

BOLETIM DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Nº 2022/11/14 (221/2022)

14 de novembro de 2022

Sumário

Aviso.....	2
Códigos	2
TRIBUNAIS	6
Decisões judiciais relativas a processos de propriedade industrial	6
Sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual – Juiz 1, proferida no processo de registo de logótipo n.º 50654, julga recurso improcedente, mantém o despacho de concessão proferido pelo INPI. O acórdão do TRL - secção da propriedade intelectual e da concorrência, regulação e supervisão julga procedente a apelação, revoga a decisão e recusa o registo. Não foi admitido o recurso de revista interposto pela recorrida.	6
PATENTES DE INVENÇÃO	73
Pedidos - BBKA/1A.....	73
Patentes europeias vigentes em Portugal - FG4A.....	74
Caducidades por falta de pagamento de taxa - MM3A	75
Caducidades por falta de pagamento de taxa - Patente europeia - MM4A	76
Averbamentos - Patente europeia - PD1A, PD3A, PC1A, PC3A	77
Outros Atos - Patente europeia - HK4A.....	78
MODELOS DE UTILIDADE	79
Exames nacionais requeridos	79
REGISTO NACIONAL DE MARCAS.....	80
Pedidos	80
Concessões	93
Recusas.....	94
Renovações	95
Averbamentos.....	96
Desistências.....	97
Outros Atos.....	98
Pedidos e Avisos de Deferimento de Revalidação.....	99
REGISTO INTERNACIONAL DE MARCAS	100
Concessões	100
REGISTO DE LOGÓTIPOS	101
Pedidos	101
Recusas.....	103
Renovações	104
Caducidades por sentença	105
Averbamentos.....	106
AGENTES OFICIAIS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL	107
PROCURADORES AUTORIZADOS	128

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 — Qatar.
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 — Zimbabwe.

(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**

Sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual – Juiz 1, proferida no processo de registo de logótipo n.º 50654, julga recurso improcedente, mantém o despacho de concessão proferido pelo INPI. O acórdão do TRL - secção da propriedade intelectual e da concorrência, regulação e supervisão julga procedente a apelação, revoga a decisão e recusa o registo. Não foi admitido o recurso de revista interposto pela recorrida.



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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: tribuna.lp.intelectual@tribunais.org.pt

Recurso de Propriedade Industrial**SENTENÇA****1. Relatório**

Recorrente: PIRELLI & C. S.p.A.

Recorrido/a: GARAGEM FERNANDO E PINTO, LDA.

Foi interposto recurso do despacho do Senhor Diretor do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), proferido por subdelegação de competências do Conselho Diretivo, do mesmo Instituto, que concedeu o pedido registo do logótipo n.º 50654, com a seguinte configuração:



O/A recorrente alegou, em síntese que o pedido de registo devia ser recusado, na medida em que o logótipo é imitação das suas marcas  e . Alegou ainda que a sua marca é notória e de prestígio

Foi dado cumprimento ao disposto no artigo 42.º do Código da Propriedade Industrial, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 110/2018, de 10/12.

Foi citada a parte contrária que veio apresentar contestação, pugnando no sentido de ser mantida a decisão do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

2. Questões a decidir

Em face das posições assumidas nestes autos, a questão a decidir é a de saber se se verificam os pressupostos de concessão do registo da marca em causa nestes autos.

3. Saneamento

O Tribunal é competente.

O processo é o próprio e não existem nulidades que o invalidem.

As partes têm personalidade e capacidade judiciárias e são legítimas.

Não existem outras exceções ou questões prévias de que cumpra conhecer e que obstem ao conhecimento do mérito da causa.

4. Fundamentação

4.1. Fundamentação de facto

4.1.2. Factos provados

Com relevância para a decisão do presente recurso, na sequência da análise da prova documental, resultam provados os seguintes factos:

a) Por despacho de 4/2/2021, o Senhor Diretor do Departamento de Marcas e Desenhos ou Modelos do INPI, por subdelegação de competências do Conselho



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

Diretivo, concedeu o registo da marca nacional n.º 50654, com a seguinte configuração:



- a) A marca referida assinala os seguintes MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMÓVEIS:

Cfr. teor da decisão constante do processo de registo, remetido aos autos pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial;

- b) A recorrente é titular da Marca da União Europeia n.º 17451162, requerido em 07.11.2017 e concedido em 08.05.2018 para assinalar, entre outros, produtos na classe 12 e serviços na classe 37, com a seguinte configuração:



- c) A recorrente é titular da marca União Europeia n.º 17451147, requerido em 07.11.2017 e concedida em 08.05.2018 para assinalar, entre outros, produtos na classe 12 e serviços na classe 37, com a seguinte configuração:



- d) A recorrente foi fundada em Milão no ano de 1872, após o que iniciou a expansão internacional do seu negócio nos primeiros anos do século XX, sendo hoje reconhecida pela sua tecnologia de ponta, pela excelência da sua produção



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

e pela sua paixão pela inovação – cf. <https://corporate.pirelli.com/corporate/en-ww/aboutus/history> ou documento que a recorrente junta como Doc. n.º 3.

- e) Atualmente, os pneus da marca da Recorrente são vendidos em mais de 160 países, através de uma rede que conta com mais de 14 mil distribuidores e retalhistas e com um volume de receitas que em 2018 de cerca de 5,2 mil milhões de Euros – cf. <https://corporate.pirelli.com/corporate/en-ww/aboutus/pirelli-in-brief> ou documento que a recorrente junta como Doc. n.º 4.
- f) A marca é igualmente conhecida por estar há muito associada aos desportos motorizados, sendo desde 2011 a fornecedora exclusiva de pneus e um dos principais patrocinadores do Campeonato de Fórmula 1™ – cf. <https://www.pirelli.com/tyres/en-ww/motorsport/f1/tyres> ou documento que a recorrente junta como Doc. n.º 5.
- g) Na época de 2018, a associação da marca / ao Campeonato de Fórmula 1 resultou em quase cinco horas de exposição da marca como patrocinadora do evento e em mais de 10 horas de exposição publicitária, o que corresponde à maior exposição de marca de entre os principais parceiros da Fórmula 1™ – Documento que a recorrente junta como Doc. n.º 6.
- h) Em associação ao desporto motorizado, a Recorrente é também a fornecedora oficial de pneus do Campeonato Mundial de Superbikes da FIM, com presença



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

também em provas de rally desde o início da modalidade nos anos de 1970 – cf.

<https://www.pirelli.com/tyres/en-ww/motorsport/superbike> e

<https://www.pirelli.com/tyres/en-ww/motorsport/rally> ou documentos que a recorrente junta como Doc. n.º 7 e Doc. n.º 8.

