODUTOS E SERVIÇOS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO E ACONSELHAMENTO COMERCIAIS AOS CONSUMIDORES NA ESCOLHA DE PRODUTOS E SERVIÇOS.; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES SOBRE PRODUTOS DE CONSUMO; FORNECIMENTO DE RECOMENDAÇÕES RELATIVAS A PRODUTOS DE CONSUMO; INFORMAÇÕES SOBRE A CLASSIFICAÇÃO DAS VENDAS DE PRODUTOS; NEGOCIAÇÃO DE CONTRATOS RELATIVOS À COMPRA E VENDA DE PRODUTOS; NEGOCIAÇÃO E CONCLUSÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS E CONTRATOS COMERCIAIS; PREPARAÇÃO DE CONTRATOS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PARA OUTROS; PROCESSAMENTO ADMINISTRATIVO DE ORDENS DE COMPRA; PROCESSAMENTO ELETRÔNICO DE PEDIDOS; SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS DE ESCRITÓRIO PARA A RECEÇÃO DE PEDIDOS DE VENDAS; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO E INFORMAÇÃO COMERCIAL AOS CONSUMIDORES NA ESCOLHA DE PRODUTOS E SERVIÇOS.; SERVIÇOS DE ASSESSORIA E CONSULTORIA RELACIONADOS COM A AQUISIÇÃO DE BENS PARA TERCEIROS; SERVIÇOS DE ENCOMENDAS ON-LINE; SERVIÇOS DE GESTÃO DE VENDAS; SERVIÇOS INFORMATIZADOS ONLINE DE ORDENS DE COMPRA; SERVIÇOS DE VENDA A RETALHO RELACIONADOS COM PRODUTOS PARA O CABELO; SERVIÇOS DE VENDA A RETALHO RELATIVOS A PELES; SERVIÇOS GROSSISTAS RELACIONADOS COM FRAGRÂNCIAS; SERVIÇOS GROSSISTAS RELACIONADOS COM INSTRUMENTOS DE BELEZA PARA SERES HUMANOS; SERVIÇOS GROSSISTAS RELACIONADOS COM INSTRUMENTOS DE HIGIENE PARA SERES HUMANOS; SERVIÇOS RETALHISTAS RELACIONADOS COM INSTRUMENTOS DE BELEZA PARA SERES HUMANOS; SERVIÇOS RETALHISTAS RELACIONADOS COM INSTRUMENTOS DE HIGIENE PARA SERES HUMANOS; SERVIÇOS RETALHISTAS RELACIONADOS COM PRODUTOS DE LIMPEZA.

44 CUIDADOS DE HIGIENE E DE BELEZA PARA SERES HUMANOS; SERVIÇOS DE HIGIENE E CUIDADOS DE BELEZA PARA PESSOAS; ANÁLISES COSMÉTICAS; APLICAÇÃO DE PRODUTOS DE COSMÉTICA NO ROSTO; BARBEARIAS; CONSELHOS DE BELEZA; CONSELHOS RELACIONADOS COM COSMÉTICA; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE PENTEADOS; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE SERVIÇOS DE SALÃO DE BELEZA; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES SOBRE BELEZA; FORNECIMENTO DE LAVABOS; LAVAGEM DE CABELO; MODELADORES DE CABELO [CABELEIREIROS]; SALÕES DE BARBEARIA; SALÕES PARA OS CUIDADOS DA PELE; SERVIÇOS DE BARBEARIA; SERVIÇOS DE COLORAÇÃO DE CABELO; SERVIÇOS DE CORTE DE CABELO; SERVIÇOS DE DEFINIÇÃO DE SOBRANCELHAS; SERVIÇOS DE TRATAMENTOS DE BELEZA PARA O ROSTO; SERVIÇOS DE VISAGISTAS; SERVIÇOS PARA CUIDADOS DO ROSTO; SERVIÇOS PARA OS CUIDADOS DOS CABELOS; TRATAMENTO CAPILAR; TRATAMENTO COSMÉTICO PARA O ROSTO.



(531) 10.5.5 ; 14.7.20 ; 27.3.15 ; 27.5.9 ; 27.5.25 ; 27.99.13

(210) **736796** MNA
 (220) 2024.12.13
 (300)
 (730) PT MARIA HELENA DE SOUSA ALVES
 (511) 29 AZEITE.
 33 VINHOS.
 (591)
 (540)



**Quinta
da Barca**
de Vila Marim

(531) 18.3.2

(210) **736797** MNA
 (220) 2024.12.13
 (300)
 (730) PT SWAIFOR - CONSULTORIA EM
**SISTEMAS DE INFORMAÇÃO,
 UNIPESOAAL, LDA**
 (511) 35 SERVIÇOS DE INTERMEDIACÃO E ASSESSORIA DE
 NEGÓCIOS NO DOMÍNIO DA VENDA DE PRODUTOS
 E DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS.
 (591)
 (540)

**Well-being
CONNECT**

(531) 27.5.15

(210) **736798** MNA
 (220) 2024.12.13
 (300)
 (730) PT SWAIFOR - CONSULTORIA EM
**SISTEMAS DE INFORMAÇÃO,
 UNIPESOAAL, LDA**
 (511) 35 SERVIÇOS DE INTERMEDIACÃO E ASSESSORIA DE
 NEGÓCIOS NO DOMÍNIO DA VENDA DE PRODUTOS
 E DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS.
 (591)
 (540)

**Well-being
EVOLUTION**

(531) 27.5.1

(210) **736799** MNA
 (220) 2024.12.13
 (300)
 (730) PT SOULBITES INVESTMENT, SOCIEDADE
UNIPESOAAL, LDA
 (511) 29 CONSERVAS DE FRUTA; FATIAS DE FRUTAS;
 FATIAS DE FRUTAS EM FRASCOS; FATIAS DE
 FRUTAS EM LATA; FRUTA EM CONSERVA;
 FRUTAS CORTADAS; FRUTAS EM CONSERVA;
 FRUTOS EM FRASCOS; FRUTOS ENLATADOS;
 FRUTOS FERMENTADOS; FRUTOS SECOS; FRUTOS,
 FUNGOS, VEGETAIS, OLEAGINOSAS E
 LEGUMINOSAS PROCESSADOS; PASSAS [UVAS];
 PEDAÇOS DE FRUTA; POLPA DE FRUTA; POLPAS
 DE FRUTAS; POLPAS DE FRUTOS; PURÉS DE
 FRUTAS; SORTIDOS DE FRUTA TRANSFORMADA;
 SUMOS DE FRUTA PARA COZINHAR.
 32 BEBIDAS SEM ÁLCOOL; REFRIGERANTES;
 BEBIDAS DESALCOOLIZADAS; BEBIDAS (NÃO
 ALCOÓLICAS); CONCENTRADOS PARA A
 PREPARAÇÃO DE BEBIDAS DE FRUTA;
 CONCENTRADOS PARA UTILIZAR NA
 PREPARAÇÃO DE REFRIGERANTES; CORDIAL DE
 SUMO DE LIMA; ESSÊNCIAS NÃO ALCOÓLICAS
 PARA A PREPARAÇÃO DE BEBIDAS.
 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA);
 ESSÊNCIAS E EXTRATOS ALCOÓLICOS; BEBIDAS
 ALCOÓLICAS EXCETO CERVEJA; PREPARAÇÕES
 ALCOÓLICAS PARA FAZER BEBIDAS;
 PREPARAÇÕES PARA PRODUZIR BEBIDAS
 ALCOÓLICAS.
 43 SERVIÇOS DE FORNECIMENTO DE ALIMENTOS E
 BEBIDAS; ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; SERVIÇOS
 DE INFORMAÇÃO, ACONSELHAMENTO E RESERVA
 RELATIVOS A ALOJAMENTO TEMPORÁRIO;
 FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO;
 FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO
 PARA ESCRITÓRIOS; FORNECIMENTO DE
 ALOJAMENTOS TEMPORÁRIOS; SERVIÇOS DE
 ALOJAMENTO TEMPORÁRIO.

(591)
 (540)



(531) 2.1.23 ; 2.9.1

(210) **736800** MNA
 (220) 2024.12.13
 (300)
 (730) PT GYNOAID - ARTIFICIAL

INTELLIGENCE DEVELOPMENT, S.A.
 (511) 09 SOFTWARE DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA CUIDADOS DE SAÚDE; SOFTWARE DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL; SOFTWARE PARA A INTEGRAÇÃO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E APRENDIZAGEM AUTOMÁTICA NO DOMÍNIO DOS MEGADADOS.

(591)
 (540)



(531) 1.13.15

(210) **736814** MNA
 (220) 2024.12.15
 (300)
 (730) PT MARTA DE ABREU ALVES BRANDÃO GOMES

(511) 25 VESTUÁRIO.
 (591)
 (540)



(531) 26.13.99

(210) **736816** MNA
 (220) 2024.12.15
 (300)
 (730) PT LIMITE DISPONIVEL UNIPESAOAL LDA
 (511) 35 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE PROMOÇÃO E DE MARKETING.
 36 SERVIÇOS IMOBILIÁRIOS; ANGARIAÇÃO DE FUNDOS E PATROCÍNIO FINANCEIRO.
 (591)
 (540)

URBEI

(210) **736829** MNA
 (220) 2024.12.16
 (300)
 (730) PT DEFIO WINE, LDA.
 (511) 41 ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS RECREATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS EDUCATIVOS; REALIZAÇÃO DE EVENTOS CULTURAIS.
 (591)
 (540)

GLU GLU - FESTIVAL DE VINHO

(210) **736834** MNA
 (220) 2024.12.16
 (300)
 (730) PT PHYSIO LONGITUD UNIPESAOAL LDA
 (511) 44 REABILITAÇÃO FÍSICA; TERAPIA OCUPACIONAL E REABILITAÇÃO; DESENVOLVIMENTO DE PROGRAMAS DE REABILITAÇÃO FÍSICA INDIVIDUAL; SERVIÇOS DE FISIOTERAPIA; SERVIÇOS DE ELETROTHERAPIA PARA FISIOTERAPIA; FISIOTERAPIA; ACONSELHAMENTO SOBRE NUTRIÇÃO; ACONSELHAMENTO EM DIETA E NUTRIÇÃO; CONSULTADORIA PROFISSIONAL RELATIVA A NUTRIÇÃO; ACONSELHAMENTO NO DOMÍNIO DA NUTRIÇÃO; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM NUTRIÇÃO; SERVIÇOS MÉDICOS; SERVIÇOS DE MÉDICOS; REALIZAÇÃO DE EXAMES MÉDICOS; SERVIÇOS MÉDICOS E SANITÁRIOS; SERVIÇOS DE CUIDADOS MÉDICOS.

(591)
 (540)

LONGITUD

(210) **736840** MNA
 (220) 2024.12.16
 (300)
 (730) PT METRIS - MÉTODOS DE RECOLHA E INVESTIGAÇÃO SOCIAL, S.A.

(511) 35 SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E PROMOCIONAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE PROMOÇÃO E DE MARKETING; ACONSELHAMENTO EM MATÉRIA DE ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL; ANÁLISE DECOMPORTAMENTO EMPRESARIAL; ANÁLISE DE EFEITO PUBLICITÁRIO E DE ESTUDOS DEMERCADO; ANÁLISES DE ESTUDOS DE MERCADO; ANÁLISES DE PREÇOS; ASSESSORIA DEGESTÃO; ASSESSORIA DE GESTÃO DE EMPRESAS; ASSESSORIA DE GESTÃO EM NEGÓCIOSDE EMPRESAS; ASSESSORIA RELACIONADA COM GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; ASSESSORIA EMPRESARIAL; ASSISTÊNCIA E ACONSELHAMENTO EM RELAÇÃO A GESTÃOEMPRESARIAL; ASSISTÊNCIA E ACONSELHAMENTO SOBRE ORGANIZAÇÃO E GESTÃOEMPRESARIAL; AVALIAÇÕES ESTATÍSTICAS DE DADOS DE MARKETING; COMPILAÇÃO DEDADOS ESTATÍSTICOS PARA FINS COMERCIAIS OU DE NEGÓCIOS; COMPILAÇÃO DE DADOSESTATÍSTICOS RELACIONADOS COM NEGÓCIOS COMERCIAIS; CONSULTADORIAESTRATÉGICA EMPRESARIAL; CONSULTORIA EM ESTUDOS DE MERCADO; CONSULTORIA EMPUBLICIDADE E MARKETING; SERVIÇOS DE CONSULTORIA, ACONSELHAMENTO EASSISTÊNCIA EM PUBLICIDADE, MARKETING E PROMOÇÃO; CONSULTORIA EMPRESARIAL; ELABORAÇÃO DE ESTUDOS DE MERCADO; ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS E ESTUDOS DEMERCADO; ESTUDOS DE ANÁLISE DE MERCADOS; ESTUDOS DE MERCADO; ESTUDOS DEMERCADO E ANÁLISE DE ESTUDOS DE MERCADO; ESTUDOS DE MERCADO REALIZADOSPOR TELEFONE; ESTUDOS DE MERCADO RELATIVOS A PREÇOS; FORNECIMENTO DEESTATÍSTICAS DE ESTUDOS DE MERCADO; PREPARAÇÃO DE ESTUDOS DE MERCADO; RELATÓRIOS E ESTUDOS DE MERCADO; DESENVOLVIMENTO DE ESTUDOS DE MERCADO; PESQUISAS DE MERCADO E ESTUDOS DE MARKETING; ESTUDOS DE PROJETOS PARANEGÓCIOS; ESTUDOS DE SONDAgens DE OPINIÃO DE MERCADO; REALIZAÇÃO DEESTUDOS DE MERCADO ENVOLVENDO SONDAgens DE OPINIÃO; ESTUDOS SOBREEFICIÊNCIA EMPRESARIAL; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COMVENDAS COMERCIAIS; GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; INFORMAÇÕES SOBREMARKETING; INVESTIGAÇÃO AO CONSUMIDOR; INVESTIGAÇÃO COMERCIAL; INVESTIGAÇÃOPUBLICITÁRIA; MARKETING; MEDIÇÃO DE SHARES DE AUDIÊNCIA DE EMISSÕESRADIOFÓNICAS E TELEVISIVAS; PESQUISA [INVESTIGAÇÃO] DE MERCADO; PRESTAÇÃO DEINFORMAÇÕES COMERCIAIS A PARTIR DE BASES DE DADOS ON-LINE; PUBLICIDADE EMARKETING; PUBLICITÁRIOS (PUBLICAÇÃO DE TEXTOS -); RECOLHA DE INFORMAÇÃOERELACIONADA COM ESTUDOS DE MERCADO; SERVIÇOS DE ANÁLISE DE PREÇOS; SERVIÇOSDE COMPARAÇÃO DE PREÇOS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EMPRESARIAL; SERVIÇOS DEINFORMAÇÃO SOBRE O MERCADO CONSUMIDOR; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DEMARKETING E DE PROMOÇÃO; TRATAMENTO DE DADOS PARA EMPRESAS; RECOLHA DEDADOS EM BASES DE DADOS INFORMÁTICAS..

42 PROGRAMAÇÃO DE SOFTWARE PARA ESTUDOS DE MERCADO..

(591)
(540)

METRIS

(210) **736844** MNA
(220) 2024.12.16
(300)
(730) **PT ANI - AGÊNCIA NACIONAL DE INOVAÇÃO, S.A.**
(511) 35 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO.
41 PUBLICAÇÃO, RELATO E REDAÇÃO DE TEXTOS.
42 SERVIÇOS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA; SERVIÇOS DE DESIGN.

(591)

(540)

IDEIAS QUE TRANSFORMAM

(210) **736845** MNA
(220) 2024.12.16
(300)
(730) **PT PURA FICÇÃO, UNIPessoal, LDA**
(511) 29 ÓLEOS E GORDURAS ALIMENTARES.
33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA).

(591)

(540)

ARGUMENTO

(210) **736852** MNA
(220) 2024.12.16
(300)
(730) **PT FERNANDES & HENRIQUES, LDA.**
(511) 29 AZEITE EXTRA VIRGEM; AZEITE VIRGEM EXTRA; AZEITE EXTRA VIRGEM PARA ALIMENTAÇÃO; AZEITE COMESTÍVEL.

(591)

(540)

LAGAR DE AZEITE ARRONCHES

(210) **736862** MNA
(220) 2024.12.14
(300)
(730) **PT JULIANA COSTA**
(511) 09 GRAVAÇÕES DE VÍDEO; GRAVADORES DE VÍDEO.
41 FOTOGRAFIA; FOTOGRAFIA AÉREA; GRAVAÇÃO DE VÍDEO; EDIÇÃO DE VÍDEO.
42 SERVIÇOS DE DESIGN DE LOGOTIPOS.
45 SERVIÇOS DE REDES SOCIAIS ONLINE.

(591)

(540)



PIXEL ARTE
PRODUCTION

(531) 27.5.22 ; 27.5.25 ; 27.99.1 ; 27.99.16

MEGA ÓMEGA EPA

(531) 25.5.94

(210) **736869** MNA
(220) 2024.12.16
(300)
(730) **PT SDG PHARMA, LDA.**
(511) 05 SUPLEMENTOS ALIMENTARES.
(591)
(540)

NEUROSMART

(531) 27.5.1

(210) **736864** MNA

(220) 2024.12.15

(300)

(730) **PT LINDA DIANA PEREIRA DINIS, UNIPESSOAL LIMITADA**

(511) 05 SUPLEMENTOS ALIMENTARES; SUPLEMENTOS ALIMENTARES ANTIOXIDANTES; BARRAS ALIMENTARES QUE SÃO SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS; SUPLEMENTOS ALIMENTARES NATURAIS CONSTITUÍDOS PRINCIPALMENTE À BASE DE VITAMINAS; SUPLEMENTOS ALIMENTARES NATURAIS PARA PESSOAS COM NECESSIDADES DIETÉTICAS ESPECIAIS; SUPLEMENTOS ALIMENTARES NATURAIS CONSTITUÍDOS PRINCIPALMENTE POR MINERAIS; SUPLEMENTOS PREBIÓTICOS; SUPLEMENTOS ANTIOXIDANTES; SUPLEMENTOS VITAMÍNICOS; SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS; SUPLEMENTOS DIETÉTICOS LÍQUIDOS; SUPLEMENTOS DIETÉTICOS; SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS LÍQUIDOS; SUPLEMENTOS VITAMÍNICOS LÍQUIDOS; SUPLEMENTOS DIETÉTICOS E NUTRICIONAIS.