- i) No que respeita a modalidades desportivas não motorizadas, a marca da recorrente está associada à equipa de futebol italiana Inter de Milão - cf. <https://www.pirelli.com/global/en-ww/life/pirelli-and-inter-together-through-times-for-two-decades-of-passion> e <https://www.inter.it/en/partner> ou documentos que a recorrente junta como Docs. n.º 9 e 10.
- j) O patrocínio da Pirelli àquele clube de futebol resulta na exposição das marcas da recorrente junto de milhões de adeptos e fãs espalhados por todo o mundo, seja pela aposição da marca no equipamento dos jogadores, seja através da venda de produtos de merchandising e produtos licenciados associados ao universo do Inter de Milão – documento que a recorrente junta como Doc. n.º 11.
- k) O envolvimento da Pirelli com o mundo desportivo estende-se a várias outras modalidades, como, por exemplo, o patrocínio do campeonato mundial de ski alpino de 2017 ou o patrocínio da equipa dos Emirados Árabes Unidos da mais prestigiada regata do mundo, a America's Cup – documentos que a recorrente junta como Doc. n.º 12 e Doc. n.º 13.



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

- l) As competições de futebol em que o Inter de Milão participa e os demais eventos desportivos às quais as marcas da recorrente estão associadas são seguidos por milhões de adeptos e fãs em todo o mundo.
- m) A Recorrente e as suas marcas / são igualmente mundialmente conhecidas pelo “Calendário PIRELLI”, que tem sido editado desde 1964, também conhecido por “The Cal™”, o qual começou por ser uma oferta para os parceiros da Recorrente e depressa se tornou em algo que a marca posiciona como uma afirmação cultural artística que exhibe a obra de alguns dos fotógrafos mais famosos – cf. <https://www.pirelli.com/global/en-ww/articles/tag/pirelli-calendar> ou documento que a recorrente junta como Doc. n.º 14.
- n) Nos anos de 2014 e 2013, a marca foi identificada pelo agregador de rankings Ranking the Brands como ocupando, respetivamente, o quinto e o sexto lugar na lista das marcas de pneus mais valiosas – Documentos que a recorrente junta como Doc. n.º 15 e Doc. n.º 16.
- o) Em 2016, a marca foi também considerada pelo Reputation Institute uma das 100 mais prestigiadas marcas do mundo em 15 países, incluindo França, Alemanha, Itália, Espanha e o Reino Unido - Documento que a recorrente junta como Doc. n.º 17.
- p) No ano de 2018, o relatório anual das marcas mais valiosas do sector automóvel, componentes automóveis e pneus da Brand Finance considerou a a



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

segunda marca de pneus mais forte e a sétima mais valiosa – Documento que a recorrente junta como Doc. n.º 18.

- q) A Lamborghini, a Maserati ou a McLaren frequentemente se associam à Pirelli em comunicações publicitárias – Documento que a recorrente junta como Doc. n.º 18.

4.1.3. Factos não provados e outra matéria

Não se provaram quaisquer outros factos passíveis de afetar a decisão de mérito, em face das possíveis soluções de direito, e que, por conseguinte, importe registar como não provados.

Também não foi considerada matéria conclusiva, conceptual, de direito ou sem relevo.

Ou seja, toda a matéria constante dos requerimentos, não considerada nos factos provados, foi entendida pelo tribunal como sendo matéria conclusiva, conceptual, de direito ou sem relevo para a decisão a proferir, em face das possíveis soluções de direito.

4.2. Fundamentação de direito

A recorrente invoca que a sua marca é marca de prestígio.

Da marca de prestígio



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

Nos termos do disposto no artigo 235.º, do Código da Propriedade Industrial, “sem prejuízo do disposto no artigo anterior, o pedido de registo é igualmente recusado se a marca, ainda que destinada a produtos ou serviços sem identidade ou afinidade, constituir tradução, ou for igual ou semelhante, a uma marca anterior registada que goze de prestígio em Portugal ou na União Europeia, se for marca da União Europeia, e sempre que o uso da marca posterior procure tirar partido indevido do carácter distintivo ou do prestígio da marca, ou possa prejudicá-los”.

Contrariamente ao disposto no artigo 234.º, este artigo estabelece uma exceção ao princípio da especialidade.

De acordo com este princípio, a marca tem a virtualidade de permitir que o consumidor distinga os produtos ou serviços dos diversos concorrentes, e assim garantir que a origem dos produtos ou serviços que adquire é, sem risco de confusão, a que está sinalizada. Nessa medida, exige-se, como regra, a estreita relação entre o sinal e os produtos.

As marcas de prestígio permitem que se estenda a proteção dada pelo sinal a produtos ou serviços sem identidade ou afinidade com os que são objeto de registo, conferindo-se nessa medida um direito absoluto à marca.



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

Neste contexto, a consideração de marca de prestígio deve ser excecional, a fim de não desvirtuar o princípio da especialidade, nem causar a banalização de marcas. Em qualquer dos casos, a excecionalidade que se deve verificar visa garantir o funcionamento dos princípios de mercado livre e iniciativa privada.

De acordo com o dicionário Priberam da língua portuguesa, disponível através da ligação <https://dicionario.priberam.org//>, com relevância para o contexto m análise, o vocábulo prestígio significa:

- Influência, importância de algo ou alguém tido como admirável.
- Valor associado às qualidades de algo ou alguém;
- Algo que tem poder de atração, sendo sinónimo de encanto, fascinação e sedução.

Parece, pois, evidente que uma marca de prestígio tem que ser uma marca com poder de atração, à qual a maioria do público atribua valor ou importância, ainda que entre esse público, a maioria possa nem ser consumidor da marca. Pense-se, por exemplo, em marcas de produtos de preços muito elevados que, pese embora gozem de prestígio, apenas um grupo mais restrito de consumidores os adquire efetivamente.



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

Assim, pese embora a lei não determine a forma de aferir do prestígio de uma marca, deixando tal densificação ao intérprete, caberá ao titular de marca, alegadamente de prestígio, fazer a alegação e prova de tal circunstancialismo, sem prejuízo do disposto no artigo 412.º, do Código de Processo Civil, no que toca ao tratamento quanto a factos notórios, em que claramente se podem inserir os relativos a marca de prestígio. A lei também não impõe algum tipo de prova particular ou especial para que se afira do prestígio de uma marca. Podem ser considerados para esse efeito, entre outros, factos como quotas de mercado, alcance geográfico, número de lojas, publicidade e marketing desenvolvido, tempo de existência da marca.

No presente caso, face aos factos apurados, a marca da recorrente deve ser considerada de prestígio.

Assim, para que se aplique o regime deste artigo é necessário que além do reconhecimento de prestígio, se verifiquem os seguintes requisitos:

- a **imitação, tradução ou semelhança** de sinal;
- a existência de uma **marca registada anteriormente** à marca pretendida registar;
- que assinale quaisquer **produtos ou serviços**;



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

- sempre que:

- o uso da marca posterior (visada registar) procure tirar partido indevido do carácter distintivo ou do prestígio da marca;
- ou possa prejudicá-los.

No presente caso, a marca da recorrente é anterior ao logótipo da recorrida.

Cumprir verificar se existe imitação.