(591) #9B81E2; #DDFF92

(540)



(531) 29.1.5

(210) **736872** MNA
(220) 2024.12.16
(300)
(730) **PT TRANSLORDELO - TRANSPORTES, UNIPESSOAL LDA**
(511) 39 SERVIÇOS DE LOGÍSTICA RELACIONADOS COM TRANSPORTE; TRANSPORTE; TRANSPORTE DE CONTENTORES; EXPEDIÇÃO DE MERCADORIAS; ENTREGA DE MERCADORIAS; TRANSPORTE DE MERCADORIAS.
(591) azul, verde
(540)



(531) 27.99.22 ; 27.99.24

(210) **736876** MNA

(220) 2024.12.16

(300)

(730) **PT CAVES ARCOS DO REI, LDA.**

(511) 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA); ESSÊNCIAS E EXTRATOS ALCOÓLICOS; BEBIDAS ALCOÓLICAS EXCETO CERVEJA; PREPARAÇÕES ALCOÓLICAS PARA FAZER BEBIDAS; PREPARAÇÕES PARA PRODUIR BEBIDAS ALCOÓLICAS.

(591)

(540)

SELECÇÃO VINHAS

(210) **736868** MNA

(220) 2024.12.16

(300)

(730) **PT SDG PHARMA, LDA.**

(511) 05 SUPLEMENTOS ALIMENTARES.

(591) Preto; Verde; Branco

(540)

(210) **736878** MNA
 (220) 2024.12.16
 (300)
 (730) **PT CATIA NOGUEIRA**
 (511) 25 CALÇADO; CHAPELARIA; VESTUÁRIO; PARTES DE VESTUÁRIO, CALÇADO E CHAPELARIA; ARTIGOS DE CHAPELARIA.
 (591)
 (540)

CUKU WORLD

(531) 2.1.15



(210) **736886** MNA
 (220) 2024.12.16
 (300)
 (730) **PT ÂNGELA MARGARIDA SOUSA RIBEIRO**
 (511) 14 PRODUTOS DE JOALHARIA; JÓIAS; ITENS DE JOALHARIA; ARTIGOS DE JOALHARIA; PEDRAS PRECIOSAS, PÉROLAS E METAIS PRECIOSOS, E SUAS IMITAÇÕES; ADORNOS CORPORAIS; ADEREÇOS [BIJUTARIA]; BOLSINHAS PARA JOIAS À MEDIDA; CAIXAS DE APRESENTAÇÃO PARA JOALHARIA; CAIXAS DE APRESENTAÇÃO PARA JOIAS; CAIXAS DE JOIAS.
 (591) FF569D
 (540)

WITH LOVE
Ângela Ribeiro

(531) 29.1.99

(210) **736903** MNA
 (220) 2024.12.17
 (300)
 (730) **PT ANTÓNIO LUIS OLIVEIRA FAMILY ESTATE LDA.**
 (511) 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA); ESSÊNCIAS E EXTRATOS ALCOÓLICOS; BEBIDAS ALCOÓLICAS EXCETO CERVEJA; PREPARAÇÕES ALCOÓLICAS PARA FAZER BEBIDAS; PREPARAÇÕES PARA PRODUZIR BEBIDAS ALCOÓLICAS.
 (591)
 (540)

(210) **736915** MNA
 (220) 2024.12.17
 (300)
 (730) **PT ASTROLABE - FABRICAÇÃO DE IMPLANTES MÉDICOS, LDA**
 (511) 10 DISPOSITIVO MÉDICO, NOMEADAMENTE PLACAS PARA OSTEOTOMIA DE CUNHA ABERTA DA TÍBIA.
 (591)
 (540)

Óthos

(531) 27.5.7 ; 27.5.9 ; 27.5.25 ; 27.99.15

(210) **736916** MNA
 (220) 2024.12.17
 (300)
 (730) **PT ASTROLABE - FABRICAÇÃO DE IMPLANTES MÉDICOS, LDA**
 (511) 10 DISPOSITIVOS MÉDICOS, NOMEADAMENTE A FORMA DE FIXAÇÃO RÍGIDA COM ÂNGULO VARIÁVEL ENTRE PLACA E PARAFUSO.
 (591)
 (540)

SmartFix

(531) 27.5.9 ; 27.5.25 ; 27.99.19

(210) **736917** MNA
 (220) 2024.12.17
 (300)
 (730) PT ASTROLABE - FABRICAÇÃO DE
IMPLANTES MÉDICOS, LDA
 (511) 10 DISPOSITIVOS MÉDICOS, NOMEADAMENTE A
 FORMA DE FIXAÇÃO RÍGIDA PERPENDICULAR
 ENTRE PLACA E PARAFUSO.
 (591)
 (540)

MultiFix

(531) 27.5.9 ; 27.5.25 ; 27.99.13

(210) **736918** MNA
 (220) 2024.12.17
 (300)
 (730) PT ASTROLABE - FABRICAÇÃO DE
IMPLANTES MÉDICOS, LDA
 (511) 10 DISPOSITIVO MÉDICO, NOMEADAMENTE PLACAS
 PARA TRAUMATOLOGIA.
 (591)
 (540)

LIV trauma

(531) 26.1.6 ; 26.1.18 ; 27.5.25

(210) **736919** MNA
 (220) 2024.12.17
 (300)
 (730) PT ASTROLABE - FABRICAÇÃO DE
IMPLANTES MÉDICOS, LDA
 (511) 10 DISPOSITIVO MÉDICO, NOMEADAMENTE PLACAS
 INTRAMEDULARES DE CORREÇÃO DE JOANETES.
 (591)
 (540)

Halluxsis

(531) 26.4.18 ; 27.5.9 ; 27.5.25

(210) **736920** MNA
 (220) 2024.12.17
 (300)
 (730) PT ASTROLABE - FABRICAÇÃO DE
IMPLANTES MÉDICOS, LDA

(511) 10 DISPOSITIVO MÉDICO, NOMEADAMENTE
 PARAFUSOS CANULADOS DE COMPRESSÃO
 OSSEA.

(591)
 (540)

AstroCAN

(531) 27.5.2 ; 27.5.9 ; 27.5.25

(210) **736922** MNA
 (220) 2024.12.17
 (300)
 (730) ES EXELTIS HEALTHCARE, S.L.
 (511) 05 PRODUTOS FARMACÊUTICOS, VETERINÁRIOS E
 HIGIÊNICOS; VITAMINAS, SUPLEMENTOS
 NUTRICIONAIS, SUPLEMENTOS ALIMENTARES
 MINERAIS, SUPLEMENTOS DIETÉTICOS PARA USO
 MÉDICO, SUPLEMENTOS DIETÉTICOS E
 NUTRICIONAIS.
 (591)
 (540)

GRAVIT LACTAÇÃO

(210) **736923** MNA
 (220) 2024.12.17
 (300)
 (730) PT ASTROLABE - FABRICAÇÃO DE
IMPLANTES MÉDICOS, LDA
 (511) 10 DISPOSITIVO MÉDICO, NOMEADAMENTE PLACAS
 DE RÁDIO VOLAR DISTAL.
 (591)
 (540)

Volar-e

(531) 26.1.18 ; 27.5.25 ; 27.99.5

(210) **736930** MNA
 (220) 2024.12.18
 (300)
 (730) PT TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE, S.A.
 (511) 41 CRIAÇÃO DE FORMATOS PARA PROGRAMAS DE
 TELEVISÃO; APRESENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE
 TELEVISÃO; MONTAGEM DE PROGRAMAS DE
 TELEVISÃO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE
 RÁDIO E DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO E
 PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO E DE
 RÁDIO; PRODUÇÃO DE ENTRETENIMENTO SOB A
 FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO;
 PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TELEVISÃO;

PRODUÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS PARA TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE FILMES DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO EDUCATIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO PARA TELEVISÃO E TELEVISÃO POR CABO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO EM TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO, DE FILMES E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÕES DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ESTÚDIO DE GRAVAÇÃO DE CINEMA, VÍDEO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE JORNALISMO; SERVIÇOS DE PROGRAMAÇÃO DE NOTÍCIAS PARA TRANSMISSÃO ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE REPORTAGENS DE INFORMAÇÃO; PRODUÇÃO DE PODCASTS; CRIAÇÃO [ESCRITA] DE PODCASTS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE PODCAST.

(591)
(540)

KID KANAL

(210) **736931** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) **PT TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE, S.A.**

(511) 41 CRIAÇÃO DE FORMATOS PARA PROGRAMAS DE TELEVISÃO; APRESENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; MONTAGEM DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO E PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; PRODUÇÃO DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS PARA TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE FILMES DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO EDUCATIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO PARA TELEVISÃO E TELEVISÃO POR CABO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO EM TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO, DE FILMES E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÕES DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ESTÚDIO DE GRAVAÇÃO DE CINEMA, VÍDEO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE JORNALISMO; SERVIÇOS DE PROGRAMAÇÃO DE NOTÍCIAS PARA TRANSMISSÃO ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE REPORTAGENS DE INFORMAÇÃO; PRODUÇÃO DE PODCASTS; CRIAÇÃO [ESCRITA] DE PODCASTS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE PODCAST.

(591)
(540)

AO MINUTO

(210) **736932** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) **PT TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE, S.A.**

(511) 41 CRIAÇÃO DE FORMATOS PARA PROGRAMAS DE TELEVISÃO; APRESENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; MONTAGEM DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO E PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; PRODUÇÃO DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS PARA TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE FILMES DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO EDUCATIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO PARA TELEVISÃO E TELEVISÃO POR CABO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO EM TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO, DE FILMES E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÕES DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ESTÚDIO DE GRAVAÇÃO DE CINEMA, VÍDEO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE JORNALISMO; SERVIÇOS DE PROGRAMAÇÃO DE NOTÍCIAS PARA TRANSMISSÃO ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE REPORTAGENS DE INFORMAÇÃO; PRODUÇÃO DE PODCASTS; CRIAÇÃO [ESCRITA] DE PODCASTS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE PODCAST.

(591)
(540)

TESOUROS DE PORTUGAL

(210) **736933** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) **PT TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE, S.A.**

(511) 41 CRIAÇÃO DE FORMATOS PARA PROGRAMAS DE TELEVISÃO; APRESENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; MONTAGEM DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO E PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; PRODUÇÃO DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS PARA TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE FILMES DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO EDUCATIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO PARA TELEVISÃO E TELEVISÃO POR CABO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO EM TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO, DE FILMES E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÕES DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ESTÚDIO DE GRAVAÇÃO DE CINEMA, VÍDEO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE JORNALISMO; SERVIÇOS DE PROGRAMAÇÃO DE NOTÍCIAS PARA TRANSMISSÃO ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE REPORTAGENS DE INFORMAÇÃO; PRODUÇÃO DE PODCASTS; CRIAÇÃO [ESCRITA] DE PODCASTS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE PODCAST.

(591)
(540)

SANTA BÁRBARA

(210) **736934** MNA

(220) 2024.12.18

(300)

(730) **PT TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE, S.A.**

(511) 41 CRIAÇÃO DE FORMATOS PARA PROGRAMAS DE TELEVISÃO; APRESENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; MONTAGEM DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO E PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; PRODUÇÃO DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS PARA TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE FILMES DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO EDUCATIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO PARA TELEVISÃO E TELEVISÃO POR CABO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO EM TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO, DE FILMES E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÕES DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ESTÚDIO DE GRAVAÇÃO DE CINEMA, VÍDEO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE JORNALISMO; SERVIÇOS DE PROGRAMAÇÃO DE NOTÍCIAS PARA TRANSMISSÃO ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE REPORTAGENS DE INFORMAÇÃO; PRODUÇÃO DE PODCASTS; CRIAÇÃO [ESCRITA] DE PODCASTS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE PODCAST.

(591)

(540)

INSIGHTS - IDEIAS CRIATIVAS

(210) **736935** MNA

(220) 2024.12.18

(300)

(730) **PT TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE, S.A.**

(511) 38 DIFUSÃO E TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; COMUNICAÇÃO DE INFORMAÇÃO POR TELEVISÃO; DIVULGAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO RETRANSMITIDOS POR SATÉLITE EXTRATERRESTRE; EMISSÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; TELEVISÃO (DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE -); SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO DE DADOS ATRAVÉS DE REDES DE TELECOMUNICAÇÕES; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES POR LINHA FIXA; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES PRESTADOS ATRAVÉS DE REDES DE FIBRA ÓTICA, SEM FIOS E POR CABO; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES FORNECIDOS ATRAVÉS DE PLATAFORMAS E PORTAIS NA INTERNET E OUTROS MEIOS; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES POR SATÉLITE; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES PRESTADOS ATRAVÉS DE PLATAFORMAS E PORTAIS NA INTERNET; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES, NOMEADAMENTE FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE REDE DE FIBRA ÓTICA; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES BASEADAS NA INTERNET;

SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES QUE UTILIZAM REDES CELULARES DE RÁDIO; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES POR FIBRA ÓTICA; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES ENTRE REDES INFORMÁTICAS; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES PARA O FORNECIMENTO DE ACESSO A BASES DE DADOS INFORMÁTICAS; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES AR-TERRA; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES EM REDES DIGITAIS; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES PARA A DISTRIBUIÇÃO DE DADOS; SERVIÇOS DE REDE DE TELECOMUNICAÇÕES; SERVIÇOS DE PORTAL DE TELECOMUNICAÇÕES; SERVIÇOS DE ENCAMINHAMENTO DE TELECOMUNICAÇÕES; SERVIÇOS DE ACESSO A TELECOMUNICAÇÕES; DISPONIBILIZAÇÃO DE ACESSO, POR MEIO DE TELECOMUNICAÇÕES, A CONTEÚDOS DE VÍDEO E ÁUDIO DISPONIBILIZADOS POR SERVIÇOS DE VÍDEO A PEDIDO ONLINE; DISPONIBILIZAÇÃO DE ACESSO, POR MEIO DE TELECOMUNICAÇÕES, A FILMES CINEMATOGRÁFICOS E PROGRAMAS TELEVISIVOS DISPONIBILIZADOS POR SERVIÇOS DE VÍDEO A PEDIDO; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES CELULARES; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES INTERATIVAS; DIFUSÃO E TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR CABO; DIFUSÃO E TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO PAGUE PARA VER; SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO CONTÍNUA DE VÍDEO, ÁUDIO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO DE TELEVISÃO PAGAR-PARA-VER; SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO DE RÁDIO, TELEVISÃO E CABO; TRANSMISSÃO DE DADOS INFORMATIZADOS ATRAVÉS DE TELEVISÃO; TRANSMISSÃO DE EMISSÕES DE TELEVISÃO; TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E TELEVISÃO; TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; TRANSMISSÃO SEM FIOS E DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; TRANSMISSÃO DE GUIAS INTERATIVOS DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; DIFUSÃO DE INFORMAÇÃO ATRAVÉS DA TELEVISÃO; DIFUSÃO DE INFORMAÇÃO FINANCEIRA POR TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E TELEVISÃO, TAMBÉM ATRAVÉS DE REDES DE CABO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO POR CABO OU POR REDES SEM FIOS; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR CABO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO RETRANSMITIDOS ATRAVÉS DE LIGAÇÃO POR CABO PARA RECETORES DE TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR INTERNET; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO VIA SERVIÇOS DE VÍDEO A PEDIDO E SERVIÇOS DE TELEVISÃO PAGAR PARA VER; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO POR CABO OU SEM FIO; PROGRAMAS DE TELEVISÃO (DIFUSÃO DE -); EMISSÃO DE IMAGENS CINEMATOGRÁFICAS POR TELEVISÃO; EMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR CABO; EMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; EMISSÃO DE TELEVISÃO POR CABO; SERVIÇOS DE EMISSÃO DE TELEVISÃO PAGAR-PARA-VER (PPV); SERVIÇOS DE EMISSÃO DE TELEVISÃO POR CABO; SERVIÇOS DE EMISSÃO DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; SERVIÇOS DE EMISSÃO DE TELEVISÃO; ALUGUER DE INSTALAÇÕES DE EMISSÃO DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; EMISSÃO DE PROGRAMAS POR TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS POR SATÉLITE; DISPONIBILIZAÇÃO DE CAPACIDADE DE SATÉLITE [TELECOMUNICAÇÕES]; EMISSÃO POR SATÉLITE; EMISSÕES TELEVISIVAS POR SATÉLITE; RETRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR SATÉLITES EXTRATERRESTRES; SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO POR SATÉLITE; SERVIÇOS DE

EMISSÃO POR SATÉLITE; SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO POR CABO E SATÉLITE; SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO POR SATÉLITE; TELECOMUNICAÇÕES ATRAVÉS DE TERMINAIS DE COMPUTADOR, VIA COMUNICAÇÕES TELEMÁTICAS, SATÉLITE, RÁDIO, TELÉGRAFO, TELEFONE; TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS E TELEVISIVOS ATRAVÉS DE SATÉLITE; STREAMING DE TELEVISÃO PELA INTERNET; TRANSMISSÃO DE PODCASTS; SERVIÇOS DE MÉDIA MÓVEL SOB A FORMA DE TRANSMISSÃO ELETRÓNICA DE CONTEÚDO DE MÉDIA DE ENTRETENIMENTO; TRANSMISSÃO DE FICHEIROS DIGITAIS; DIFUSÃO DE DE FICHEIROS MULTIMÉDIA.

- 41 CRIAÇÃO DE FORMATOS PARA PROGRAMAS DE TELEVISÃO; APRESENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; MONTAGEM DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO E PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; PRODUÇÃO DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS PARA TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE FILMES DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO EDUCATIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO PARA TELEVISÃO E TELEVISÃO POR CABO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO EM TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO, DE FILMES E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÕES DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ESTÚDIO DE GRAVAÇÃO DE CINEMA, VÍDEO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE JORNALISMO; SERVIÇOS DE PROGRAMAÇÃO DE NOTÍCIAS PARA TRANSMISSÃO ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE REPORTAGENS DE INFORMAÇÃO; PRODUÇÃO DE PODCASTS; CRIAÇÃO [ESCRITA] DE PODCASTS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE PODCAST.

(591)
(540)

TVI REALITY

- (210) **736936** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) **PT TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE, S.A.**
(511) 41 CRIAÇÃO DE FORMATOS PARA PROGRAMAS DE TELEVISÃO; APRESENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; MONTAGEM DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO E PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; PRODUÇÃO DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS PARA TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE FILMES DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO EDUCATIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO PARA TELEVISÃO E TELEVISÃO POR CABO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO EM TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO, DE FILMES E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE

TELEVISÃO; PRODUÇÕES DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ESTÚDIO DE GRAVAÇÃO DE CINEMA, VÍDEO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE JORNALISMO; SERVIÇOS DE PROGRAMAÇÃO DE NOTÍCIAS PARA TRANSMISSÃO ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE REPORTAGENS DE INFORMAÇÃO; PRODUÇÃO DE PODCASTS; CRIAÇÃO [ESCRITA] DE PODCASTS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE PODCAST.

(591)
(540)

MAIS BASTIDORES

- (210) **736937** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) **PT TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE, S.A.**
(511) 41 CRIAÇÃO DE FORMATOS PARA PROGRAMAS DE TELEVISÃO; APRESENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; MONTAGEM DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PREPARAÇÃO E PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; PRODUÇÃO DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS PARA TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE FILMES DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO EDUCATIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO PARA TELEVISÃO E TELEVISÃO POR CABO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO EM TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO, DE FILMES E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÕES DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ESTÚDIO DE GRAVAÇÃO DE CINEMA, VÍDEO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE JORNALISMO; SERVIÇOS DE PROGRAMAÇÃO DE NOTÍCIAS PARA TRANSMISSÃO ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE REPORTAGENS DE INFORMAÇÃO; PRODUÇÃO DE PODCASTS; CRIAÇÃO [ESCRITA] DE PODCASTS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE PODCAST.

(591)
(540)

CN CAMPEONATO NACIONAL

- (210) **736938** MNA
(220) 2024.12.15
(300)
(730) **PT SUSANA MARIA MENDES MONTEIRO**
(511) 35 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E PROMOIONAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE PROMOÇÃO E DE MARKETING; ACONSELHAMENTO NA ÁREA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS E MARKETING; AGÊNCIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS; AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE; AGENTES PUBLICITÁRIOS; ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS ONLINE; APOIO

COMERCIAL EM MATÉRIA DE IDENTIDADE CORPORATIVA; APRESENTAÇÃO DE COMPANHIAS ATRAVÉS DA INTERNET E DE OUTROS MEIOS DE COMUNICAÇÃO; APRESENTAÇÃO DE EMPRESAS E DE SEUS BENS E SERVIÇOS ATRAVÉS DA INTERNET; ASSESSORIA NO DOMÍNIO DA GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS E DE MARKETING; ASSISTÊNCIA A EMPRESAS RELACIONADA COM A IMAGEM COMERCIAL; ASSISTÊNCIA PARA A GESTÃO EM EMPRESAS COMERCIAIS NO QUE RESPEITA A PUBLICIDADE; ATUALIZAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS PARA TERCEIROS; COLOCAÇÃO DE PUBLICIDADE; COMPILAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS PARA UTILIZAÇÃO NA INTERNET; COMPILAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; COMPOSIÇÃO DE PÁGINAS PUBLICITÁRIAS; CONCEÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS; CRIAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; DESENVOLVIMENTO DE CAMPANHAS PROMOCIONAIS; DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIAS E CONCEITOS DE MARKETING; DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA OUTROS; DESENVOLVIMENTO DE PLANOS DE MARKETING; ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS DE MARKETING; ELABORAÇÃO DE ANÚNCIOS; ELABORAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; EXIBIÇÃO DE ANÚNCIOS PARA TERCEIROS; FORNECIMENTO DE ESPAÇO, TEMPO E MEIOS PUBLICITÁRIOS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES PUBLICITÁRIAS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES DE MARKETING EMPRESARIAL; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES DE MARKETING ATRAVÉS DE SITES WEB; FORNECIMENTO DE GUIAS DE PUBLICIDADE ONLINE PESQUISÁVEIS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES SOBRE MARKETING; FORNECIMENTO DE RELATÓRIOS DE MARKETING; GESTÃO PROMOCIONAL DE CELEBRIDADES; GESTÃO PROMOCIONAL DE PERSONALIDADES DO DESPORTO; INFORMAÇÕES SOBRE MARKETING; MARKETING; MARKETING AFILIADO; MARKETING ATRAVÉS DE COLOCAÇÃO DE PRODUTOS PARA TERCEIROS EM AMBIENTES VIRTUAIS; MARKETING COMERCIAL [SEM SER VENDA]; MARKETING DE INTERNET; MARKETING DE BASES DE DADOS; MARKETING DE INFLUENCIADOR; MARKETING DE PRODUTOS; MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS; MARKETING DE REFERÊNCIA; MARKETING DIGITAL; MARKETING DIRECIONADO; MARKETING DIRECIONADO PARA ALVOS ESPECÍFICOS; MARKETING DIRETO; MARKETING FINANCEIRO; MARKETING IMOBILIÁRIO; MARKETING PROMOCIONAL; MARKETING SOB A FORMA DE EVENTOS; MEDIAÇÃO DE PUBLICIDADE; NEGOCIAÇÃO DE CONTRATOS DE PUBLICIDADE; OPTIMIZAÇÃO DE MOTORES DE BUSCA; OPTIMIZAÇÃO DE TRÁFEGO DE WEBSITES; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES COM FINS PUBLICITÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE CONCURSOS COM FINS PUBLICITÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE LANÇAMENTOS DE PRODUTOS; ORGANIZAÇÃO DE PUBLICIDADE; ORGANIZAÇÃO DE PUBLICIDADE EM CINEMAS; ORGANIZAÇÃO E COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE EVENTOS PROMOCIONAIS DE MARKETING PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES PUBLICITÁRIAS; ORGANIZAÇÃO DE SORTEIOS DE PRÉMIOS PARA FINS PUBLICITÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE SORTEIOS DE PRÉMIOS PARA FINS PROMOCIONAIS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE EVENTOS DE MARKETING; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE EVENTOS PROMOCIONAIS; OPTIMIZAÇÃO DE MOTORES DE BUSCA PARA A

PROMOÇÃO DE SÍTIOS WEB DE TERCEIROS; OPTIMIZAÇÃO DE MOTORES DE BUSCA PARA PROMOÇÃO DE VENDAS; OTIMIZAÇÃO DE TRÁFEGO DE WEBSITES; PERFILAGEM DE CONSUMIDORES PARA FINS COMERCIAIS E PUBLICITÁRIOS; PESQUISA [INVESTIGAÇÃO] DE MARKETING; PESQUISA [INVESTIGAÇÃO] DE MERCADO; PLANEAMENTO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING; PREPARAÇÃO DE ANÚNCIOS; PREPARAÇÃO DE ANÚNCIOS PERSONALIZADOS PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; PREPARAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO DE APRESENTAÇÕES AUDIOVISUAIS PARA USO PUBLICITÁRIO; PREPARAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS; PREPARAÇÃO DE COLUNAS PUBLICITÁRIAS; PREPARAÇÃO DE CONTRATOS PUBLICITÁRIOS E PROMOCIONAIS PARA OUTROS; PREPARAÇÃO DE CONTRATOS PUBLICITÁRIOS PARA OUTROS; PREPARAÇÃO DE DOCUMENTOS PUBLICITÁRIOS; PREPARAÇÃO DE FOLHETOS PUBLICITÁRIOS; PREPARAÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL E DE MERCHANDISING PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL E MERCHANDISING PARA OS OUTROS; PREPARAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; PREPARAÇÃO DE PLANOS DE MARKETING; PREPARAÇÃO DE PUBLICAÇÕES PUBLICITÁRIAS; PREPARAÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS COMERCIAIS; PREPARAÇÃO E AFIXAÇÃO DE ANÚNCIOS EXTERIORES PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO E AFIXAÇÃO DE ANÚNCIOS PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO E COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; PREPARAÇÃO E CONCRETIZAÇÃO DE PLANOS E CONCEITOS DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DE PUBLICIDADE; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM MARKETING; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM PUBLICIDADE; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE; PROCURA DE PATROCÍNIOS; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS CINEMATOGRAFÍCIOS; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS INFORMATIVOS (INFOMERCIAIS); PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS RADIOFÓNICOS; PRODUÇÃO DE FILMES PUBLICITÁRIOS; PRODUÇÃO DE VÍDEOS, DISCOS DE VÍDEO DIGITAL E GRAVAÇÕES AUDIOVISUAIS PARA FINS PROMOCIONAIS; PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE ANÚNCIOS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PROMOÇÃO DE ACONTECIMENTOS ESPECIAIS; PROMOÇÃO DE CONCERTOS MUSICAIS; PROMOÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; PROMOÇÃO DE PRODUTOS ATRAVÉS DE INFLUENCIADORES; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DA INTERNET; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE ANÚNCIOS EM WEBSITES DA INTERNET; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS MEDIANTE A ANGARIAÇÃO DE PATROCINADORES QUE ASSOCIAM OS SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS A PROGRAMA DE PRÉMIOS; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE UM SISTEMA DE CARTÕES DE FIDELIZAÇÃO; PROMOÇÃO DE SALDOS; PROMOÇÃO DE VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS POR MEIO DE EVENTOS PROMOCIONAIS; PROMOÇÃO DE VENDA DE ARTIGOS DE MODA ATRAVÉS DE ARTIGOS PROMOCIONAIS EM REVISTAS; PROMOÇÃO DE VENDAS PARA TERCEIROS ATRAVÉS DE VÍDEOS CURTOS; PROMOÇÃO DE VENDAS USANDO A MEIOS AUDIOVISUAIS; PROMOÇÃO DOS BENS E SERVIÇOS DE TERCEIROS; PROMOÇÃO [PUBLICIDADE] DE VIAGENS;

PROMOÇÃO [PUBLICIDADE] DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; PROMOÇÃO [PUBLICIDADE] DE CONCERTOS; PROMOÇÃO, PUBLICIDADE E MARKETING DE PÁGINAS ONLINE; PROMOÇÃO, PUBLICIDADE E MARKETING EM WEBSITES; PUBLICAÇÃO DE FOLHETOS PUBLICITÁRIOS; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO PARA FINS DE PUBLICIDADE; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO PARA FINS DE PUBLICIDADE EM FORMATO ELECTRÓNICO; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO ON-LINE; PUBLICAÇÃO DE MATÉRIAS E TEXTOS PUBLICITÁRIOS; PUBLICAÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS; PUBLICAÇÃO E ATUALIZAÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS; PUBLICAÇÃO ELETRÓNICA DE MATERIAL IMPRESSO PARA FINS PUBLICITÁRIOS; PUBLICIDADE; PUBLICIDADE ATRAVÉS DE MEIOS ELETRÓNICOS E ESPECIFICAMENTE PELA INTERNET; PUBLICIDADE DE CINEMAS; PUBLICIDADE DE PRODUTOS DE OUTROS VENDEDORES, PERMITINDO AOS CLIENTES VER E COMPARAR CONVENIENTEMENTE OS PRODUTOS DESSES VENDEDORES; PUBLICIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE VENDEDORES ON-LINE ATRAVÉS DE UM GUIA PESQUISÁVEL ON-LINE; PUBLICIDADE DE WEBSITES COMERCIAIS; PUBLICIDADE E ANÚNCIOS NA RÁDIO; PUBLICIDADE E MARKETING; PUBLICIDADE EM IMPRENSA POPULAR E PROFISSIONAL; PUBLICIDADE EM LINHA EM REDES DE COMUNICAÇÕES INFORMÁTICAS; PUBLICIDADE EM PAINÉIS ELETRÓNICOS; PUBLICIDADE EM PARTICULAR SERVIÇOS DE PROMOÇÃO DE PRODUTOS; PUBLICIDADE EM PERIÓDICOS, BROCHURAS E JORNAIS; PUBLICIDADE EM REVISTAS; PUBLICIDADE EXTERIOR; PUBLICIDADE NA ÁREA DE TURISMO E VIAGENS; PUBLICIDADE NO CINEMA; PUBLICIDADE ONLINE NUMA REDE INFORMÁTICA; PUBLICIDADE, INCLUINDO PUBLICIDADE ONLINE EM REDES INFORMÁTICAS; PUBLICIDADE ONLINE POR VIA DE REDES DE COMUNICAÇÕES INFORMÁTICAS; PUBLICIDADE PARA TERCEIROS NA INTERNET; PUBLICIDADE PELA TELEVISÃO; PUBLICIDADE POR BANNERS; PUBLICIDADE POR MARKETING DIRETO; PUBLICITÁRIOS (PUBLICAÇÃO DE TEXTOS -); REALIZAÇÃO DE FILMES PUBLICITÁRIOS; RECOLHA DE INFORMAÇÃO RELACIONADA COM PUBLICIDADE; REDAÇÃO DE ARGUMENTOS PARA FINS PUBLICITÁRIOS; REDAÇÃO DE GUIÕES PARA USO PUBLICITÁRIO; REDAÇÃO DE PUBLICIDADE; REDAÇÃO DE TEXTOS PARA FINS PUBLICITÁRIOS E PROMOCIONAIS; REDAÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS; RELAÇÕES PÚBLICAS; REPRODUÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE MARKETING; SERVIÇOS DE CONSULTORIA, ACONSELHAMENTO E ASSISTÊNCIA EM PUBLICIDADE, MARKETING E PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS PUBLICITÁRIAS; SERVIÇOS DE ANÚNCIOS CLASSIFICADOS; SERVIÇOS DE ANÚNCIOS PARA FINS DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE ESPAÇOS EM MEIOS DE COMUNICAÇÃO; SERVIÇOS DE CRIAÇÃO DE MARCAS; SERVIÇOS DE CRIAÇÃO DE MARCAS (PUBLICIDADE E PROMOÇÃO); SERVIÇOS DE FEIRAS E EXPOSIÇÕES COMERCIAIS; SERVIÇOS DE DESENVOLVIMENTO DE PLANOS DE MARKETING CRIATIVOS; SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO PRESTADOS POR BLOGGERS; SERVIÇOS DE ESTRATÉGIA DA MARCA; SERVIÇOS DE FRANCHISING RELACIONADOS COM A PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA EM MATÉRIA DE MARKETING; SERVIÇOS DE GERAÇÃO DE LEADS; SERVIÇOS DE

GESTÃO DE COMUNIDADES EM LINHA; SERVIÇOS DE IDENTIDADE DE EMPRESAS; SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO RELACIONADOS COM PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE LANÇAMENTO DE PRODUTOS; SERVIÇOS DE MARKETING; SERVIÇOS DE MARKETING AFILIADO; SERVIÇOS DE MARKETING DE INTERNET; SERVIÇOS DE MARKETING DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE MARKETING DE REFERÊNCIA; SERVIÇOS DE MARKETING DIRETO; SERVIÇOS DE MARKETING EM MOTORES DE BUSCA; SERVIÇOS DE MARKETING EMPRESARIAL; SERVIÇOS DE MARKETING NO DOMÍNIO DA OTIMIZAÇÃO DE TRÁFEGO DE WEBSITES; SERVIÇOS DE MARKETING PRESTADOS POR MEIO DE REDES DIGITAIS; SERVIÇOS DE MARKETING PROMOCIONAL, ATRAVÉS DE MEIOS AUDIOVISUAIS; SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO, INCENTIVO E OFERTA; SERVIÇOS DE PLANEAMENTO PARA PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE POSICIONAMENTO DE MARCAS; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO COMERCIAL; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO DE NEGÓCIOS FORNECIDOS ATRAVÉS DE MEIOS AUDIOVISUAIS; SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE POR TELEVISÃO, RÁDIO E MAIL; SERVIÇOS DE PUBLICAÇÃO DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE PUBLICAÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DIGITAL; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROMOCIONAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DE PROMOÇÃO DE VENDAS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING FORNECIDOS ATRAVÉS DE BLOGUES; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING FORNECIDOS ATRAVÉS DE CANAIS DE COMUNICAÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING PRESTADOS ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE FORNECIDOS ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE GRÁFICA; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE NA IMPRENSA; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE IDENTIDADE DE MARCA PARA TERCEIROS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A CRIAÇÃO DE IDENTIDADE CORPORATIVA E DE MARCA; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA OUTROS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE DE RÁDIO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PROMOCIONAL; SERVIÇOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE RELACIONADOS COM PRODUTOS DE IMAGEM IN VIVO; SERVIÇOS DE REDACTORES PARA FINS PUBLICITÁRIOS; SERVIÇOS PROMOCIONAIS E DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS ATRAVÉS DE PPC (PAY-PER-CLICK); SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS E PROMOCIONAIS E CONSULTADORIA ASSOCIADA; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS RELACIONADOS COM HOTÉIS; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS, PROMOCIONAIS E DE RELAÇÕES PÚBLICAS; SERVIÇOS RELACIONADOS COM A APRESENTAÇÃO DE PRODUTOS AO PÚBLICO.