Para efeitos de aferição da imitação ou semelhança, há que apelar ao critério do artigo 238.º, al. c), do Código da Propriedade Industrial.

Este requisito é relativo à suscetibilidade de induzir em confusão ou erro. Traduz-se, quer na toma de um sinal por outro, quer na consideração pelo consumidor da existência de uma putativa identidade de marcas/sociedades, na realidade inexistentes, com eventuais ganhos ou benefícios indevidos para a marca (neste caso, logótipo) registanda, em desfavor da titular da marca prioritária.

Na avaliação a fazer, impõe-se atender à impressão do conjunto, a mais relevante e sensibilizadora ao olhar do público alvo, que é em regra feita num exame comparativo rápido, intuitivo e sintético - (cf., Professor Carlos Olavo, Propriedade Industrial, Volume I, Almedina, 2005, página 102).

Conforme refere o Ac. STJ proferido no processo 124/14.7YHLSB.L1.S1, de 22.4.2004, é a imagem do todo que melhor se grava na memória e não as eventuais



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

dissemelhanças detetadas numa avaliação isolada. Contudo, nas marcas mistas, na avaliação da novidade dos respetivos sinais importa ainda não menosprezar a frequente predominância dos elementos nominativos, sobretudo os fonéticos, por virtude destes últimos serem, regra geral, os mais retidos na memória do público, em detrimento da respetiva grafia, figuras ou desenhos (cfr. Carlos Olavo, na obra citada).

O padrão a considerar na análise a fazer é a do olhar do consumidor médio daqueles produtos, ou seja, do público alvo da marca em apreço, um cidadão comum, nem excessivamente distraído e iletrado, nem especialmente culto, conhecedor, atento, analítico e sagaz – cfr. Ac STJ nº 1B1009 de 3.5.2001.

Importa ainda considerar, como decorre do Ac. do STJ nº 3B3971, de 25.3.2004, na senda dos ensinamentos do Prof Ferrer Correia, que, muitas das vezes, nessa avaliação comparativa de um produto marcado com um sinal semelhante a outro, seu já conhecido, o consumidor não detém à sua frente os dois produtos para os comparar. Por conseguinte, adquire o produto convicto que aquela marca é a que retinha na memória.

Vejamos:



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

Sinais prioritários	Sinal impugnado
	
	

Do ponto de vista fonético, não existe qualquer identidade. Os sinais prioritários são marcados, um apenas pela letra P, e o outro, pela palavra PIRELLI. No caso do logótipo em impugnação, o sinal é marcado pelos dizeres GARAGEM PINTO.

Do ponto de vista gráfico ou figurativo não existe qualquer identidade nas cores utilizadas. O único aspeto que se pode considerar com alguma semelhança é o formato da letra P, em que a barriga da letra se apresenta alongada, acompanhando os dizeres da palavra PINTO, tal como no caso da marca da recorrente com a palavra PIRELLI. Esta semelhança é, porém, diluída pelas cores utilizadas e pela antecedência de um outro símbolo, sob o qual se encontra a palavra GARAGEM, tendo por cima uma bandeira de sinalização em corridas automóveis. Assim, estes elementos que a marca da recorrida evidencia são de tal forma diferentes que permitem distinguir sem dúvidas, do ponto de vista gráfico ou figurativo, o sinal registando da marca da recorrente.

Do ponto de vista conceptual, não existe qualquer identidade entre os sinais.



Processo: 168/21.2YHLSB
Referência: 460781

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

É, pois, inequívoco que não existe imitação da marca da recorrente, pelo que, mesmo sendo marca de prestígio, não pode, neste caso, obstar ao registo.

Improcede, pois, o recurso, devendo ser mantida a decisão do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

5. Decisão

Pelo exposto, julga-se improcedente o recurso interposto.

*

Custas pela recorrente - (artigo 527º do Código de Processo Civil).

*

Valor da causa: 30.000,01 euros.

*

Registe, notifique e, após trânsito, comunique ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

*

Data e assinatura certificadas eletronicamente.

Assinado em 27-04-2022, por
Paula Doria C. Pott, Juiz Desembargador

Assinado em 27-04-2022, por
Ana Mónica Mendonça Pavão, Juiz Desembargador



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Processo 168/21.2YHLSB.L1

Recurso de Apelação

Sumário: *Efeitos das marcas de prestígio da União Europeia – Requisitos de protecção reforçada – Prestígio intenso – Requisitos da tutela do logótipo nacional – Risco de confusão e risco de associação dos sinais em conflito – artigo 9.º n.º 2 – c) do Regulamento (EU) 2017/1001 – Artigos 235.º e 289.º n.º 2 do Código da Propriedade Industrial*

Palavras chave: Marca de prestígio / Logótipo / Risco de confusão / Risco de associação / Benefício parasitário / Diluição da marca

Recorrente

Pirelli & C. S.p.A., Viale Piero e Alberto Pirelli, 25, I - 20126 Milão, Itália, com o número de identificação fiscal IT 00860340157

Recorrida

Garagem Fernando & Pinto, Lda., Rua Francisco Rocha, n.º 5, 4520 – 605 São João de Ver, Portugal, com o número de identificação fiscal 504438123

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

1. A recorrente, reclamante no procedimento de concessão do logótipo aqui em causa, que correu no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (doravante também INPI) interpôs recurso judicial junto do Tribunal da Propriedade Intelectual (doravante também Tribunal *a quo* ou Tribunal de primeira instância), do despacho do INPI que concedeu o registo do logótipo n.º 50654, para assinalar uma entidade que presta serviços, a pedido da recorrida. **A recorrente pediu a revogação desse despacho e a sua substituição por decisão de recusa do registo do referido logótipo.**
2. A recorrida, respondeu, pugnando pela improcedência do recurso em primeiro grau de jurisdição.
3. **O Tribunal da Propriedade Intelectual, por sentença de 11.11.2021, com a referência Citius 460781, julgou improcedente o recurso, mantendo a decisão que concedeu o registo do logótipo.**