41 ORGANIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS, EXPOSIÇÕES E COMPETIÇÕES; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS; ORGANIZAÇÃO DE FESTAS; ORGANIZAÇÃO DE WEBINARS (SEMINÁRIOS ONLINE); ORGANIZAÇÃO DE GALAS; ORGANIZAÇÃO E APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS; PLANEAMENTO DE ESPETÁCULOS; PLANEAMENTO DE FESTAS; PREPARAÇÃO DE TEXTOS PARA PUBLICAÇÃO;

PRODUÇÃO DE ÁUDIO, VÍDEO E MULTIMÉDIA, E FOTOGRAFIA; REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE ENTRETENIMENTO; REPORTAGENS FOTOGRÁFICAS; REALIZAÇÃO DE CERIMÓNIAS PARA FINS DE ENTRETENIMENTO; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM DIVERTIMENTO; SERVIÇOS DE DIVERTIMENTO; SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO; SERVIÇOS DE DIVERTIMENTO, EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO; SERVIÇOS DE FORMAÇÃO E ENSINO; SERVIÇOS DE FORMAÇÃO E ENSINO; SERVIÇOS DE JORNALISMO; WORKSHOPS PARA FINS CULTURAIS; WORKSHOPS PARA FINS RECREATIVOS.

(591)
(540)

FOLLOW, COMUNICAÇÃO E MARKETING

(210) **736939** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) PT MARIA DA GRAÇA CORREIA ESTEVES
(511) 29 AZEITE VIRGEM EXTRA.
(591)
(540)

QUINTA DA RIBEIRA PEQUENA

(210) **736967** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) US DAVIDE DIAS SARMENTO
(511) 33 VINHOS.
(591)
(540)

CONDE REAL

(210) **736971** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) PT MARIA DO CÉU DE VASCONCELOS
CORREIA
(511) 44 SERVIÇOS DE CUIDADOS DE SAÚDE PARA PESSOAS; SERVIÇOS DE HIGIENE CORPORAL E DE BELEZA PARA PESSOAS; SERVIÇOS PARA CUIDADOS DE HIGIENE PESSOAL E DE BELEZA PARA PESSOAS.
(591)
(540)

KENOR

(210) **736973** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) PT MARIA DO CÉU DE VASCONCELOS
CORREIA
(511) 44 SERVIÇOS DE CUIDADOS DE SAÚDE PARA PESSOAS; SERVIÇOS DE HIGIENE CORPORAL E DE BELEZA PARA PESSOAS; SERVIÇOS PARA CUIDADOS DE HIGIENE PESSOAL E DE BELEZA PARA PESSOAS.
(591)
(540)

NOBIS

(210) **736976** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) US DAVIDE DIAS SARMENTO
(511) 33 VINHO.
(591)
(540)

BELISCO

(210) **736988** MNA
(220) 2024.12.18
(300)
(730) PT TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE, S.A.
(511) 09 APARELHOS DE EMISSÃO DO SOM, DADOS OU IMAGENS; APARELHOS DE REGISTO DE SOM E IMAGEM; APARELHOS PARA A REPRODUÇÃO DO SOM; APARELHOS PARA A GRAVAÇÃO DE SOM; APARELHOS PARA A TRANSMISSÃO DE SOM; APARELHOS PORTÁTEIS PARA REPRODUÇÃO DE SOM; APARELHOS PORTÁTEIS PARA GRAVAÇÃO DE SOM; APARELHOS DE TRANSMISSÃO DE IMAGENS; APARELHOS PARA A REPRODUÇÃO DE IMAGENS; APARELHOS PARA GRAVAÇÃO DE IMAGENS; SUPORTES DE REGISTO MAGNÉTICO, DISCOS ACÚSTICOS; SUPORTES ELETRÓNICOS DE REGISTO MAGNÉTICO; EQUIPAMENTO PARA O TRATAMENTO DE INFORMAÇÃO; UNIDADES MAGNÉTICAS DE DISCOS RÍGIDOS; DISCOS DE ARMAZENAMENTO DE DADOS; DISPOSITIVO DE ARMAZENAMENTO DE DADOS AMOVÍVEL [MEMÓRIA USB FLASH DRIVES]; DISPOSITIVOS PARA ARMAZENAMENTO DE DADOS; SUPORTES DE ARMAZENAMENTO DE DADOS; UNIDADES DE ARMAZENAMENTO DE DADOS ÓTICOS; CD-ROM; LIVROS ELECTRÓNICOS; LIVROS GRAVADOS EM DISCO; CASSETES DE ÁUDIO; CASSETES DE VÍDEO; CASSETES PRÉ-GRAVADAS; FITAS DE CASSETES GRAVADAS; CD-I DISCOS COMPACTOS INTERATIVOS PRÉ-GRAVADOS; DISCOS ACÚSTICOS; DISCOS ACÚSTICOS MAGNÉTICOS; DISCOS AUDIODIGITAIS; DISCOS COMPACTOS; DISCOS COMPACTOS [ÁUDIO E VÍDEO]; DISCOS COMPACTOS COM MÚSICA; DISCOS COMPACTOS DE ÁUDIO; DISCOS COMPACTOS DE DADOS; DISCOS COMPACTOS DE MÚSICA PRÉ-GRAVADOS; DISCOS COMPACTOS DE VÍDEO; DISCOS

COMPACTOS DE VÍDEOS PRÉ-GRAVADOS; DISCOS COMPACTOS GRAVADOS; DISCOS COMPACTOS PRÉ-GRAVADOS CONTENDO JOGOS; DISCOS COMPACTOS PRÉ-GRAVADOS; DISCOS DE ÁUDIO; DISCOS DE GRAVAÇÃO; DISCOS DE JOGOS DE COMPUTADOR; DISCOS DE LASER PRÉ-GRAVADOS; DISCOS DE MEMÓRIA SOMENTE DE LEITURA [ROM]; DISCOS DE REGISTOS SONOROS; DISCOS DE SOM; DISCOS DE VÍDEO; DISCOS DE VÍDEO GRAVADOS COM DESENHOS ANIMADOS; DISCOS DE VÍDEO PRÉ-GRAVADOS; DISCOS DE VIDEOJOGOS; DISCOS DE VINIL; DISCOS FLEXÍVEIS (DISQUETES); DISCOS GRAVADOS COM IMAGENS; DISCOS GRAVADOS COM SONS; DISCOS HOLOGRÁFICOS; DISCOS LASER; DISCOS LASER PARA USAR NO ARMAZENAMENTO DE MÚSICA; DISCOS LASER PRÉ-GRAVADOS CONTENDO JOGOS; DISCOS LASER PRÉ-GRAVADOS CONTENDO MÚSICA; DISCOS LEGÍVEIS POR LASER; DISCOS LP; DISCOS MAGNÉTICOS; DISCOS MAGNETO-ÓTICOS; DISCOS ÓTICOS; DISCOS ÓTICOS COM GRAVAÇÕES DE MÚSICA; DISCOS ÓTICOS COMPACTOS; DISCOS ÓTICOS CONTENDO GRAVAÇÕES ÁUDIO; DISCOS PRÉ-GRAVADOS; DISCOS [REGISTOS SONOROS]; DISCOS RÍGIDOS MAGNÉTICOS; DISCOS VIRGENS PARA GRAVAÇÃO; JOGOS DE VÍDEO EM DISCO [SOFTWARE INFORMÁTICO]; DIAPOSITIVOS; CARTÕES COM DADOS GRAVADOS ELETRONICAMENTE; CARTÕES DE MEMÓRIA; CARTÕES DE MEMÓRIA COM CIRCUITO INTEGRADO PARA TOCAR INSTRUMENTOS MUSICAIS ELETRÔNICOS; CARTÕES DE MEMÓRIA COM CIRCUITO INTEGRADO CI; CARTÕES DE LEITURA ÓTICA; CARTÕES DE MEMÓRIA FLASH; CARTÕES DE MEMÓRIA SD [SECURE DIGITAL]; CARTÕES DE MEMÓRIA SOMENTE DE LEITURA [ROM]; CARTÕES MAGNÉTICOS PARA O REGISTO DE DADOS; CARTÕES ELETRÔNICOS PARA O PROCESSAMENTO DE IMAGENS; SUPORTES DE DADOS MAGNÉTICOS; SUPORTES MAGNÉTICOS DE PROGRAMAS; SUPORTES DE REGISTOS (DADOS) MAGNÉTICOS VIRGENS; SUPORTES DE DADOS MAGNÉTICOS PRÉ-GRAVADOS; SUPORTES DE DADOS MAGNÉTICOS CONTENDO PROGRAMAS GRAVADOS PARA COMPUTADORES; CARTÕES DE MEMÓRIA FLASH PREGRAVADOS; SUPORTES DE INFORMAÇÃO [CODIFICADOS OU MAGNÉTICOS]; PROGRAMAS DE COMPUTADOR; PROGRAMAS DE COMPUTADOR ARMAZENADOS EM FORMATO DIGITAL; PROGRAMAS DE COMPUTADOR GRAVADOS; PROGRAMAS DE COMPUTADOR LEGÍVEIS POR MÁQUINA PARA USO NA REPRODUÇÃO DE MÚSICA; PROGRAMAS DE COMPUTADOR MULTIMÉDIA INTERATIVOS; JOGOS DE VÍDEO [JOGOS DE COMPUTADOR] SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE COMPUTADOR GRAVADOS EM SUPORTES DE DADOS; PROGRAMAS DE COMPUTADOR PARA JOGOS; SOFTWARE [PROGRAMAS DE COMPUTADOR GRAVADOS]; PROGRAMAS DE JOGOS DE COMPUTADOR GRAVADOS EM CASSETES [SOFTWARE]; PROGRAMAS DE JOGOS DE COMPUTADOR GRAVADOS; PROGRAMAS DE COMPUTADOR PARA JOGOS PRÉ-GRAVADOS; PROJETORES DE ECRÃS DE CRISTAIS LÍQUIDOS; TELEVISÕES; TELEVISÕES DE MONITOR DE CRISTAL LÍQUIDO (LCD); TELEVISÕES DE PLASMA; TELEVISÕES DIGITAIS; TELEVISÕES UHD (ULTRA ALTA DEFINIÇÃO); TELEVISÕES POR PROTOCOLO INTERNET; DISPOSITIVOS SENSORES DIGITAIS; APARELHOS ÓTICOS E DIGITAIS DE TRANSMISSÃO; SCANNERS; SCANNERS DE DIGITALIZAÇÃO; SCANNERS DE IMAGEM; SCANNERS DE LUMINESCÊNCIA; SCANNERS ELETRÔNICOS; APARELHOS AUDIOVISUAIS; DISPOSITIVOS DE RECONHECIMENTO DE VOZ;

EQUIPAMENTO PARA RECONHECIMENTO DE VOZ; SISTEMAS BIOMÉTRICOS DE RECONHECIMENTO DE VOZ; SOFTWARE DE RECONHECIMENTO DE VOZ; APARELHOS PARA O RECONHECIMENTO ÓTICO DE CARACTERES; INSTRUMENTOS PARA RECONHECIMENTO DE CARACTERES; SOFTWARE PARA O RECONHECIMENTO DE CARACTERES ÓTICOS; APARELHOS DE TELEVISÃO; CÂMARAS DE TELEVISÃO; CÂMARAS DE VÍDEO; CÂMARAS DIGITAIS; ANTENAS; IMPRESSORAS DE VÍDEO; APARELHOS DE MEDIÇÃO; PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS DESCARREGÁVEIS; PUBLICAÇÕES DESCARREGÁVEIS; PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS DESCARREGÁVEIS RELATIVAS A JOGOS E JOGOS DE AZAR; PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS GRAVADAS EM SUPORTES INFORMÁTICOS; PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS PARA DOWNLOAD SOB A FORMA DE REVISTAS; PUBLICAÇÕES EM FORMATO ELETRÔNICO PARA DOWNLOAD; PUBLICAÇÕES SEMANAIS DESCARREGADAS EM FORMATO ELETRÔNICO DA INTERNET; CONTEÚDOS DE MÉDIA; CONTEÚDOS GRAVADOS E DESCARREGÁVEIS; FICHEIROS DE IMAGEM DESCARREGÁVEIS; FICHEIROS DE MÚSICA DESCARREGÁVEIS; FICHEIROS DE VÍDEO PARA DOWNLOAD..

16 ARTIGOS DE PAPELARIA; ARTIGOS DE PAPELARIA IMPRESSOS; ARTIGOS DE PAPELARIA EM PAPEL; CARTÕES DE ANUNCIAÇÃO [ARTIGOS DE PAPELARIA]; CARTAZES EM PAPEL OU EM CARTÃO; CARTAZES DE PAPEL; DOSSIERS [PAPELARIA]; ENVELOPES [PAPELARIA]; LIVROS DE BOLSO [PAPELARIA]; LETREIROS PUBLICITÁRIOS EM PAPEL OU EM CARTÃO; PAINÉIS PUBLICITÁRIOS IMPRESSOS EM PAPEL; PAPEL; CARTÃO; PRODUTOS DE IMPRESSÃO; ARTIGOS PARA ENCADERNAÇÃO DE LIVROS E PAPÉIS; FOTOGRAFIAS AUTOGRAFADAS; FOTOGRAFIAS EMOLDURADAS E NÃO EMOLDURADAS; FOTOGRAFIAS IMPRESSAS; FOTOGRAFIAS SEM E COM MOLDURA; PAPELARIA; ADESIVOS (MATÉRIAS COLANTES) PARA PAPELARIA; ADESIVOS [MATÉRIAS COLANTES] PARA PAPELARIA OU PARA USO DOMÉSTICO; MOLDES PARA MODELAGEM DE ARGILAS [MATERIAL PARA ARTISTAS]; BROCHAS [PINCÉIS]; PINCÉIS DE DESENHO; PINCÉIS PARA ARTISTAS; PINCÉIS DE PINTURA PARA ARTISTAS; MÁQUINAS DE ESCREVER; ARTIGOS PARA ESCRITÓRIO [COM EXCEÇÃO DE MÓVEIS]; MATERIAL DE INSTRUÇÃO E DE ENSINO (EXCETO APARELHOS); MATÉRIAS PLÁSTICAS PARA EMBALAGEM; CARACTERES DE IMPRESSÃO; CLICHÉS (ESTEREÓTIPOS)..

35 PLANEAMENTO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING; SERVIÇOS DE PLANEAMENTO PARA ESTUDOS DE MARKETING; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DA DISTRIBUIÇÃO DE CARTÕES DE DESCONTO; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DA INTERNET; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE REDES INFORMÁTICAS E DE COMUNICAÇÕES; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS MEDIANTE A ANGARIAÇÃO DE PATROCINADORES QUE ASSOCIAM OS SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS A PROGRAMA DE PRÉMIOS; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DA DISTRIBUIÇÃO DE CUPÕES; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE UMA REDE INFORMÁTICA MUNDIAL; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS POR MEIO DE UM PROGRAMA DE CLIENTES PREFERENCIAIS; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE UM SISTEMA DE CARTÕES DE FIDELIZAÇÃO; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE

TERCEIROS ATRAVÉS DE PROGRAMAS DE CARTÕES DE DESCONTO; PUBLICIDADE EM PARTICULAR SERVIÇOS DE PROMOÇÃO DE PRODUTOS; FORNECIMENTO DE ESPAÇOS EM SÍTIOS WEB PARA PUBLICIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS; PUBLICIDADE DE PRODUTOS DE OUTROS VENDEDORES, PERMITINDO AOS CLIENTES VER E COMPARAR CONVENIENTEMENTE OS PRODUTOS DESSES VENDEDORES; PUBLICIDADE, INCLUINDO A PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE ACORDOS COM PATROCINADORES E ACORDOS DE LICENCIAMENTO RELACIONADOS COM EVENTOS DESPORTIVOS INTERNACIONAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE RELATIVOS A VENDA DE PRODUTOS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A PROMOÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO; SERVIÇOS DE VENDA RETALHISTA ATRAVÉS DE REDES INFORMÁTICAS MUNDIAIS RELACIONADOS COM PRODUTOS ALIMENTARES; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING PRESTADOS ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS; ADMINISTRAÇÃO DE PROGRAMAS DE RECOMPENSAS DE FIDELIZAÇÃO APRESENTANDO SELOS (CUPÕES) COMERCIAIS; ADMINISTRAÇÃO DE PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO QUE ENVOLVEM DESCONTOS OU INCENTIVOS; GESTÃO DE PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO DE CONSUMIDORES; ORGANIZAÇÃO DE PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES PARA FINS COMERCIAIS, PROMOCIONAIS OU PUBLICITÁRIOS; ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES SOBRE MERCADOS; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EXTERNOS QUE CONSISTE EM ORGANIZAR A AQUISIÇÃO DE PRODUTOS POR CONTA DE TERCEIROS; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE CUPÕES PARA OUTROS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA E CONSULTORIA RELACIONADOS COM A AQUISIÇÃO DE BENS PARA TERCEIROS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA RELACIONADOS COM A AQUISIÇÃO DE BENS E SERVIÇOS; LICITAÇÕES ONLINE PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS PARA OUTROS ATRAVÉS DE LOJAS ONLINE; PUBLICIDADE, INCLUINDO PUBLICIDADE ONLINE EM REDES INFORMÁTICAS; PUBLICIDADE ONLINE POR VIA DE REDES DE COMUNICAÇÕES INFORMÁTICAS; SERVIÇOS INFORMATIZADOS ONLINE DE ORDENS DE COMPRA; PLANEAMENTO DE REUNIÕES DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES E SERVIÇOS DE CONSULTORIA RELACIONADOS COM E-COMMERCE; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES DE MARKETING EMPRESARIAL; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES DE MARKETING ATRAVÉS DE SITES WEB; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE NEGÓCIOS COMERCIAIS POR MEIO DE UMA BASE DE DADOS INFORMÁTICA; SERVIÇOS DE PESQUISAS E INFORMAÇÕES COMERCIAIS; SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES E ACONSELHAMENTO SOBRE TARIFAS; SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES COMERCIAIS INFORMATIZADAS; SERVIÇOS DE INTERMEDIACÃO E ASSESSORIA DE NEGÓCIOS NO DOMÍNIO DA VENDA DE PRODUTOS E DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS; GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; ADMINISTRAÇÃO COMERCIAL; PUBLICIDADE E MARKETING; ELABORAÇÃO DE ESTUDOS DE MERCADO; SONDA GENS DE OPINIÃO..