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

Tribunal da Relação de Lisboa

Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

4. Da sentença referida no parágrafo anterior **veio a recorrente interpor o presente recurso para o Tribunal da Relação, pedindo a sua revogação e substituição por acórdão que recuse o registo do logótipo n.º 50654**, invocando, em síntese:
- A recorrente é titular de duas marcas da União Europeia n.ºs 17451162 e 17451147 (doravante também marcas Pirelli), concedidas anteriormente ao logótipo da requerida;
 - São ambas marcas de prestígio;
 - O INPI no despacho recorrido não levou em conta a protecção devida ao prestígio de que gozam as marcas da recorrente;
 - O Tribunal de primeira instância, reconheceu que as marcas da recorrente são de prestígio e que existem algumas semelhanças entre estas e o logótipo da recorrida mas incorreu em erro de julgamento por ter recorrido ao critério previsto no artigo 238.º n.º 1 – c) do Código da Propriedade Industrial, quando tal critério não se aplica quando estão em causa marcas de prestígio;
 - Nos termos do artigo 235.º do Código da Propriedade Industrial e da jurisprudência constante, quer do Tribunal de Justiça da União Europeia, quer do Tribunal Geral da União Europeia, para aplicar a protecção devida às marcas de prestígio, não é necessário que exista risco de confusão entre os sinais em conflito, como julgou o Tribunal *a quo*, bastando que exista um determinado grau de semelhança em razão do qual o público faça uma ligação entre esse logótipo e as marcas de prestígio;
 - Existem semelhanças visuais – uso da letra P alongada, ênfase dada à letra i, mesma estratégia visual ao colocar o remanescente da palavra por baixo do alongamento da letra P – e incorporação, no logótipo da recorrida, da totalidade de um elemento das marcas de prestígio da recorrente, o que, tendo em conta que o logótipo da recorrida assinala a actividade de manutenção e reparação de automóveis e as marcas da recorrente assinalam pneus/componentes para automóveis/serviços de reparação de automóveis, é suficiente para evocar, no espírito do consumidor, a ligação entre as marcas de prestígio e o logótipo em litígio;
 - Em consequência, isso diminui a distintividade das marcas de prestígio aqui em causa, beneficiando a recorrida, injustificadamente, da publicidade e do prestígio de que gozam as marcas da recorrente, sem pagar a esta qualquer retribuição.
5. **A recorrida, contra-alegou**, opondo-se à admissibilidade do recurso (questão prévia já decidida por despacho que admitiu o recurso) e **pugnando pela sua improcedência**. Invocou, em síntese:
- A sentença recorrida considerou não provada a alegação da recorrente de que o despacho do INPI fez uma análise incompleta dos factos alegados na reclamação, quanto à notoriedade e ao prestígio das suas marcas;
 - O Tribunal *a quo* aplicou correctamente o artigo 235.º do Código da Propriedade Industrial e recorreu ao artigo 238.º do mesmo código para complementar a insuficiência dos critérios previstos na primeira disposição legal e poder apreciar se havia imitação;



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

- Não havendo semelhança, nem imitação, não existe risco de associação do logótipo da recorrida com as marcas da recorrente;
- Não existe fundamento para restringir os princípios do livre mercado e da iniciativa privada;
- O recurso perturba a paz jurídica da recorrida, que é uma sociedade familiar com recursos financeiros diferentes dos da recorrente.

Objecto da acção de impugnação judicial na primeira instância

6. Afigura-se que na primeira instância o litígio incidiu essencialmente sobre um dos requisitos de protecção do logótipo da recorrida, que consiste no **respeito os direitos de terceiros, neste caso, o direito às marcas de prestígio, prioritárias, da recorrente e, portanto, em saber se o logótipo deve ser registado**, na medida em que o respeito pelos direitos de terceiros constitui um dos requisitos relativos da tutela do logótipo.
7. O Tribunal de primeira instância, tendo apreciado a semelhança entre os sinais em conflito à luz do risco de confusão no espírito do público, tal como fez o INPI, concluiu que não existe esse risco de confusão e, em consequência, não existindo violação dos direitos de terceiro, confirmou a concessão do registo do logótipo.

Âmbito do presente recurso

8. A recorrente/titular das marcas de prestígio, por discordar da decisão do Tribunal *a quo*, interpôs o presente recurso no qual foram suscitadas as seguintes questões, vertidas nas conclusões:
 - A. **O respeito pelos direitos de terceiros como um dos requisitos relativos da tutela do logótipo**
 - B. **Os requisitos da protecção reforçada devida às marcas de prestígio da União Europeia e o âmbito dessa protecção.**
9. A primeira questão será analisada à luz das noções de marca e logótipo, os dois sinais distintivos aqui em crise, da função desempenhada por cada um deles, dos requisitos da tutela do logótipo previstos no Código da Propriedade Industrial (doravante também CPI) e dos efeitos das marcas de prestígio da União Europeia previstos no Regulamento (EU) 2017/1001 (doravante também RMUE).
10. A segunda questão, será analisada à luz dos requisitos da protecção reforçada conferida pelo RMUE às marcas de prestígio da União Europeia e do âmbito dessa protecção, que resulta da interpretação levada a cabo pelo Tribunal de Justiça da União Europeia (doravante também TJUE), para enfim concluir por que motivos o logótipo requerido pela recorrida não respeita a tutela de que beneficiam as marcas de prestígio de que é titular a recorrente.

Factos provados na sentença recorrida



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

11. Por despacho de 4.2.2021, o Senhor Diretor do Departamento de Marcas e Desenhos ou Modelos do INPI, por subdelegação de competências do Conselho Diretivo, concedeu o registo da marca nacional n.º 50654, com a seguinte configuração:



12. A marca referida assinala os seguintes MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMÓVEIS: Cf. teor da decisão constante do processo de registo, remetido aos autos pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

13. A recorrente é titular da Marca da União Europeia n.º 17451162, requerida em 07.11.2017 e concedida em 08.05.2018 para assinalar, entre outros, produtos na classe 12 e serviços na classe 37, com a seguinte configuração:



14. A recorrente é titular da marca União Europeia n.º 17451147, requerida em 07.11.2017 e concedida em 08.05.2018 para assinalar, entre outros, produtos na classe 12 e serviços na classe 37, com a seguinte configuração:



15. A recorrente foi fundada em Milão no ano de 1872, após o que iniciou a expansão internacional do seu negócio nos primeiros anos do século XX, sendo hoje reconhecida pela sua tecnologia de ponta, pela excelência da sua produção e pela sua paixão pela inovação – cf. <https://corporate.pirelli.com/corporate/en-ww/aboutus/history> ou documento que a recorrente junta como Documento n.º 3.
16. Atualmente, os pneus da marca da Recorrente são vendidos em mais de 160 países, através de uma rede que conta com mais de 14 mil distribuidores e retalhistas e com um volume de receitas [que], em 2018 de cerca de 5,2 mil milhões de Euros – cf. <https://corporate.pirelli.com/corporate/en-ww/aboutus/pirelli-in-brief> ou documento que a recorrente junta como Documento n.º 4.
17. A marca é igualmente conhecida por estar há muito associada aos desportos motorizados, sendo desde 2011 a fornecedora exclusiva de pneus e um dos principais patrocinadores do Campeonato de Fórmula 1™ – cf. <https://www.pirelli.com/tyres/en-ww/motorsport/f1/tyres> ou documento que a recorrente junta como Documento n.º 5.
18. Na época de 2018, a associação da marca / ao Campeonato de Fórmula 1 resultou em quase cinco horas de exposição da marca como patrocinadora do evento e em mais de 10 horas de



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

exposição publicitária, o que corresponde à maior exposição de marca de entre os principais parceiros da Fórmula 1™ – Documento que a recorrente junta como Doc. n.º 6.

19. Em associação ao desporto motorizado, a recorrente é também a fornecedora oficial de pneus do Campeonato Mundial de *Superbikes* da FIM, com presença também em provas de rally desde o início da modalidade nos anos de 1970 – cf. <https://www.pirelli.com/tyres/en-ww/motorsport/superbike> e <https://www.pirelli.com/tyres/en-ww/motorsport/rally> ou documentos que a recorrente junta como Documentos n.º 7 e n.º 8.
20. No que respeita a modalidades desportivas não motorizadas, a marca da recorrente está associada à equipa de futebol italiana Inter de Milão – cf. <https://www.pirelli.com/global/en-ww/life/pirelli-and-inter-together-through-times-for-two-decades-of-passion> e <https://www.inter.it/en/partner> ou documentos que a recorrente junta como Documentos n.º 9 e n.º 10.
21. O patrocínio da Pirelli àquele clube de futebol resulta na exposição das marcas da recorrente junto de milhões de adeptos e fãs espalhados por todo o mundo, seja pela aposição da marca no equipamento dos jogadores, seja através da venda de produtos de merchandising e produtos licenciados associados ao universo do Inter de Milão – documento que a recorrente junta como Documento n.º 11.
22. O envolvimento da Pirelli com o mundo desportivo estende-se a várias outras modalidades, como, por exemplo, o patrocínio do campeonato mundial de ski alpino de 2017 ou o patrocínio da equipa dos Emirados Árabes Unidos da mais prestigiada regata do mundo, a *America's Cup* – documentos que a recorrente junta como Documentos n.º 12 e n.º 13.
23. As competições de futebol em que o Inter de Milão participa e os demais eventos desportivos às quais as marcas da recorrente estão associadas são seguidos por milhões de adeptos e fãs em todo o mundo.
24. A recorrente e as suas marcas são igualmente mundialmente conhecidas pelo “Calendário PIRELLI”, que tem sido editado desde 1964, também conhecido por “*The Cal™*”, o qual começou por ser uma oferta para os parceiros da recorrente e depressa se tornou em algo que a marca posiciona como uma afirmação cultural artística que exhibe a obra de alguns dos fotógrafos mais famosos – cf. <https://www.pirelli.com/global/en-ww/articles/tag/pirelli-calendar> ou documento que a recorrente junta como Documento n.º 14.
25. Nos anos de 2014 e 2013, a marca foi identificada pelo agregador de rankings *Ranking the Brands* como ocupando, respetivamente, o quinto e o sexto lugar na lista das marcas de pneus mais valiosas – Documentos que a recorrente junta como Documentos n.º 15 e n.º 16.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

26. Em 2016, a marca foi também considerada pelo *Reputation Institute* uma das 100 mais prestigiadas marcas do mundo em 15 países, incluindo França, Alemanha, Itália, Espanha e o Reino Unido - Documento que a recorrente junta como Documento n.º 17.
27. No ano de 2018, o relatório anual das marcas mais valiosas do sector automóvel, componentes automóveis e pneus da *Brand Finance* considerou a segunda marca de pneus mais forte e a sétima mais valiosa – Documento que a recorrente junta como Documento n.º 18.
28. A Lamborghini, a Maserati ou a McLaren frequentemente se associam à Pirelli em comunicações publicitárias – Documento que a recorrente junta como Documento n.º 18.

Factos não provados na sentença recorrida

29. Não se provaram quaisquer outros factos passíveis de afetar a decisão de mérito, em face das possíveis soluções de direito, e que, por conseguinte, importe registar como não provados.
30. Também não foi considerada matéria conclusiva, conceptual, de direito ou sem relevo.
31. Ou seja, toda a matéria constante dos requerimentos, não considerada nos factos provados, foi entendida pelo tribunal como sendo matéria conclusiva, conceptual, de direito ou sem relevo para a decisão a proferir, em face das possíveis soluções de direito.

Apreciação do recurso

Nota preliminar

Factos provados e documentos que este Tribunal leva em conta

32. No que diz respeito aos factos provados, constantes da sentença recorrida, acima transcritos nos parágrafos 11 a 28, importa conjugá-los com os documentos juntos aos autos, que este Tribunal leva em conta nos termos dos artigos 607.º n.º 4, segunda parte, aplicável por força do artigo 663.º n.º 2, do Código de Processo Civil (CPC).
33. Neste contexto, o que resulta do teor do despacho proferido pelo INPI, de 4.2.2021, mencionado pelo Tribunal *a quo* (cf. parágrafos 11 e 12 supra), não é a concessão do registo de uma marca com o n.º 50654, como mencionado na sentença recorrida, mas **a concessão do registo do logótipo com o n.º 50654 para assinalar uma entidade que presta serviços de manutenção e reparação de veículos automóveis – cf. documento junto com a referência Citius 89192, aí designado por 11-6-2021 - Decisão [Doc.1414]**. Assim, não só é essa a designação legal do sinal em crise como a mesma não é controversa entre as partes.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

34. Com base no documento e nas disposições legais mencionadas no parágrafo 33, este Tribunal conclui ainda que, quando a sentença recorrida menciona as classes de produtos e serviços assinalados pelas marcas da recorrente (cf. parágrafos 13 e 14, supra) tais classes são as constantes da Classificação de Nice, que é um sistema internacional de classificação de produtos e serviços para pedidos de registo de marcas da União Europeia, que pode ser consultado no Portal do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia [<https://euipo.europa.eu/ohimportal/pt/nice-classification>]. Assim, resulta da Classificação de Nice e dos factos provados, mencionados nos parágrafos 16, 17, 19, 25 e 27 que as marcas da recorrente, para a análise que releva na presente acção, assinalam pneus e componentes de automóveis (produtos da classe 12 da Classificação de Nice) e a manutenção/reparação de automóveis (serviços da classe 37 da Classificação de Nice).

Doutrina e jurisprudência do TJUE que o Tribunal menciona na decisão

35. Para decidir o presente recurso este Tribunal acompanha a seguinte doutrina, que pontualmente será referida na fundamentação que se segue: *Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, Noções Fundamentais, 2.ª Edição, Almedina, páginas 211 a 320 e 349 a 355; Código da Propriedade Industrial Anotado, Coordenação: Luís Couto Gonçalves, Almedina, páginas 84 a 86, 940 e 949.*

36. Além da doutrina acima mencionada, este Tribunal fundamenta a decisão na interpretação do TJUE constante dos seguintes acórdãos que serão igualmente mencionados infra: C-39/97; C-375/97; C-252/07; C-487/07; C-323/09; C-603/14 [publicados em https://curia.europa.eu/jcms/jcms/_6/pt/].

Disposições legais relevantes

37. São os seguintes os principais textos/disposições legais que o Tribunal considera relevantes para a decisão de mérito, que serão mencionados infra:

Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia

Artigo 21.º

Não discriminação

1. É proibida a discriminação em razão, designadamente, do sexo, raça, cor ou origem étnica ou social, características genéticas, língua, religião ou convicções, opiniões políticas ou outras, pertença a uma minoria nacional, riqueza, nascimento, deficiência, idade ou orientação sexual.
2. No âmbito de aplicação dos Tratados e sem prejuízo das suas disposições específicas, é proibida toda a discriminação em razão da nacionalidade.

Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia

Artigo 288.º

Para exercerem as competências da União, as instituições adotam regulamentos, diretivas, decisões, recomendações e pareceres.

O regulamento tem carácter geral. É obrigatório em todos os seus elementos e diretamente aplicável em todos os Estados-Membros.

A diretiva vincula o Estado-Membro destinatário quanto ao resultado a alcançar, deixando, no entanto, às instâncias nacionais a competência quanto à forma e aos meios.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

A decisão é obrigatória em todos os seus elementos. Quando designa destinatários, só é obrigatória para estes.
As recomendações e os pareceres não são vinculativos.

Regulamento (EU) 2017/1001 sobre a marca da União Europeia ou RMUE

Considerando (11)

A proteção conferida pela marca da UE, cujo objetivo consiste nomeadamente em garantir a função de origem da marca, deverá ser absoluta em caso de identidade entre a marca e o sinal e entre os produtos ou serviços. A proteção deverá também poder ser invocada em caso de semelhança entre a marca e o sinal e entre os produtos ou serviços. Há que interpretar a noção de semelhança em função do risco de confusão. O risco de confusão, cuja avaliação depende de numerosos fatores, nomeadamente do conhecimento da marca no mercado, da associação que pode ser estabelecida com o sinal utilizado ou registado, do grau de semelhança entre a marca e o sinal e entre os produtos e os serviços designados, deverá constituir uma condição específica da proteção.

Considerando (13)

Pode existir confusão quanto à origem comercial dos produtos ou serviços se uma empresa utilizar como designação comercial o mesmo sinal, ou um sinal semelhante, de tal forma que seja possível estabelecer um nexo entre a designação da empresa e os respetivos produtos ou serviços. Por conseguinte, a violação de uma marca da UE deverá incluir igualmente a utilização do sinal enquanto designação comercial ou designação semelhante, desde que a utilização seja feita para fins de distinção dos produtos ou serviços.

Artigo 8.º n.ºs 1 e 5

Motivos relativos de recusa

1. Após oposição do titular de uma marca anterior, o pedido de registo de marca é recusado:

- a) Sempre que esta seja idêntica à marca anterior e sempre que os produtos ou serviços para os quais a marca é pedida sejam idênticos aos produtos ou serviços para os quais a marca está protegida;
- b) Quando, devido à sua identidade ou semelhança com a marca anterior e devido à identidade ou semelhança dos produtos ou serviços designados pelas duas marcas, exista risco de confusão no espírito do público do território onde a marca anterior está protegida; o risco de confusão compreende o risco de associação com a marca anterior. (...)

(...) 5. Mediante oposição do titular de uma marca registada anterior na aceção do n.º 2, o pedido de registo de uma marca idêntica ou semelhante à marca anterior é rejeitado, independentemente de essa marca se destinar a ser registada para produtos ou serviços idênticos, afins ou não afins àqueles para os quais a marca anterior foi registada, sempre que, no caso de uma marca da UE anterior, esta goze de prestígio na União ou, no caso de uma marca nacional anterior, esta goze de prestígio no Estado-Membro em causa, e sempre que a utilização injustificada da marca para a qual foi pedido o registo tire indevidamente partido do caráter distintivo ou do prestígio da marca anterior ou lhe cause prejuízo.

Artigo 9.º

Direitos conferidos por uma marca da UE

- 1. O registo de uma marca da UE confere ao seu titular direitos exclusivos.
- 2. Sem prejuízo dos direitos dos titulares adquiridos antes da data de depósito ou da data de prioridade da marca da UE, o titular dessa marca da UE fica habilitado a proibir que terceiros, sem o seu consentimento, façam uso, no decurso de operações comerciais, de qualquer sinal em relação aos produtos ou serviços caso o sinal seja:
 - a) Idêntico à marca da UE e seja utilizado para produtos ou serviços idênticos àqueles para os quais a marca da UE foi registada;
 - b) Idêntico ou semelhante à marca da UE e seja utilizado para produtos ou serviços idênticos ou afins àqueles para os quais a marca da UE foi registada, se existir risco de confusão no espírito do público; o risco de confusão compreende o risco de associação entre o sinal e a marca;
 - c) Idêntico ou semelhante à marca da UE, independentemente de ser utilizado para produtos ou serviços idênticos, ou afins àqueles para os quais a marca da UE foi registada, sempre que esta última goze de prestígio na União e que a utilização injustificada do sinal tire indevidamente partido do caráter distintivo ou do prestígio da marca da UE ou lhe cause prejuízo.
- 3. Ao abrigo do n.º 2, pode ser proibido, nomeadamente:
 - a) Apor o sinal nos produtos ou na embalagem desses produtos;



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

- b) Oferecer os produtos, colocá-los no mercado ou armazená-los para esses fins, ou oferecer ou prestar serviços sob o sinal;
 - c) Importar ou exportar produtos sob o sinal;
 - d) Utilizar o sinal como designação comercial ou denominação social, ou como parte dessa designação ou denominação;
 - e) Utilizar o sinal em documentos comerciais e na publicidade;
 - f) Utilizar o sinal na publicidade comparativa, de forma contrária à Diretiva 2006/114/CE.
4. Sem prejuízo dos direitos dos titulares adquiridos antes da data de depósito ou da data de prioridade da marca da UE, o titular dessa marca da UE fica igualmente habilitado a impedir que terceiros, no decurso de operações comerciais, introduzam na União produtos que não tenham sido aí introduzidos em livre prática, se tais produtos, incluindo a embalagem, forem provenientes de países terceiros e ostentarem, sem autorização, uma marca idêntica à marca da UE registada em relação a esses produtos, ou que não possa ser distinguida, nos seus aspetos essenciais, dessa marca.
- O direito do titular de uma marca da UE nos termos do primeiro parágrafo caduca se, durante o processo para determinar se ocorreu uma violação da marca da UE, iniciado nos termos do Regulamento (UE) n.º 608/2013, o declarante ou o detentor dos produtos fornecer provas de que o titular da marca da UE não tem o direito de proibir a colocação dos produtos no mercado no país de destino final.

Artigo 11.º

Data a partir da qual os direitos são oponíveis a terceiros

1. Os direitos conferidos por uma marca da UE são oponíveis a terceiros a partir da data de publicação do registo da marca.
2. Pode ser exigida uma indemnização razoável por atos posteriores à data de publicação de um pedido de marca da UE que, após a publicação do registo da marca, sejam proibidos em virtude dessa publicação.
3. O tribunal em que uma ação for interposta não pode decidir do mérito da causa enquanto o registo não for publicado.

Artigo 17.º

Aplicação complementar do direito nacional em matéria de infração

1. Os efeitos da marca da UE são exclusivamente determinados pelo disposto no presente regulamento. Por outro lado, as infrações a marca da UE são reguladas pelo direito nacional em matéria de infrações a marcas nacionais nos termos do disposto no capítulo X.
2. O presente regulamento não exclui que sejam intentadas ações respeitantes a marcas da UE com base no direito dos Estados-Membros, nomeadamente em matéria de responsabilidade civil e de concorrência desleal.
3. As normas processuais aplicáveis são determinadas nos termos do disposto no capítulo X.