38 DIFUSÃO E TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; COMUNICAÇÃO DE INFORMAÇÃO POR TELEVISÃO; DIVULGAÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO RETRANSMITIDOS POR SATÉLITE EXTRATERRESTRE; EMISSÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; TELEVISÃO (DIFUSÃO DE

PROGRAMAS DE -); SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO DE DADOS ATRAVÉS DE REDES DE TELECOMUNICAÇÕES; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES POR LINHA FIXA; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES PRESTADOS ATRAVÉS DE REDES DE FIBRA ÓTICA, SEM FIOS E POR CABO; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES FORNECIDOS ATRAVÉS DE PLATAFORMAS E PORTAIS NA INTERNET E OUTROS MEIOS; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES POR SATÉLITE; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES PRESTADOS ATRAVÉS DE PLATAFORMAS E PORTAIS NA INTERNET; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES, NOMEADAMENTE FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE REDE DE FIBRA ÓTICA; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES BASEADAS NA INTERNET; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES QUE UTILIZAM REDES CELULARES DE RÁDIO; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES POR FIBRA ÓTICA; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES ENTRE REDES INFORMÁTICAS; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES PARA O FORNECIMENTO DE ACESSO A BASES DE DADOS INFORMÁTICAS; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES AR-TERRA; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES EM REDES DIGITAIS; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES PARA A DISTRIBUIÇÃO DE DADOS; SERVIÇOS DE REDE DE TELECOMUNICAÇÕES; SERVIÇOS DE PORTAL DE TELECOMUNICAÇÕES; SERVIÇOS DE ENCAMINHAMENTO DE TELECOMUNICAÇÕES; SERVIÇOS DE ACESSO A TELECOMUNICAÇÕES; DISPONIBILIZAÇÃO DE ACESSO, POR MEIO DE TELECOMUNICAÇÕES, A CONTEÚDOS DE VÍDEO E ÁUDIO DISPONIBILIZADOS POR SERVIÇOS DE VÍDEO A PEDIDO ONLINE; DISPONIBILIZAÇÃO DE ACESSO, POR MEIO DE TELECOMUNICAÇÕES, A FILMES CINEMATOGRÁFICOS E PROGRAMAS TELEVISIVOS DISPONIBILIZADOS POR SERVIÇOS DE VÍDEO A PEDIDO; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES CELULARES; SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES INTERATIVAS; DIFUSÃO E TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR CABO; DIFUSÃO E TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO PAGUE PARA VER; SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO CONTÍNUA DE VÍDEO, ÁUDIO E TELEVISÃO; SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO DE TELEVISÃO PAGAR-PARA-VER; SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO DE RÁDIO, TELEVISÃO E CABO; TRANSMISSÃO DE DADOS INFORMATIZADOS ATRAVÉS DE TELEVISÃO; TRANSMISSÃO DE EMISSÕES DE TELEVISÃO; TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E TELEVISÃO; TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; TRANSMISSÃO SEM FIOS E DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; TRANSMISSÃO DE GUIAS INTERATIVOS DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; DIFUSÃO DE INFORMAÇÃO ATRAVÉS DA TELEVISÃO; DIFUSÃO DE INFORMAÇÃO FINANCEIRA POR TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E TELEVISÃO, TAMBÉM ATRAVÉS DE REDES DE CABO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO POR CABO OU POR REDES SEM FIOS; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR CABO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO RETRANSMITIDOS ATRAVÉS DE LIGAÇÃO POR CABO PARA RECETORES DE TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR INTERNET; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO VIA SERVIÇOS DE VÍDEO A PEDIDO E SERVIÇOS DE TELEVISÃO PAGAR PARA VER; DIFUSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO POR CABO OU SEM FIO; PROGRAMAS DE TELEVISÃO (DIFUSÃO DE -); EMISSÃO DE IMAGENS CINEMATOGRÁFICAS POR TELEVISÃO; EMISSÃO

DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR CABO; EMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; EMISSÃO DE TELEVISÃO POR CABO; SERVIÇOS DE EMISSÃO DE TELEVISÃO PAGAR-PARA-VER (PPV); SERVIÇOS DE EMISSÃO DE TELEVISÃO POR CABO; SERVIÇOS DE EMISSÃO DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; SERVIÇOS DE EMISSÃO DE TELEVISÃO; ALUGUER DE INSTALAÇÕES DE EMISSÃO DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; EMISSÃO DE PROGRAMAS POR TELEVISÃO; DIFUSÃO DE PROGRAMAS POR SATÉLITE; DISPONIBILIZAÇÃO DE CAPACIDADE DE SATÉLITE [TELECOMUNICAÇÕES]; EMISSÃO POR SATÉLITE; EMISSÕES TELEVISIVAS POR SATÉLITE; RETRANSMISSÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO POR SATÉLITES EXTRATERRESTRES; SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO POR SATÉLITE; SERVIÇOS DE EMISSÃO POR SATÉLITE; SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO POR CABO E SATÉLITE; SERVIÇOS DE TRANSMISSÃO POR SATÉLITE; TELECOMUNICAÇÕES ATRAVÉS DE TERMINAIS DE COMPUTADOR, VIA COMUNICAÇÕES TELEMÁTICAS, SATÉLITE, RÁDIO, TELÉGRAFO, TELEFONE; TRANSMISSÃO DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS E TELEVISIVOS ATRAVÉS DE SATÉLITE; STREAMING DE TELEVISÃO PELA INTERNET; TRANSMISSÃO DE PODCASTS; SERVIÇOS DE MÉDIA MÓVEL SOB A FORMA DE TRANSMISSÃO ELETRÓNICA DE CONTEÚDO DE MÉDIA DE ENTRETENIMENTO; TRANSMISSÃO DE FICHEIROS DIGITAIS; DIFUSÃO DE DE FICHEIROS MULTIMÉDIA..

- 41 PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE DIVERTIMENTO POR TELEVISÃO; SERVIÇOS DE DIVERTIMENTO DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO DE RÁDIO PELA INTERNET; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO FORNECIDOS ONLINE ATRAVÉS DE UMA BASE DE DADOS INFORMÁTICA OU DA INTERNET; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS E PROGRAMAS TELEVISIVOS E RADIOFÓNICOS; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS TELEVISIVOS; MONTAGEM DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS E DE TELEVISÃO; MONTAGEM DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS; ORGANIZAÇÃO E APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS EM DIRETO; ORGANIZAÇÃO E APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE ENTRETENIMENTO RELACIONADOS COM ESTILO E MODA; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE COMÉDIA AO VIVO; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE MÚSICA; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE BALLET; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE DANÇA; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS AO VIVO; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE MAGIA; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS AO VIVO POR GRUPOS MUSICAIS; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS AO VIVO DE DANÇA; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE PATINAGEM NO GELO; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE CIRCO; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE VARIEDADES; ORGANIZAÇÃO DE CONCURSOS (EDUCAÇÃO OU DIVERTIMENTO); ORGANIZAÇÃO DE CONCURSOS DE PERGUNTAS E RESPOSTAS, JOGOS E COMPETIÇÕES; ORGANIZAÇÃO DE CONCURSOS; ATIVIDADES DESPORTIVAS E CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES RECREATIVAS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES CULTURAIS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE PODCAST; PRODUÇÃO DE PODCASTS; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO CINEMATOGRAFICO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO INTERATIVO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO TELEVISIVO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO; FORNECIMENTO DE ENTRETENIMENTO MUSICAL; DIVERTIMENTO

INTERATIVO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO DE VIDEOJOGOS; CRIAÇÃO [ESCRITA] DE CONTEÚDOS EDUCATIVOS PARA PODCASTS; PROGRAMAÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE ANIMAÇÃO PARA TELEVISÃO E TELEVISÃO POR CABO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO..

(591)
(540)

TVI TELEVISÃO INDEPENDENTE

(210) **737002**

MNA

(220) 2024.12.10

(300)

(730) **PT EMAC - EMPRESA MUNICIPAL DE
AMBIENTE DE CASCAIS, E.M., S.A.**

(511) 33 VINHOS.

(591)

(540)

MOSTEIRO DE SANTA MARIA DO MAR

Concessões

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
727205	2024.12.19	2024.12.19	VALERY IPATOV	PT	33	
727297	2024.12.19	2024.12.19	BANDEIRANTES ACTIVIDADES HOTELEIRAS LDA	PT	43	
730216	2024.12.19	2024.12.19	JOÃO JOSÉ MIRANDA CORREIA DE FIGUEIREDO FERNANDES	PT	36	
731078	2024.12.19	2024.12.19	JUDICE E RAMOS LDA	PT	10	
731082	2024.12.19	2024.12.19	RICARDO JORGE PINTO CASTRO	PT	44	
731088	2024.12.19	2024.12.19	IMPÉRIO ACESO LDA	PT	35 41	
731323	2024.12.19	2024.12.19	EPOPEIA DE CETIM - UNIPessoal LDA	PT	24	
731339	2024.12.19	2024.12.19	LEMBRA-TE, UNIPessoal, LDA.	PT	44	
731350	2024.12.19	2024.12.19	MCMaster-CARR SUPPLY COMPANY	US	09	
731351	2024.12.19	2024.12.19	STELIAU TECHNOLOGY IBERIA S.L.	ES	35 42	
731372	2024.12.19	2024.12.19	GRUPO BEL, SA	PT	09 41	
731373	2024.12.19	2024.12.19	DIOGO JORDÃO CARDOSO CARDOSO	PT	18 24 25 37 40	
731513	2024.12.19	2024.12.19	ADILSON LIMA DE AUXILIADOR	PT	35	
731514	2024.12.19	2024.12.19	MARIA ALEXANDRA AR F BETTENCOURT	PT	35 39 43	
731515	2024.12.19	2024.12.19	SEASONRETURN SA	PT	41	
731518	2024.12.19	2024.12.19	SARA MARGARIDA DE SOUSA BARATA FEIO DE OLIVEIRA	PT	05 10 28	
731520	2024.12.19	2024.12.19	FREIMAR - TÁXIS, LDA	PT	39	
731548	2024.12.19	2024.12.19	DIOGO ALEXANDRE CASACA INÁCIO	PT	09 35	
731549	2024.12.19	2024.12.19	FILIPA ALEXANDRA BRITO DOS SANTOS	PT	28	
731572	2024.12.19	2024.12.19	MISS CAN, UNIPessoal, LDA	PT	43	
731596	2024.12.19	2024.12.19	JÉSSICA INÊS BRANQUINHO CARVALHO	PT	14	
731635	2024.12.19	2024.12.19	CARLOS EDUARDO DA COSTA OLIVEIRA PEDREIRO	PT	41	
731637	2024.12.19	2024.12.19	ABELHINHAS DO DIGITAL, LDA	PT	25 28	
731705	2024.12.19	2024.12.19	LAIZA MECIANA FORTUNA XAVIER	PT	43	

Vigências por sentença

Processo	Data do registo	Data da sentença	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
583346	2017.08.31	2024.09.23	COOPERATIVA VITIVINICOLA DA ILHA DO PICO-PICOWINES CRL	PT	33	a sentença do tribunal da propriedade intelectual ? juízo da propriedade intelectual ? juiz 1, com o n.º de processo 382/23.6yhlsb, julga recurso procedente e revoga a decisão do inpi que deferiu o pedido de nulidade e determina a manutenção do registo. o acórdão do trl ? secção da propriedade intelectual e da concorrência, regulação e supervisão, julga improcedente o recurso e confirma a sentença impugnada.

Recusas

Processo	Data do pedido	Data da recusa	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
726100	2024.05.27	2024.12.16	RIU HOTELS S.A	ES	43	arts. 232.º n.º 1 al. b) e h) e 229º n.º 3 do cpi
726112	2024.05.26	2024.12.17	ORLANDO ERNESTO MOREIRA DE SOUSA	PT	39 41 43	arts. 232.º n.º 1 al. h), 235.º e 229º n.º 3 do cpi
728181	2024.07.03	2024.12.19	SOUTHERN STINGRAY, S.A.	PT	41	nos termos da alínea b) e h), n.º 1, do artigo 232º; 238.º e do n.º 5 do artigo 229.º do cpi
728183	2024.07.03	2024.12.19	SOUTHERN STINGRAY, S.A.	PT	41	nos termos da alínea b) e h), n.º 1, do artigo 232º; 238.º e do n.º 8 do artigo 229.º do cpi.
728913	2024.07.18	2024.12.19	ALFARABI - HOTELS, LDA.	PT	35 36 41 42 43	arts. 232.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi
728920	2024.07.18	2024.12.19	ADDMORE PUBLICIDADE, LDA	PT	43	arts. 232.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi
729119	2024.07.22	2024.12.19	A.M.T. COMÉRCIO TÊXTEIS, LDA	PT	25	arts. 232.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi

Renovações

N.ºs 168 355, 210 858, 229 932, 261 717, 352 058, 352 131, 372 516, 373 071, 376 104, 378 269, 378 270, 381 241, 381 273, 381 357, 531 032, 531 686, 534 435, 536 164, 536 277, 536 370, 536 514, 536 720, 537 154, 537 425, 537 651, 537 652, 537 767, 537 847, 538 982, 539 565, 539 675, 541 187, 541 616, 542 072, 543 940, 543 978, 544 012, 544 473, 544 508, 544 654, 544 771 e 544 984.

Averbamentos**Transmissões**

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
301019 532635	2024.12.16 2024.12.03	RICETEC INC. CLARA VINHAIS ANA BELA PEREIRA DA SILVA CÂNDIDA VIEIRA	US PT PT PT	RIVIANA FOODS INC. SILVA, VIEIRA E VINHAIS - LAVANDARIAS E SERVIÇOS PESSOAIS, LDA.	US PT	TRANSMISSÃO TOTAL. TRANSMISSÃO TOTAL.

Outros averbamentos (artigo 29.º)

Processo	Data do averbamento	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
633782	2024.12.19	SANTA CLARA - TURISMO E EVENTOS, LDA.	PT	AVERBAMENTO DO PEDIDO DE DECLARAÇÃO DE NULIDADE APRESENTADO NO INPI: REQUERENTE - PRECIOUSCIPHER - SIC IMOBILIÁRIA FECHADA, S.A. REQUERIDA - SANTA CLARA - TURISMO E EVENTOS, LDA.
718426	2024.12.19	GREEN COMMITMENT, LDA	PT	AVERBAMENTO DO PEDIDO DE ANULAÇÃO APRESENTADO NO INPI: REQUERENTE - FRANCISCO JOSÉ PORFÍRIO FAUSTINO REQUERIDA - GREEN COMMITMENT, LDA.

Renúncias

Processo	Data do registo	Data da renúncia	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
514860	2013.08.22	2024.12.17	GRUPO PESTANA, S.G.P.S. S.A.	PT	
514861	2013.08.22	2024.12.17	GRUPO PESTANA, S.G.P.S. S.A.	PT	

REGISTO INTERNACIONAL DE MARCAS**Recusas**

Processo	Data do pedido	Data da recusa	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
1749923	2023.05.25	2024.12.19	MDVF, DIZAJN IN TRGOVINA, D.O.O.	SI	33	artigos 232º, nº 1, alínea b); 229º, nº 5; 245º e 246º do cpi.
1765216	2023.10.04	2024.12.19	ACTION SERVICE & DISTRIBUTIE B.V.	NL	09	arts 232.º n.º 1 al. b); 229.º n.º 5; 245.º e 246.º do cpi

Outros Atos

1749923. – ONDE SE LÊ: ARTIGOS 232º, Nº 1, ALÍNEA B); 229º, Nº 5; 245º E 246º DO CPI. DEVE LER-SE: ARTIGO 231º, Nº 1 ALINEA B), ARTIGOS 232º, Nº 1, ALÍNEA B); 229º, Nº 5; 245º E 246º DO CPI.

REGISTO DE LOGÓTIPOS

Pedidos

De acordo com o artigo 286.º do Código da Propriedade Industrial, a seguir se publicam os pedidos de registo de logótipos; da data de publicação do presente aviso começa a contar-se o prazo de dois meses para a apresentação de reclamações de quem se julgar prejudicado pela eventual concessão dos mesmos, em conformidade com o artigo 17.º do mesmo Código.

(210) **57565** LOG

(220) 2024.12.10

(730) **PT PAIVA PEREIRA & FRANCISCA AZEVEDO LDA**

(512) 82300 ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS, CONGRESSOS E OUTROS EVENTOS SIMILARES
ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS, CONGRESSOS E OUTROS EVENTOS SIMILARES

(591) #5B5A5A; #CBB26A

(540)



(531) 3.1.8 ; 3.1.16 ; 27.5.10 ; 29.1.97

(210) **57568** LOG

(220) 2024.12.11

(730) **PT PMC SOCIEDADE DE ADVOGADOS SP RL**

(512) 69101 ACTIVIDADES JURÍDICAS
EXERCÍCIO DE ADVOCACIA, ELABORAÇÃO DE PARECERES JURÍDICOS, CONSULTADORIA JURÍDICA, REPRESENTAÇÃO JURÍDICA, ASSESSORIA EM MATÉRIA DE CONTENCIOSO, ACONSELHAMENTO JURÍDICO.