Artigo 123.º n.º 1

Tribunais de marcas da UE

1. Os Estados-Membros designam no seu território um número tão limitado quanto possível de órgãos jurisdicionais nacionais de primeira e segunda instância, encarregados de desempenhar as funções que lhes são atribuídas pelo presente regulamento. (...)

Artigo 127.º n.º 1

Presunção de validade — defesa quanto ao fundo

1. Os tribunais de marcas da UE consideram válida a marca da UE a não ser que o réu conteste a sua validade por meio de um pedido reconvencional de extinção ou de declaração de nulidade. (...)

Artigo 129.º

Direito aplicável

1. Os tribunais de marcas da UE aplicam as disposições do presente regulamento.
2. Às questões relativas a marcas comerciais não abrangidas pelo âmbito de aplicação do presente regulamento, os tribunais de marcas da UE aplicam o direito nacional aplicável.
3. Salvo disposição em contrário do presente regulamento, o tribunal de marcas da UE aplica as normas processuais aplicáveis ao mesmo tipo de processos relativos a marcas nacionais dos Estados-Membros em cujo território estiverem situados.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Artigo 135.º

Obrigações dos tribunais nacionais

Todo o tribunal nacional em que tenha sido intentada uma ação, que não as referidas no artigo 124.º, relativa a uma marca da UE deve considerar válida essa marca.

Código da Propriedade Industrial

Artigo 38.º

Decisões que admitem recurso

Cabe recurso, de plena jurisdição, para o tribunal competente das decisões do INPI, I. P.:

- a) Que concedam ou recusem direitos de propriedade industrial;
- b) Relativas a transmissões, licenças, declarações de caducidade, declarações de nulidade e anulações ou a quaisquer outros atos que afetem, modifiquem ou extingam direitos de propriedade industrial.

Artigo 43.º n.º 4

(...)

4 - A sentença que revogar ou alterar, total ou parcialmente, a decisão recorrida, substitui-a nos precisos termos em que for proferida.

Artigo 45.º n.º 1

Recurso da decisão judicial

1 - Da sentença proferida cabe recurso, nos termos da legislação processual civil, para o tribunal da Relação territorialmente competente para a área da sede do tribunal de propriedade intelectual, sem prejuízo do disposto no n.º 3.

Artigo 235.º

Marcas de prestígio

Sem prejuízo do disposto no artigo anterior, o pedido de registo é igualmente recusado se a marca, ainda que destinada a produtos ou serviços sem identidade ou afinidade, constituir tradução, ou for igual ou semelhante, a uma marca anterior registada que goze de prestígio em Portugal ou na União Europeia, se for marca da União Europeia, e sempre que o uso da marca posterior procure tirar partido indevido do caráter distintivo ou do prestígio da marca, ou possa prejudicá-los.

Artigo 288.º

Fundamentos de recusa do registo

1 - Para além do que se dispõe no artigo 23.º, o registo de um logótipo é recusado quando:

- a) Seja constituído por sinais que não possam ser representados graficamente ou de forma que permita determinar, de modo claro e preciso, o objeto da proteção conferida ao seu titular;
- b) Seja constituído por sinais desprovidos de qualquer caráter distintivo;
- c) Seja constituído, exclusivamente, por sinais ou indicações referidos nas alíneas b) a d) do n.º 1 do artigo 209.º;
- d) Contrarie o disposto nos artigos 281.º a 283.º

2 - Não é recusado o registo de um logótipo constituído, exclusivamente, por sinais ou indicações referidos nas alíneas a), c) e d) do n.º 1 do artigo 209.º se, antes da data do pedido de registo e na sequência do uso que dela for feito, este tiver adquirido caráter distintivo.

3 - É recusado o registo de um logótipo que contenha em todos ou alguns dos seus elementos:

- a) Símbolos, brasões, emblemas ou distinções do Estado, dos municípios ou de outras entidades públicas ou particulares, nacionais ou estrangeiras, o emblema e a denominação da Cruz Vermelha, ou de outros organismos semelhantes, bem como quaisquer sinais abrangidos pelo artigo 6.º-ter da Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial, salvo autorização;
- b) Sinais com elevado valor simbólico, nomeadamente símbolos religiosos, salvo autorização, quando aplicável, e exceto quando os mesmos sejam usuais na linguagem corrente ou nos hábitos leais do comércio dos produtos comercializados ou dos serviços prestados pela entidade a que o logótipo se destina e surjam acompanhados de elementos que lhe confirmem caráter distintivo;
- c) Expressões ou figuras contrárias à lei, moral, ordem pública e bons costumes;



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

- d) Sinais que sejam suscetíveis de induzir em erro o público, nomeadamente sobre a atividade exercida pela entidade que se pretende distinguir;
- e) Seja constituída por sinais ou indicações que contenham, em todos ou alguns dos seus elementos, denominações de origem e indicações geográficas que se encontrem protegidas pelo direito nacional, pela legislação da União Europeia ou por acordos internacionais de que a União Europeia seja parte;
- f) Sinais ou indicações que contenham, em todos ou alguns dos seus elementos, menções tradicionais para o vinho que se encontrem protegidas pela legislação da União Europeia ou por acordos internacionais de que a União Europeia seja parte;
- g) Sinais ou indicações que contenham, em todos ou alguns dos seus elementos, especialidades tradicionais garantidas que se encontrem protegidas pela legislação da União Europeia ou por acordos internacionais de que a União Europeia seja parte;
- h) Sinais ou indicações que contenham, em todos ou alguns dos seus elementos, denominações de variedades vegetais que se encontrem protegidas pela legislação da União Europeia ou por acordos internacionais de que a União Europeia seja parte.
- 4 - É também recusado o registo de um logótipo que seja constituído, exclusivamente, pela Bandeira Nacional da República Portuguesa ou por alguns dos seus elementos.
- 5 - É ainda recusado o registo de um logótipo que contenha, entre outros elementos, a Bandeira Nacional nos casos em que seja suscetível de:
- a) Induzir o público em erro sobre a proveniência geográfica dos produtos comercializados ou dos serviços prestados pela entidade a que se destina;
- b) Levar o consumidor a supor, erradamente, que os produtos ou serviços provêm de uma entidade oficial;
- c) Produzir o desrespeito ou o desprestígio da Bandeira Nacional ou de algum dos seus elementos.
- 6 - Quando invocado por um interessado, constitui também fundamento de recusa o reconhecimento de que o pedido de registo foi efetuado de má-fé.