(591)

(540)



(531) 26.4.19

(210) **57573** LOG

(220) 2024.12.12

(730) **PT A.P.H.O.-ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE HIGIENISTAS ORAIS**

(512) 94120 ACTIVIDADES DE ORGANIZAÇÕES PROFISSIONAIS

ASSOCIAÇÃO DE HIGIENISTAS ORAIS PORTUGUESES, SEM FINALIDADE LUCRATIVA E INDEPENDENTE, TENDO COMO FINALIDADE A PROMOÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA PROFISSÃO, O PROGRESSO TÉCNICO E CIENTÍFICO DA CLASSE PROFISSIONAL, SALVAGUARDAR E DEFENDER OS INTERESSES DOS SEUS ASSOCIADOS.

(591) RGB (245, 196, 38); (11, 135, 73); (237, 28, 36); (0, 0, 0).

(540)



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DE HIGIENISTAS ORAIS
PORTUGUESE DENTAL HYGIENISTS ASSOCIATION

(531) 2.9.10 ; 10.5.1 ; 24.1.13 ; 24.1.25 ; 29.1.13

(210) **57575** LOG

(220) 2024.12.13

(730) **PT TIAGO DANIEL PEREIRA SOARES**

(512) 77390 ALUGUER DE OUTRAS MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS, N.E.

ALUGUER E INSTALAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS DE SOM E IMAGEM, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS E APOIO A REALIZAÇÃO E PRODUÇÃO DE EVENTOS

(591)

(540)



(531) 19.13.22

Concessões

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
57207	2024.12.19	2024.12.19	NUNO MIGUEL GONÇALVES MARIZ	PT	
57209	2024.12.19	2024.12.19	JOAQUIM JORGE MOREIRA PEREIRA DINIS	PT	
57211	2024.12.19	2024.12.19	ANA RITA PEREIRA GOMES	PT	

Vigências por sentença

Processo	Data do registo	Data da sentença	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
55520	2023.07.16	2024.10.18	CINEBOX LDA	PT	sentença do tpi, juiz 1, proc. 185/24.0yhlsb, julga o recurso improcedente e concede o registo

Renovações

N.ºs 6 254, 17 267, 34 065, 34 177 e 57 591.

Averbamentos**Transmissões**

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
30826	2024.10.31	RICARDO SILVA DE AZEVEDO	PT	RICARDO AZEVEDO ARQUITECTO, LDA.	PT	TRANSMISSÃO TOTAL.

Renúncias

Processo	Data do registo	Data da renúncia	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
29085	2013.06.06	2024.12.17	GRUPO PESTANA, S.G.P.S. S.A.	PT	

Conversão para Logótipos ao abrigo do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 143 de 25 de Julho

Processo Antigo	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Processo Novo
NOME DE ESTABELECIMENTO 38277	JOAQUIM TOLENTINO PEREIRA NOBREGA	PT	LOGÓTIPO 57591

AGENTES OFICIAIS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL

(Os Agentes Oficiais da Propriedade Industrial, como tal reconhecidos pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial, podem promover actos e termos do processo sem necessidade de juntar procuração).

João Mascarenhas de Vasconcelos

- Cartório: Av. Duque D'Ávila, 32-1º – 1000-141 LISBOA
- Tel.: 21 3547763 – Fax: 21 3560486
- E-mail: geral@fdnovaes.com

João Pereira da Cruz

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: joaopacruz@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

Vitor Hugo Ramalho da Costa França

- Cartório: Av. Duque D'Ávila, 32 - 1º – 1000-141 LISBOA
- Tel.: 21 3547574 – Fax: 21 3528473 e 21 35511 03
- E-mail: costa.franca@costafranca.pt

Jorge Afonso Cruz

- Cartório: Rua Vitor Cordon , 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: jorgeacruz@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

Marta Burnay da Costa Pessoa Bobone

- Cartório: Travessa do Jardim à Estrela, 28 – 1350-186 LISBOA
- E-mail: bobone@zonmail.pt

Maria Silvina Vieira Pereira Ferreira

- Cartório: Av. Casal Ribeiro, 50 - 3º, 1000-093 LISBOA
- Tel.: 21 3815050 – Fax: 21 3831150/21 381 33 93
- E-mail: sferreira@clarkemodet.com.pt

Maria Eugénia Martinez

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: mariaeugeniamartinez@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

Maria do Rosário May Pereira da Cruz

- Cartório: Av. Duque d'Ávila, 66, 7º - 1050-083 LISBOA
- Tel.: 21 387 69 61 - Fax: 21 387 75 96
- E-mail: furtado@furtado.pt

Nuno Cruz

- Cartório: Rua Vitor Cordon , 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: nunocruz@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

Raquel da Costa França

- Cartório: Av. Duque D'Ávila, 32 – 1º – 1000-141 LISBOA
- Tel.: 21 3547574 – Fax: 21 3528473 e 21 3551103
- E-mail: costa.franca@netcabo.pt

António José Pissarra Dias Machado

- Cartório: Av. José Gomes Ferreira, 15 – 3ºL, 1495-139 ALGÉS
- Tel.: 21 3241530 – Fax: 21 3422446 e 21 3476656
- E-mail: marcpat@agcunhaferreira.pt
- Web: www.agcunhaferreira.pt

José Eduardo de Sampaio

- Cartório: Rua do Salitre, 195 – 1269-063 LISBOA
- Tel.: 21 3841300 – Fax: 21 3875775
- E-mail: jedc@jedc.pt
- Web: www.jedc.pt

João Carlos Sardiña de Barros

- Cartório: Rua Rodrigo da Fonseca, 72 – 3º Esq. - 1250-193 LISBOA
- Tel.: 213863466
- E-mail: gmr@magalhaes-adv.pt

Isabel Carvalho Franco

- Cartório: Rua do Salitre, 195 – 1269-063 LISBOA
- Tel.: 21 3841300 – Fax: 21 3875775
- E-mail: isabel.franco@jedc.pt
- Web: www.jedc.pt

Álvaro Albano Duarte Catana

- Cartório: Avenida Marquês de Tomar, 44 - 6º - 1069 - 229 LISBOA
- Tel.: 217 613 490 – Fax: 217 613 499
- E-mail: alvaro.duarte@aduarateassoc.com
- Web: www.aduarateassoc.com

José Eduardo Dinis de Carvalho

- Cartório: Rua do Salitre, 195 – 1269-063 LISBOA
- Tel.: 21 3841300 – Fax: 21 3875775
- E-mail: jedc@jedc.pt
- Web: www.jedc.pt

Fernando António Ferreira Magno

- Cartório: Av. José Gomes Ferreira, 15 – 3ºL, 1495-139 ALGÉS
- Tel.: 21 3241530 – Fax: 21 3422446 e 21 3476656
- E-mail: marcpat@agcunhaferreira.pt
- Web: www.agcunhaferreira.pt

António Côrte-Real

- Cartório: Av. 5 de Outubro, 16, 2º Esq. - 1050-056 LISBOA
- Tel.: 21 7801963
- E-mail: sgcr@sgcr.pt

José Luís Arnaut

- Cartório: Rua Castilho, 50, 1250-071 LISBOA
- Tel.: 21 0958100 – Fax: 21 0958155
- E-mail: jarnaut@rpa.pt

José Motta Veiga

- Cartório: Rua João Penha, 10 – 1250-131 LISBOA
- Tel.: 21 3882659 e 21 3841120 – Fax: 21 3873752
- E-mail: mottaveiga@mail.telepac.pt
- Web: www.marcaonline.pt

Pedro da Silva Alves Moreira

- Cartório: Rua Tomás Ribeiro, nº 45 – 2º Andar, 1050-225 LISBOA
- Tel.: 210545500 – Fax: 21 3978754
- E-mail: pedro.moreira@rcf.pt
- Web: www.rcf.pt

João Luís Garcia

- Cartório: Av. 5 de Outubro, 16, 2º Esq. - 1050-056 LISBOA
- Tel.: 21 7801963
- E-mail: sgcr@sgcr.pt

Manuel António Durães da Conceição Rocha

- Cartório: Lagoas Park - Edifício 7, 1º Piso – 2740-244 PORTO SALVO
- Tel.: 21 1224726
- E-mail: info.portugal@herrero.pt

Gonçalo de Magalhães Moreira Rato

- Cartório: Rua Rodrigo da Fonseca, 72 – 3º Esq, 1250-193 LISBOA
- Tel.: 21 3875201 - Fax: 21 3875200
- E-mail: gmr@magalhaes-adv.pt

José Raúl de Magalhães Simões

- Cartório: Av. 5 de Outubro, 16, 2º Esq. - 1050-056 LISBOA
- Tel.: 21 7801963
- E-mail: sgcr@sgcr.pt

Maria das Dores Marques Banheiro Meira

- Cartórios: Rua Quirino da Fonseca, 29 – 5º Esq. – 1000-251 LISBOA
e Av. Luísa Todi, 277, 2º, E-1 – 2900-452 SETÚBAL
- Tel.: 21 8436250 e 265 540240 – Fax: 21 8436251 e 265 540241
- E-mail: tecnimarca@gmail.com
- Web: www.tecnimarca.pt e www.tecnimarca.com

Martim Luís Gomes de Araújo de Arantes e Oliveira

- Cartório: Rua Tomás Ribeiro, nº 45 – 5º Esq., 1050-225 LISBOA
- Tel.: 21 3907373 – Fax: 21 3978754
- E-mail: rcf@rcf.pt

Dina Maria Martins Pereira Soares

- Cartório: Av. José Gomes Ferreira, 15 – 3ºL, 1495-139 ALGÉS
- Tel.: 21 3241530 – Fax: 21 3422446 e 21 3476656
- E-mail: marcpat@agcunhaferreira.pt
- Web: www.agcunhaferreira.pt

Carmen Cristina Martins Garcia de Pina Alcobia Galinha

- Cartório: Avenida Ressano Garcia nº 6 R/c. Esq. - 1070-237 LISBOA
- Tel.: +351 213 712 737 - Fax:+351 213 874 726
- E-mail: carmenpina@sapo.pt

Ana Maria Ferreira Pereira da Silva Veiga

- Cartório: Rua Ator Chaby Pinheiro, 5 A - 2795-060 LINDA A VELHA
- Tel.: 914930808
- E-mail: apsilvaveiga@netcabo.pt

Luís Silva Carvalho

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 10-A, – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: lsc@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

Alberto Canelas

- Cartório: Rua Vitor Cordon , 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: acanelas@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

César Manuel de Bessa Monteiro

- Cartório: Av. Infante D. Henrique, 26 - 1149-096 LISBOA
- Tel.: 21 723 18 00 – Fax: 21 723 1899
- E-mail: bessa.monteiro@abreuadvogados.com
- Web: www.abreuadvogados.com

Paulo Alexandre Pinto Correia Rodrigues da Graça

- Cartório: Av. Almirante Reis, 104 - 5º – 1150-022 LISBOA
- Tel.: 21 8110051 – Fax: 21 8141605
- E-mail: paulo.graca-82931@advogados.oa.pt

Miguel Camargo de Sousa Eiró

- Cartório: Av. Fontes Pereira de Melo, 15 – 7º – 1050-115 LISBOA
- Tel.: 21 3160324 – Fax: 21 3150826
- E-mail: miguel.eiro@mail.telepac.pt

Elsa Maria Martins Barreiros Amaral Canhão

- Cartório: Rua Tomás Ribeiro, nº 45 – 2º Andar, 1050-225 LISBOA
- Tel.: 210545500 – Fax: 21 3978754
- E-mail: elsa.canhao@rcf.pt
- Web: www.rcf.pt

Joaquim Maria Calado Marques

- Cartório: Av. Álvares Cabral, 47 - R/C - 1250-015 LISBOA
- Tel.: 21 381 46 40 – Fax: 21 381 46 41
- E-mail: jcaladomarques@esc-advogados.pt

Ana Teresa Pulido

- Cartório: Al. D. Afonso Henriques, 72 - 6ºesq., 1000-125 LISBOA
- Tel.: 936792055
- E-mail: atp-67251@advo.oa.pt

Vera Araújo Arnaut

- Cartório: Av. Eng Duarte Pacheco, Torre 2, 9.º - Sala 3. – 1070 – 102 LISBOA
- Tel.: 21 384 01 97/8 – Fax: 21 384 01 99
- E-mail: vera.araujo@notarios.pt

Luísa Guerreiro

- Cartório: Rua Raul Proença, 3 - 2820-478 CHARNECA DA CAPARICA
- Tel: 21 821 23 47
- E-mail: luisague@netcabo.pt
- Web: www.lguerreiro.com

Olga Maria Rocha da Cruz Landim

- Cartório: Av. Casal Ribeiro, 50 - 3º, 1000-093 LISBOA
- Tel.: 21 3815050 e 21 3815054 – Fax: 21 3831150 e 21 3813393
- E-mail: info@clarkemodet.com.pt

Paulo Pelayo de Sousa

- Cartório: Rua de Sá da Bandeira, 706 – 2.º. Esq.º – 4000-432 PORTO
- Tel.: 22 2046120 – Fax: 22 2080728
- E-mail: geral@arlindodesousa.pt

Pedro Pelayo de Sousa

- Cartório: Rua de Sá da Bandeira, 706 – 2º. Esq. – 4000-432 PORTO
- Tel.: 22 2046120 – Fax: 22 2080728
- E-mail: geral@arlindodesousa.pt
- Web: www.arlindodesousa.pt

Pedro Manuel Branco da Cruz

- Cartório: Av. Duque de Loulé, 1 – 7º Esq. – 1050-085 LISBOA
- Tel.: 21 3535233 – Fax: 21 3535259
- E-mail: lex@cruzadvogados.com

Vítor Luís Ribeiro Cardoso

- Cartório: Rua Jaime Cortesão, nº 62 - 2910-538 SETÚBAL
- Tel.: 265 233 158 - TLM: 937250536 - Fax: 265 233 158
- E-mail: marcasespatentes@ribeirocardoso.com

Abel Dário Pinto de Oliveira

- Cartório: Rua Nossa Senhora de Fátima, 419 - 3º - Frente - 4050-428 PORTO
- Tel.: 22 600 80 94 e 22 016 02 04 – Fax: 22 600 80 95
- E-mail: geral@ampporto.com

Alexandra Costa Paixão

- Cartório: Av. António Augusto de Aguiar, nº 148, 4C e 5C - 1050-021 LISBOA
- Telemóvel: 919830742
- E-mail: fastfiling@fast-filing.com

Ana Bárbara Emauz de Melo Portugal de Sampaio

- Cartório: Rua do Salitre, 195 – 1269-063 LISBOA
- Tel.: 21 3841300 – Fax: 21 3875775
- E-mail: ana.sampaio@jedc.pt
- Web: www.jedc.pt

Ana Maria Gonçalves Fidalgo

- Cartório: Av. Casal Ribeiro, 50 - 3º, 1000-093 LISBOA
- Tel.: 21 3815050 – Fax: 21 3831150
- E-mail: afidalgo@clarkemodet.com.pt

Anabela Teixeira de Carvalho

- Cartório: Edifício Net - Rua de Salazares, n.º 842 - 4149-002, PORTO
- Tel.: 220028916 - Fax: 225322066
- E-mail: anabela.carvalho@patents.pt
- Web: <http://patentree.eu/>

António Jorge Mateus Andrade

- Cartório: Av. Infante D. Henrique, 26 - 1149-096 LISBOA
- Tel.: 21 7231800 - Fax: 21 7231899
- E-mail: antonio.andrade@abreuadvogados.com
- Web: www.abreuadvogados.com

Bruno Braga da Cruz

- Cartório: Rua Castilho, 67, 1º 1250-068 LISBOA
- Tel.: (+351) 213 849441 - Fax: (+351) 213 849449
- E-mail: brunobragadacruz-127791@adv.oa.pt
- Web: <https://www.glawyers.eu/>

Carla Maria Santos Pinheiro

- Cartório: Edifício Oceanus - Avenida da Boavista, 3265 - 3º andar, Escr. 3.4 – 4100-137 PORTO
- Tel.: 22 5323340 – Fax: 22 5323349
- E-mail: cpinheiro@clarkemodet.com.pt

Cláudia Pimenta Monteiro de Medina Barbosa Xara-Brasil Nogueira

- Cartório: Av. Maria Helena Vieira da Silva, 40, 1º Dto.– 1750-184 LISBOA
- Tm.: 96 297 25 10
- E-mail: cxarabrasil@gmail.com

Cristina Antónia de Almeida Carvalho

- Cartório: Av. 5 de Outubro, 16, 2º Esq - 1050-056 LISBOA
- Tel.: 217 80 19 63
- E-mail: sgcr@sgcr.pt

Filipe Teixeira Baptista

- Cartório: Edifício Heron Castilho - Rua Braamcamp, 40 – 5 E - 1250-050 LISBOA
- Tel.: 211 914 169 - Fax: 211 914 166
- E-mail: filipe.baptista@bma.com.pt
- Web: www.bma.com.pt

Gonçalo Maria Cabral da Cunha Ferreira

- Cartório: Tv do Froes 10 A – 2000-145 SANTARÉM
- Tel.: 916093424
- E-mail: goncalo@cfadvogados.com

Gonçalo Santos da Cunha de Paiva e Sousa

- Cartório: Rua dos Bacalhoeiros, 4 – 1100-070 LISBOA
- Tel.: 218 823 990– Fax: 218 823 997
- E-mail: goncalo.sousa@gastao.eu
- Web: www.gastao.eu

Inês de Carvalho Simões

- Cartório: Rua Vitor Cordon , 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020/30 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: inessimoes@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

João M. Pimenta

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020/30 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: joaopimenta@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

João Sardinha

- Cartório: Rua Vitor Cordon , 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020/30 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: joaosardinha@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

João Paulo Sena Mioludo

- Cartório: Rua Tomás Ribeiro, n.º 45 - 2º Andar, 1050-225 LISBOA
- Tel.: 963075786
- E-mail: joao.mioludo@rcf.pt
- Web: www.rcf.pt

Luís Gonçalo Moura Cavaleiro de Ferreira

- Cartório: Av. Álvares Cabral, 47, 1º – 1250-015 LISBOA
- Tel.: 213 806 530 – Fax: 213 806 531
- E-mail: cavaleiro.ferreira@leonelalves.com

Marco Alexandre Gomes da Silva Pires de Sousa

- Cartório: Rua Quinta do Monte, 96 - 1º Dtº - 4805-151 CALDAS DAS TAIPAS
- Tel. 936954610 – Fax: 253471946
- E-mail: marcopires.sousa-9680p@adv.oa.pt

Maria do Carmo Ferreira Fernandes Simões

- Cartório: Av. Duque de Ávila, 66, 7º - 1050 - 083 LISBOA
- Tel.: 21 3876961 – Fax: 21 3877596
- E-mail: furtado@furtado.pt

Maria Manuel Ramos Lucas

- Cartório: Praça de Portugal n.º. 7C - 1ºD - 2910-640 SETÚBAL
- Tel.: 265 228685 – Fax: 265 228637
- E-mail: mmlucas@marquesmarcas.com

Maria Teresa Delgado

- Cartório: Lagoas Park - Edifício 7, 1º Piso – 2740-244 PORTO SALVO
- Tel.: 21 1224726
- E-mail: tdelgado@herrero.pt

Miguel Quintans

- Cartório: Rua Castilho, 50, 1250-071 LISBOA
- Tel.: 21 0958109 – Fax: 21 0958155
- E-mail: miguel.quintans@cmsportugal.com
- Web: www.cms.law/pt

Ricardo Souto Soares Henriques

- Cartório: Av. Infante D. Henrique, 26 – 1149-096 LISBOA
- Tel.: 21 7231800 – Fax: 21 7231899
- E-mail: ricardo.henriques@abreuadvogados.com
- Web: www.abreuadvogados.com

Teresa Colaço Dias

- Cartório: Av. Duque de Ávila, 66, 7º- 1050-083 LISBOA
- Telef.: 351 21 387 69 61 - Fax: 351 21 387 75 96
- E-mail: teresa.dias@furtado.pt
- Web: www.furtado.pt

Teresa Maria Ferreira Pereira da Silva Garcia

- Cartório: R. Soldados da Índia, 72 – 1400-340 LISBOA
- Tel.: 21 3017086
- E-mail: garcia.teresa@netcabo.pt

Paulo Jorge Monteverde Plantier Saraiva Maia

- Cartório: Edifício Heron Castilho, Rua Braamcamp, 40 – 5E - 1250-050 LISBOA
- Tel.: 213 806 530 - Fax: 213 806 531
- E-mail: paulo.monteverde@bma.com.pt
- Web: www.bma.com.pt

Águeda Silva

- Cartório: Rua 4 de Outubro, 821 - 4810-485 GUIMARÃES
- E-mail: aguedasilva@gmail.com

Ana Bela Ferreira

- Cartório: Av. 5 de Outubro, 16, 2º Esq. - 1050-056 LISBOA
- Tel.: 217801963
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

Margarida Martinho do Rosário

- Cartório: Rua dos Bacalhoeiros, 4 - 1100-070 LISBOA
- Tel.: 218823990 – Fax: 218823997
- E-mail: gcf@gastao.eu
- www.gastao.eu

Ana Rita Vilhena

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: anaritavilhena@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

António Trigueiros de Aragão

- Cartório: : Rua Tomás Ribeiro, n.º 45 - 2º Andar, 1050-225 LISBOA
- Tel.: 210545500
- E-mail: ata@taglobal.pt
- Web: www.rcf.pt

Carmina Cardoso

- Cartório: Largo de São Carlos, 3 - 1200-410 LISBOA
- Tel.: 213583620 – Fax: 213159434
- E-mail: c.cardoso-183171@adv.oa.pt.

Elsa Maria Bruno Guilherme

- Cartório: Avenida da Liberdade, nº 258, 6º Andar - 1250-149 LISBOA
- Tel.: ++351 215 943 993
- E-mail: elsagui76@gmail.com

Filipe Pedro

- Cartório: Rua Varela Silva, 3 - 2º Dto. - 2730-233 BARCARENA
- E-mail: filipedro@netcabo.pt

Francisca Ferreira Pinto

- Cartório: Av. da República, 25 - 1º - 1050-186 LISBOA
- Tel.: 213821200 – Fax: 213877109
- E-mail: francisca.ferreira.pinto@garrigues.com / gcf@garrigues.com

Hugo Monteiro de Queirós

- Cartório: Av. Fontes Pereira de Melo, 43 - 1050-119 LISBOA
- Tel.: +351 213 197 311 – Tlm: +351 934 301 498
- E-mail: hugo.monteiroqueiros@plmj.pt
- Web: www.plmj.com

Isabel Bairrão

- Cartório: Rua Pedro Calmon, 7, 3.º Esquerdo, 1300-454 LISBOA
- Tel.: 926606856
- E-mail: ibairrao@gmail.com

Joana Mata

- Cartório: Rua Bernardo Lima, 3 - 1150-074 LISBOA
- Tel.: 213566400 – Fax: 213566488
- E-mail: joanamata@rsa-advogados.pt

João Jorge

- Cartório: Rua Tomás Ribeiro, nº 45 – 2º Andar, 1050-225 LISBOA
- Tel.: 210545500 – Fax: 213978754
- E-mail: joao.jorge@rcf.pt
- Web: www.rcf.pt

João Pedro Fazendeiro

- Cartório: Av. Conselheiro Fernando de Sousa, nº 19, 5º - 1070-072 LISBOA
- Tel.: 216083894
- E-mail: legal@protectidea.pt

Jorge Faustino

- Cartório: Rua Tomás Ribeiro, nº 45 – 2º Andar, 1050-225 LISBOA
- Tel.: 210545500 – Fax: 213978754
- E-mail: jorge.faustino@rcf.pt
- Web: www.rcf.pt

José de Novaes e Ataíde

- Cartório: Av. Duque D'Ávila, 32 - 1º - 1000-141 LISBOA
- Tel.: 213547763 – Fax: 213560486
- E-mail: geral@fdenovaes.com

Lídia Neves

- Cartório: Edifício Amoreiras Square, Rua Carlos Alberto da Mota Pinto, n.º 17, 2.º piso - 1070-313 LISBOA
- Tel.: 213192080
- E-mail: lneves@adcecija.pt

Lourenço de Sampaio

- Cartório: Rua do Salitre, 195 - 1269-063 LISBOA
- Tel.: 213841300 – Fax: 213875775
- E-mail: lourenco.sampaio@jedc.pt

Luís Humberto Ferreira

- Cartório: Edifício Net - Rua de Salazares, n.º 842 - 4149-002, PORTO
- Tel.: 220028916 - Fax: 225322066
- E-mail: luis.ferreira@patents.pt
- Web: <http://patentree.eu/>

Maria Joana Marques Galvão Fialho Pinto Trindade Veiga

- Cartório: Alameda dos Oceanos 41K-21, Parque das Nações, 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213150970
- E-mail: jfpinto@inventia.com

Maria Cruz Garcia

- Cartório: Av. Casal Ribeiro, 50, 3º Andar – 1000-093 LISBOA
- Tel.: 91 145 26 59
- E-mail: inpi@clarkemodet.com.pt
- Web: www.clarkemodet.com

Mário Castro Marques

- Cartório: Rua António Cardoso, 235, 6º Drt Frt, 4150-081 PORTO
- Tel.: 91 9107557
- E-mail: mariocastromarques@gmail.com

Marisa Coimbra

- Cartório: Rua Dom Francisco Manuel de Melo 21, 1070-085 LISBOA
- Tel.: 21 313 2000 – Fax: 21 313 2001
- E-mail: marisa.coimbra@srslegal.pt
- Web: <https://www.srslegal.pt/pt/>

Nuno Lourenço

- Cartório: Lusoworld II A25. Rua Pé de Mouro 2710-144 SINTRA
- Tel.: 21 1395721 – Fax: 21 1946681
- E-mail: nuno.lourenco@today.patents.com
- Web: www.todaypatents.com

Rodolfo Condessa

- Cartório: Rua Cidade de Rabat, 31 - 8º Esq. - 1500-159 LISBOA
- Tel.: 966712005
- E-mail: rodolfo.condessa@gmail.com

Rui Duarte Catana

- Cartório: Av. Marquês de Tomar, 44 - 6º - 1069-229 LISBOA
- Tel.: 217613490 – Fax: 217613499
- E-mail: rui.catana@aduarateassoc.com
- Web: www.aduarateassoc.com

Rui Moreira de Resende

- Cartório: Rua Bernardo Lima, 3 - 1150-074 LISBOA
- Tel.: 213566400 – Fax: 213566488
- E-mail: ruiresende@rsa-advogados.pt

Sandra Martins Pinto

- Cartório: Av da República, 1326 - 8º, S1 82 4430-192, Vila Nova de Gaia
- Tel.: 223190195
- E-mail: sandramartinspinto@gmail.com

Teresa Luísa Catarino Fernandes Gingeira Martins

- Cartório: Edifício Net - Rua de Salazares, n.º 842 - 4149-002, PORTO
- Tel.: 220028916
- E-mail: teresa.martins@patents.pt
- Web: www.patentree.eu

Vasco Stilwell d'Andrade

- Cartório: Rua Castilho, 165 - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 213817400 – Fax: 213826629
- E-mail: vsandrade@mlgts.pt
- Web: www.mlgts.pt

Vera Correia Alves

- Cartório: Rua do Carmo, n.º 11, 2º, sala 11, 4700-309 BRAGA
- Tlm: 919285011
- E-mail: valves@sablegal.pt

Ana Sofia Dinis Chaves

- Cartório: Rua Luis Gonzaga, Edificio Phoenix Garden, 7º andar H, MACAU
- Tel.: 00853 66591201
- E-mail: chaves.anasofia@gmail.com

Ália Mohamade Amadá

- Cartório: Rua Visconde de Santarém, n.º 75B, 1000 - 286 LISBOA
- E-mail: info@amadalegal.com
- Web: www.amadalegal.com

Rita Milhões

- Cartório: Rua do Salitre, 195 - 1269-063 LISBOA
- Tel.: 351 213 841 300
- E-mail: jedc@jedc.pt

Daniel Reis Nobre

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41K-21, Parque das Nações – 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213 150 970 - Fax: 213 531 352
- E-mail: portugal@inventacom.com
- Web: www.inventacom.pt

Tiago Reis Nobre

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41K-21, Parque das Nações – 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213 150 970 - Fax: 213 531 352
- E-mail: portugal@inventa.com
- Web: www.inventa.pt

David Cardoso

- Cartório: Avenida Defensores de Chaves, 36, 1.º Direito, 1000-119 LISBOA
- Tel.: 218758322 – Fax: 255134816
- E-mail: dc@legalwest.eu

Ágata Pinho

- Cartório: Av. Sidónio Pais, n.º 379, Piso 1, sala 1.14, Ed. HOECHST - 4100-486 BOAVISTA, PORTO
- Tel.: 220167495 – Fax: 226092487
- E-mail: agatapinho@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

Ana Eugénio

- Cartório: Rua António Enes 18-3D - 1050-025 LISBOA
- E-mail: aeugenio.ana@gmail.com

Ana M. Sebastião

- Cartório: Rua Vitor Cordon , 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020/30 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: anamsebastiao@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

Cátia Ribeiro

- Cartório: Praça de Portugal n.º 7C - 1ºD - 2910-640 SETÚBAL
- Tel.: 265 228 685 - Fax: 265 228 637
- E-mail: catia@marquesmarcas.com
- Web: www.marquesmarcas.com

Joana Dez-Réis Grilo

- Cartório: Rua de Campolide n.º 164 D, 1070-029 LISBOA
- Tel.: 934954388
- E-mail: joana.grilo@protectdata.pt

Luís Caixinhas

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41K-21, Parque das Nações - 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213 150 970 - Fax: 213 531 352
- E-mail: portugal@inventa.com
- Web: www.inventa.pt

Ricardo Abrantes

- Cartório: Taguspark, Núcleo Central 392, 2740-122 OEIRAS
- Tel.: 211119919
- E-mail: ricardo.abrantes@patents.pt
- Web: www.patentree.eu

Patrícia Marques

- Cartório: Rua Santo António n.º47B, 3ºQ - 2410-168 LEIRIA
- Tel.: 963169814
- E-mail: patriciamarqs@gmail.com

Márcia Martinho da Rosa

- Cartório: Largo Machado de Assis, Ed. Roma – 5B, 1700-116 LISBOA
- Tel.: (+351) 913997452 / (+351) 211643217
- E-mail: marcia.rosa@mmr.pt
- Web: www.mmr.pt

Madalena Barradas

- Cartório: Avenida Casal Ribeiro, 50, 3º Dto, 1000-093 LISBOA
- Tel.: 21 3815050
- E-mail: mbarradas@clarkemodet.com

Luís Teixeira

- Cartório: Rua Públia Hortênsia de Castro, nº 1, 2º A - 1500-518 LISBOA
- E-mail: teixeira.luismanuel@gmail.com

Manuel Cunha Ferreira

- Cartório: Av. José Gomes Ferreira, 15 – 3ºL, 1495-139 ALGÉS
- Tel.: 213241530 - Fax: 213476656 / 213422446
- E-mail: manuel.cunhaferreira@agcunhaferreira.pt

Ana Fazendeiro

- Cartório: Av. das Forças Armadas, nº 125 - 12º - 1600-079 LISBOA
- Tel.: 217231800 - Fax: 217231899
- E-mail: ana.fazendeiro@abreuadvogados.com

Vítor Palmela Fidalgo

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41K-21, Parque das Nações – 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213 150 970 - Fax: 213 531 352
- E-mail: vfidalgo@inventacom.com
- Web: www.inventacom.pt

Sérgio Coimbra Henriques

- Cartório: Av de Berna, 30 - 3º A, 1050-148 LISBOA
- Tel.: 211 64 99 99
- E-mail: sergiocoimbrahenriques@gmail.com

Filipa Lopes Galvão

- Cartório: Rua Professor Simões Raposo, nº 5, 4º B - 1600-660 LISBOA
- E-mail: flg@dcmlittler.com

Jorge Manuel Vaz Machado

- Cartório: Edifício Oceanus - Escrit. 1.9 - Av. da Boavista 3265, 4100-137 PORTO
- Tel.: 912325395
- E-mail: jmachado@inventacom.com
- Web: www.inventacom.com

Vera Albino

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41K-21, Parque das Nações – 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213 150 970 - Fax: 213 531 352
- E-mail: portugal@inventacom.com
- Web: www.inventacom.pt

Maria João Pereira

- Cartório: Av. Doutor João Canavarro 305, 1º, sl 19, 4480-668 VILA DO CONDE
- Tel.: +351 252 611 927 / +351 91 019 87 35
- E-mail: mariabaltarpereira@gmail.com

Mário Marques

- Cartório: Avenida 5 de Outubro, nº 10 - 1º - 1050-056 LISBOA
- Tel.: 216081027
- E-mail: mmarques@level-up.pt

Isaura Monteiro

- Cartório: Avenida 25 de Abril, Urbanização Solar das Palmeiras, Bloco C4, 4ºD, 8100-506 LOULÉ
- Tel.: 914164499
- E-mail: isaura.monteiro@rcf.pt

Ana Rita Remígio

- Cartório: Edifício Net, Rua de Salazares 842 - 4149-002 PORTO
- Tel.: 225322064 - Fax: 225322066
- E-mail: ana.remigio@patents.pt
- Web: www.patents.pt

Daniela Dinis

- Cartório: Rua da Fé n.º 10 Casal do Rato 1675-313 PONTINHA
- Tel.: 961294016
- E-mail: danielamdinis-456421@adv.oa.pt

Luís Pinto Monteiro

- Cartório: Av. da República, 25, 1º - 1050-186 LISBOA
- Tel.: 213821200 e 914898865
- E-mail: luis.pinto.monteiro@garrigues.com

Cláudia Freixinho Serrano

- Cartório: Rua Vitor Cordon , 10-A - 1249-103 LISBOA
- Tel.: 213475020 - Fax: 213421885
- E-mail: claudiaserrano@jpcruz.pt

David Marques

- Cartório: Avenida Cova dos Vidros, Lote 2570 - 2975-333 QUINTA DO CONDE
- E-mail: davidmtfmarques@gmail.com

Filipe Funenga

- Cartório: Postboks 9, 4068 STAVANGER NO / Rua Cidade de Ouro Preto n.º 12, Urbanização Vale da Rosa – 2910-834 SETÚBAL
- Tel.: (+47) 908 77 808
- E-mail: filipe.funenga@patent.no

Inês Monteiro Alves

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41K-21, Parque das Nações – 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213150970 - Fax: 213531352
- E-mail: ialves@inventacom

Mariana Bernardino Ferreira

- Cartório: Av. Álvares Cabral, 47 - 1.º - 1250-015 LISBOA
- Tel.: 213806530 - Fax: 213806531
- E-mail: mariana.ferreira@bma.com.pt
- Web: www.bma.pt

Patrícia Lima

- Cartório: Instituto Superior Técnico, Avenida Rovisco Pais - 1049-001 LISBOA
- E-mail: patriciamlima@hotmail.com

Rita Mendonça

- Cartório: Av. 5 de Outubro, 16, 2º Esq. - 1050-056 LISBOA
- Tel.: 217 801 963
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

Rui do Nascimento Gomes

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 10-A - 1249-103 LISBOA
- Tel.: 213475020 - Fax: 213421885
- E-mail: ruigomes@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.p

Vasco Rosa Dias

- Cartório: Est. Beira nº 176, 5º A - 3030-173 COIMBRA
- Tel.: 963312134
- E-mail: vasco.rosa.dias@gmail.com

Joana Piriquito Santos

- Cartório: Avenida da Liberdade, 212-S/L Esquerdo, Salas 1 e 2, 1250-147 LISBOA
- Tel.: 916225520
- E-mail: jps@nlp.legal

Sónia Mota Maia

- Cartório: Alameda da Quinta de Sto. António, nº 1 - Núcleo 1 - 2º E - 1600-675 LISBOA
- Tel.: 217160190 - Fax: 213244665
- E-mail: info@ip-smm.com

Pedro Bacelar

- Cartório: Estrada da Chainha, Lote 6, Nº163 R/C - 7005-198 ÉVORA
- Tel: 266040468 e 919654760 - Fax: 266040948
- E-mail: pedro.espanca@gmail.com

Miguel Antunes de Resende

- Cartório: Avenida de São Pedro nº 31 Monte Estoril - 2765-446 ESTORIL
- Tel: 910583778
- E-mail: miguelantunesderesende@gmail.com

Luís Sommer Ribeiro

- Cartório: Rua Artilharia Um, n.º 79, 3.º direito, 1250-038 LISBOA
- E-mail: geral@saveas.pt

João Pereira Cabral

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41, K21, Parque das Nações - 1990-207 LISBOA
- Tel: 213150970 - Fax: 213531352
- E-mail: jcabral@inventa.com
- Web: www.inventa.pt

João Francisco Sá

- Cartório: Rua Rangel de Quadros, nº 4 2º drt. - 3800-072 AVEIRO
- E-mail: Joaofrancis.sa@gmail.com

Sousa Ribeiro

- Cartório: Av. Álvares Cabral, nº 47, 1.º andar - 1250-015 LISBOA
- Tel: 213806530 - Fax: 213806531

Evangelino Marques Ribeiro

- Cartório: Praça de Portugal nº. 7C - 1ºD - 2910-640 SETÚBAL
- Tel: 265228685 e 932573091 - Fax: 265228637
- E-mail: marquesribeiro@marquesmarcas.com
- Web: www.marquesmarcas.com

Diogo Xavier Santos

- Cartório: Av. 5 de Outubro, 16, 2º Esq - 1050-056 LISBOA
- Tel: 217801963
- E-mail: sgcr@sgcr.pt

Saulo Chanoca

- Cartório: Rua Artilharia Um, nº 51, Páteo Bagatela, Edifício 1, 4º Andar - 1250-137 LISBOA
- Tel: 211554330 e 935274353
- E-mail: schanoca@bas.pt

Lígia Gata

- Cartório: Av. Dr. Mário Moutinho, Lt 1519, 7º Esq. - 1400-136 LISBOA
- Tel: 213011684
- E-mail: ligiagata007@gmail.com
- Web: www.megaingenium.eu

Manuel Bastos Moniz Pereira

- Cartório: Rua dos Bacalhoeiros 4, 1100-070 LISBOA
- Tel: 218823990 - Fax: 218823997
- E-mail: manuel.pereira@gastao.eu
- Web: www.gastao.eu

Ana Neves

- Cartório: Alameda dos Oceanos 41, K-21, Parque das Nações, 1990-207 LISBOA
- Tel: 213150970
- E-mail: aneves@inventa.com

Ana Isabel Plácido Martins

- Cartório: Rua Feliciano de Castilho, 92, 4150-311 PORTO
- E-mail: anaplacidomartins-211561@adv.oo.pt

André Sarmento

- Cartório: Rua Damião de Góis, nº 56, 4º Andar, apt. 43, 4050-221 PORTO
- Tel: 223 751 032
- E-mail: andrevsarmento@gmail.com

Carlos Miguel Vaz Serra

- Cartório: Edifício Lumnia, Rua da Centieira, nº 61 - 5B, 1800-056 LISBOA
- Tel: 917169727
- E-mail: carlos.miguel@ascenza.rovensa.com

Leila Teixeira

- Cartório: Avenida 24, 803 - 4500-201 ESPINHO
- Tel: 935254856
- E-mail: leilateixeiraa@gmail.com

Cristina de Castro

- Cartório: Rua António Sérgio, 49 - 3º Esq. - 6300-665 GUARDA
- Tel: 965028903
- E-mail: cristinacastro@ipg.pt

Mariana Belo de Oliveira

- Cartório: Rua Domingos Ferreira Pinto Basto, nº 45, 3830 -176 ÍLHAVO - AVEIRO
- Tel: 914913442
- E-mail: marianabelooliveira@gmail.com

Natacha Batista

- Cartório: Rua 9 de Março, nº 63, Cajados - 2965-505 ÁGUAS DE MOURA
- Tel: 916187637
- E-mail: anatachabatista@gmail.com

Raquel Antunes

- Cartório: Rua dos Ilhavos 29, 2825-339 COSTA DA CAPARICA
- Tel.: 913157271
- E-mail: rgaboleiroantunes@gmail.com

Sofia Rebelo Ladeira

- Cartório: Rua Ana de Castro Osório, nº 4 - 5º B- 1500-039 LISBOA
- Tel.: 969267585
- E-mail: ladeira.sofia@gmail.com

Adriana Esteves

- Cartório: Av. Casal Ribeiro, 50 - 3ºandar – 1000-093 LISBOA
- Tel.: 213815050 – Fax: 212831150
- E-mail: aesteves@clarkemodet.com.pt

Cláudia Tomás Pedro

- Cartório: Avenida Duque de Ávila, n.º 46, 6.º – 1050-083 LISBOA
- Tel.: 213408600 Tlm: 966478360
- E-mail: cpedro@ga-p.com

Diana Pereira

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41, K21, Parque das Nações – 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213150970/1 – Fax: 213531352
- E-mail: dpereira@inventacom.com

Inês Sequeira

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41, K21, Parque das Nações – 1990-207 LISBOA
- Tel.: 918860596
- E-mail: isequira@inventa.com

Joel David Rodrigues

- Cartório: Rua Escola do Futebol, n.º 11, 1.º dto. – 8700-258 OLHÃO
- Tel.: 961 108 500
- E-mail: jdcruzrodrigues@gmail.com

Inês Guerra

- Cartório: Av. 5 de Outubro, 16, 2º Esq. - 1050-056 LISBOA
- Tel.: 217801963
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

Luísa Azevedo Soares Rodrigues

- Cartório: Rua António da Silveira, 131– 2765-300 ESTORIL
- Tel.: 914431158
- E-mail: marialuisa.rodrigues@gmail.com

Miguel Bibe

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41, K21, Parque das Nações– 1990-207 LISBOA
- Tel.: 918759849
- E-mail: mbibe@inventa.com

Tiago Andrade

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 10-A – 1200-442 LISBOA
- Tel.: 213475020
- E-mail: tiagoandrade@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

Cláudia Alexandra Maia do Couto

- Cartório: Av. Casal Ribeiro, 50 - 3º andar - 1000-093 LISBOA
- Tel: 213 815 050
- E-mail: ccouto@clarkemodet.com

Cristina Maria Sanches Simões de Faria

- Cartório: Rua António Livramento, n.º3, -5ºC 1600-371 LISBOA
- Tel: 960290166
- E-mail: csdefaria@gmail.com

Diogo de Almeida Antunes

- Cartório: Alameda dos Oceanos 41 K 21-1991-207 LISBOA
- Tel. 21 3150970 – Tlm: 925835323
- E-mail: dantunes@inventa.com

Dulce Varandas Andrade

- Cartório: Rua da Vilarinha, n. 543, 4100-515 - PORTO
- Tel.: 962043227
- E-mail: dulce.varandas@gmail.com

Filipa João da Gama Franco Marques Pereira

- Cartório: Rua Victor Cordon, n.º 10 - A - 1249-103 LISBOA
- Tlm.: 910075582
- E-mail: filipapereira@jpcruz.pt

Inês Duarte Tavares

- Cartório: Av. Fontes Pereira de Melo, 42, 1050-119 LISBOA
- Tel.: (+351) 213 197 322 | (+351) 938 433 217
- E-mail: ines.duartetavares@plmj.pt
- Web: www.plmj.com

Joana Alves Coelho

- Cartório: Praça General Humberto Delgado, 267 - 3º salas 1 e 2 - 4000-288 PORTO
- Tel.: 222012603 - Fax: 222012605
- E-mail: jac@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

Miguel Filipe Duarte

- Cartório: Faculdade de Medicina da Universidade de LISBOA,
Avenida Professor Egas Moniz, 1649-028 LISBOA
- Tel.: (+351) 217 999 411 - ext: 47020
- E-mail: miguel.duarte@medicina.ulisboa.pt

Vera Lúcia Faria Viola Gonçalves

- Cartório: Rua Dr. Herminio Laborinho, n.º 13 - 2500-214 CALDAS DA RAINHA
- Tel.: 914287287
- E-mail: vera.viola.goncalves@gmail.com

Diogo Frada Almeida

- Cartório: Rua Castilho n.º 165 - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 213817400- Fax: 213826629
- E-mail: dfalmeida@mlgts.pt
- Web: www.mlgts.pt

Joana Eugénio

- Cartório: Av. Sidónio Pais 379, Ed. Hoechst, Sala 1.14 - 4100-468 PORTO
- Tel.: 220167495 / 917814970
- E-mail: joanaeugenio@jpcruz.pt

Júlia Alves Coutinho

- Cartório: Rua da Ilha Terceira, 1, 3º Direito, 1000-171 LISBOA
- E-mail: juliaalvescoutinho@gmail.com

Maria João Carapinha

- Cartório: Largo Samwell Dinis, n.º 3 - 2.º Dto.- 2820-491 ALMADA
- Tel.: 926224774
- E-mail: mariajoacarapinha@gmail.com

Margarida Rossi

- Cartório: Rua Infante D. Henrique 34 - 4780-482 SANTO TIRSO
- Tel.: 919455946
- E-mail: margarida.rossi@gmail.com

Miguel Maia

- Cartório: Edifício Net -Rua de Salazares, n.º 842 - 4149-002- PORTO
- Tel.: 220 028 916
- E-mail: miguel.maia@patents.pt
- Web: www.patentree.eu

Pedro Rebelo Tavares

- Cartório: Rua Nossa Senhora de Fátima, 177, Piso 7 - 4050-427 PORTO
- Tel.: 223715485 / 916589604 - Fax: 223723285
- E-mail: pedro.tavares@pra.pt

Sílvia Vieira

- Cartório: Edifício Net - Rua de Salazares, n.º 842 - 4149-002 PORTO
- Tel.: 220028916
- E-mail: silvia.vieira@patents.pt
- Web: www.patentree.eu

Vitor Sérgio Moreira

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41K, 21 - Parque das Nações - 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213150970 - Fax: 213531352
- E-mail: vmoreira@inventia.com

Luisa Resende Castro

- Cartório: Av. Casal Ribeiro, 50 – 3ºandar- 1000-093 LISBOA
- Tel.: 213815050
- E-mail: luisarezendecastro@gmail.com

Marisol Cardoso

- Cartório: Alameda dos Oceanos 41 K-21 - 1990-207 LISBOA
- E-mail - mcardoso@inventia.com
- Tel.: 213150970

José Maria Lopes Pires Santos Quelhas

- Cartório: Av. Fontes Pereira de Melo, 43 - 1050-119 LISBOA
- E-mail: josemaria.quelhas@plmj.pt
- Tel.: 211592504

Francisco Branco Pardal

- Cartório: Av. EUA 61, 2 esq. 1700-165 LISBOA
- E-mail: franciscobpardal@gmail.com

Vasco Granate

- Cartório: Av.ª Fontes Pereira de Melo, 43, 1050-119 LISBOA
- E-mail: vasco.granate@plmj.pt
- Tel.: 213197303

Maria João Nunes

- Cartório: Rua Nova de Almada 29, 2640-411 – MAFRA
- E-mail: mariajoaodecamposnunes@gmail.com
- Tel.: 916219056

Beatriz Pereira da Cruz

- Cartório: Rua das Janelas Verdes. N.º 128 2º Andar, 1200-692 - LISBOA
- E-mail: beatrizpcruz@hotmail.com

Madalena Pacheco

- Cartório: Rua Tomás Ribeiro, n.º 45 - 2º Andar, 1050-225 - LISBOA
- E-mail: madalena.pacheco@rcf.pt
- Tel.: 210545512 - Fax: 213978754
- Web: www.rcf.pt

António Aragão

- Cartório: Rua Tomás Ribeiro, n.º 45 – 2º Andar, 1050-225 LISBOA
- Tel.: 210545500
- E-mail: antonio.aragao@rcf.pt
- Web: www.rcf.pt

Andreia Pereira

- Cartório: Rua Tomás Ribeiro, n.º 45 – 2º Andar, 1050-225 - LISBOA
- E-mail: andreia.pereira@rcf.pt
- Tel.: 210545500 - Fax: 213978754
- Web: www.rcf.pt

Catarina Azevedo Fernandes

- Cartório: Av.ª General Humberto Delgado, 181, 4800-158 - GUIMARÃES
- E-mail: catarinaazevedo@gamalobomelo.com
- Tel.: 253421600

Diana Andrade Sands

- Cartório: Rua Vitorino Nemésio, 107 - Rés do Chão Direito - 4050-638 PORTO
- E-mail: diana.faustino.andrade@gmail.com
- Tel.: 925585334

Rui Manuel Silva

- Cartório: Praça Doutor Teixeira de Aragão 7, 3º Direito, 1500-251 LISBOA
- Tlm.: 914024203
- E-mail: ruimsilva3@gmail.com

Alexandra Oliveira

- Cartório: Rua dos Bacalhoeiros, 4, 1100-070 LISBOA
- Tel.: 218823990 – Tlm.: 913643170
- E-mail: alexandra.oliveira@gastao.com
- Web: www.gastao.com

Inês Falcão Rovisco

- Cartório: Rua dos Bacalhoeiros, 4 - 2º andar, 1100-070 LISBOA
- Tel.: 218823990 – Tlm.: 939624767
- E-mail: ines.rovisco@gastao.com

Manuel Gil Fernandes

- Cartório: Rua Sousa Martins, 16, 1º A, 1050-218 LISBOA
- Tlm.: 919902476
- E-mail: manelmgil@gmail.com

Susana Couto Gonçalves

- Cartório: Casal Ribeiro, 50, 3º dto, 1000-091 LISBOA
- Tlm.: 917938762
- E-mail: sgoncalves@clarkemodet.com

João Carlos Assunção

- Cartório: Avenida da Liberdade, 212, S/L Esquerdo, 1250-147 LISBOA
- Tel.: 210540860 - Tlm.: 962104158
- E-mail: jca@nlp.legal
- Web: www.nlp.legal

Elizabete Coutinho

- Cartório: Rua 1º de Maio, nº 8, Soutelo, 3850-587 Branca, ALBERGARIA-A-VELHA
- Tlm.: 913839747
- E-mail: elizabeteccoutinho@gmail.com

Antonieta Ribeiro

- Cartório: Instituto Superior Técnico – Avenida Rovisco Pais, 1049-001 LISBOA
- Tel.: 218417391
- E-mail: antonieta.ribeiro@tecnico.ulisboa.pt
- Web: <https://tecnico.ulisboa.pt/>

Carla Andrade Silva

- Cartório: Avenida José Gomes Ferreira, 15 – 3º L, 1495-139 ALGÉS
- Tel.: 213241530
- E-mail: carla.silva@agcunhaferreira.pt

PROCURADORES AUTORIZADOS

(Os Procuradores Autorizados são pessoas singulares que, não sendo Agentes Oficiais da Propriedade Industrial, podem praticar actos e termos do processo, juntando, para o efeito, procuração simples e com poderes especiais para cada processo)

Artur Almeida Pinto Furtado da Luz

- Cartório: Rua da Madalena, 214 – 4º – 1100-325 LISBOA
- Tel.: 21 8870657 – Fax: 21 8879714
- E-mail: abpatentiena@mail.telepac.pt

Carlos António dos Santos Rodrigues

- Cartório: Rua da Madalena, 214 – 4º – 1100-325 LISBOA
- Tel.: 21 8870657 – Fax: 21 8879714
- E-mail: abpatentiena@mail.telepac.pt

Ruy Pelayo de Sousa

- Cartório: Rua de Sá da Bandeira, 706 – 2º Esq. – 4000-432 PORTO
- Tel.: 22 2046120 – Fax: 22 2080728
- E-mail: geral@arlindodesousa.pt
- Web: www.arlindodesousa.pt

Carmen Ferreira Furtado da Luz de Oliveira e Silva

- Cartório: Rua Sousa Martins, N.º 10 - 7º – 1050-218 LISBOA
- Tel.: 21 3876961 – Fax: 21 3877596
- E-mail: furtado.marcas@netcabo.pt

Luís Reinaldo de Oliveira e Silva

- Cartório: Rua Maria Pia, 20 - 3º Dto. – 1350-208 LISBOA
- Tel.: 21 3951814 – Fax: 21 3951842
- E-mail: publamarca@iol.pt

Carlos Eugénio Reis Nobre

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41K-21, Parque das Nações – 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213 150 970 - Fax: 213 531 352
- E-mail: portugal@inventacom.com
- Web: www.inventa.pt

Maria Margarida Gomes Sanches Nunes

- Cartório: Av. António José Gomes, 60 - B - 1º E, Apartado 175 – 2801-902 ALMADA
- Tel.: 21 2744129 e 21 2768069 – Fax: 21 2740012
- E-mail: guimarque@guimarque.pt

José Roger Pimenta Rodrigues

- Cartório: Praça Francisco Sá Carneiro, 3 – 4º - Apartado 2874 – 1000-159 LISBOA CODEX
- Tel. 21 8461705 – Fax 21 8478686