Artigo 289.º

Outros fundamentos de recusa

1 - Constitui ainda fundamento de recusa do registo:

- a) A reprodução de logótipo anteriormente registado por outrem para distinguir uma entidade cuja atividade seja idêntica à exercida pela entidade que se pretende distinguir;
- b) A reprodução de logótipo anteriormente registado por outrem para distinguir uma entidade cuja atividade seja afim à exercida pela entidade que se pretende distinguir ou a imitação, no todo ou em parte, de logótipo anteriormente registado por outrem para distinguir uma entidade cuja atividade seja idêntica ou afim à exercida pela entidade que se pretende distinguir, se for suscetível de induzir o consumidor em erro ou confusão;
- c) A reprodução de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços idênticos aos abrangidos no âmbito da atividade exercida pela entidade que se pretende distinguir;
- d) A reprodução de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços afins aos abrangidos no âmbito da atividade exercida pela entidade que se pretende distinguir ou a imitação, no todo ou em parte, de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços idênticos ou afins aos abrangidos no âmbito da atividade exercida pela entidade que se pretende distinguir, se for suscetível de induzir o consumidor em erro ou confusão ou se criar o risco de associação com a marca registada;
- e) A reprodução ou imitação, no todo ou em parte, de denominação de origem ou de indicação geográfica que mereça proteção nos termos do presente Código, da legislação da União Europeia ou de acordos internacionais de que a União Europeia seja parte, e cujo pedido tenha sido apresentado antes da data de apresentação do pedido de registo de logótipo, sob reserva do seu registo posterior;
- f) A infração de outros direitos de propriedade industrial;
- g) O emprego de nomes, retratos ou quaisquer expressões ou figurações, sem que tenha sido obtida autorização das pessoas a que respeitem e, sendo já falecidos, dos seus herdeiros ou parentes até ao 4.º grau ou, ainda que obtida, se produzir o desrespeito ou desprestígio daquelas pessoas;
- h) O reconhecimento de que o requerente pretende fazer concorrência desleal ou de que esta é possível independentemente da sua intenção;



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

i) O emprego de nomes, designações, figuras ou desenhos que sejam reprodução, ou imitação, de logótipo já registado por outrem, sendo permitido, porém que duas ou mais pessoas com nomes patronímicos iguais os incluam no respetivo logótipo, desde que se distingam perfeitamente.

2 - Aplicam-se também ao registo de logótipo, com as necessárias adaptações, os fundamentos de recusa previstos nos artigos 233.º a 235.º

3 - Quando invocado por um interessado, constitui também fundamento de recusa:

a) A reprodução ou imitação de firma e denominação social, ou apenas de parte característica das mesmas, que não pertençam ao requerente, ou que o mesmo não esteja autorizado a usar, se for suscetível de induzir o consumidor em erro ou confusão;

b) A infração de direitos de autor.

4 - Para efeitos do disposto nas alíneas c) e d) do n.º 1, por marca anteriormente registada entende-se qualquer registo de marca nacional, da União Europeia ou internacional que produza efeitos em Portugal.

5 - O disposto nas alíneas a) a d) do n.º 1 abrange os pedidos dos registos aí mencionados, sob reserva do seu registo posterior.

Questões suscitadas pelo recurso

A. O respeito pelos direitos de terceiros como um dos requisitos relativos da tutela do logótipo

38. Antes de mais, importa ter presente que, tal como se apurou, as marcas da recorrente são marcas da União Europeia, cujo registo goza de prioridade relativamente ao registo nacional do logótipo da recorrida aqui em crise.

39. Assim, pelos motivos a seguir mencionados, aplica-se às marcas da recorrente a definição que resulta do artigo 4.º do Regulamento (EU) 2017/1001 (RMUE), ao passo que se aplica ao logótipo, cujo registo nacional foi requerido pela recorrida, a definição constante do artigo 281.º n.º 1 do CPI. Destes preceitos legais resulta que, tanto as marcas (da União Europeia), como os logótipos (nacionais) são constituídos por um sinal ou conjunto de sinais compostos por elementos distintivos que podem ter representação gráfica (e.g. elementos nominativos, figurativos ou mistos) ou não (e.g. sons, cores, formas, odores, isolados ou combinados). No caso em análise, os sinais em conflito têm representação gráfica.

40. Porém, o que distingue o logótipo das marcas é antes de mais o objecto que cada um assinala. Enquanto **o logótipo tem por função distinguir uma entidade que presta serviços ou comercializa produtos**, podendo ser utilizado, nomeadamente, em estabelecimentos, anúncios, impressos, correspondência (cf. artigo 282.º n.º 2 do CPI), **as marcas comerciais constituem sinais destinados a identificar produtos ou serviços**, distinguindo-os de outros do mesmo género.

41. Dito isto, tanto a tutela dos logótipos como das marcas, pressupõe o seu registo e o conjunto dos requisitos de protecção dos logótipos nacionais corresponde, no essencial, aos requisitos exigidos para protecção das marcas nacionais.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

Tribunal da Relação de Lisboa

Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

42. Dessa forma, o procedimento de registo do logótipo aqui em litígio está regulado nos artigos 284.º a 287.º do CPI, preceitos legais que remetem para a tramitação prevista para o registo das marcas nacionais.
43. Para além dos requisitos formais, que dizem respeito ao pedido e procedimento de registo do logótipo, enunciados nos artigos 23.º, 284.º e 285.º do CPI, que aqui não estão em causa, **a tutela conferida ao logótipo em crise depende da verificação de requisitos substanciais de protecção que dizem respeito ao próprio sinal a registar**. Estes requisitos substanciais subdividem-se em dois e a sua falta dá lugar a motivos de recusa de registo, enunciados, respectivamente, nos artigos 288.º do CPI (motivos absolutos) e 289.º do CPI (motivos relativos).
44. Resulta assim dos artigos 288.º e 289.º do CPI que, **para gozar de tutela, o logótipo nacional tem de observar certos requisitos substanciais que podem ser agregados como se segue** (cf. *Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, Noções Fundamentais, 2.ª Edição, Almedina, página 355*):
- **Requisitos substanciais absolutos**
 - (i) Capacidade distintiva do logótipo;
 - (ii) Determinabilidade;
 - (iii) Respeito pela ordem pública;
 - **Requisitos susbtanciais relativos:**
 - (i) Novidade relativa;
 - (ii) Respeito pelos direitos de terceiros;
 - (iii) Ausência de risco de concorrência desleal.
45. Ora, à luz deste enquadramento, afigura-se que **o que está em causa no presente recurso, é saber se existe ou não respeito pelos direitos de terceiros, enquanto requisito substantivo, relativo, previsto no artigo 289.º n.ºs 1 e 2 do CPI, para que o logótipo possa ser registado**. Isto porque, a falta deste requisito constitui motivo de recusa do registo, cujo despacho de concessão, proferido pelo INPI em 4.2.2021, foi objecto de impugnação judicial e está agora em recurso. Aliás, ainda que o registo tivesse lugar, a falta de tal requisito constituiria causa de invalidade do mesmo, por anulabilidade que poderia ser declarada posteriormente, a pedido de quem se sentisse prejudicado (artigo 297.º do CPI).
46. A propósito dos requisitos da tutela do logótipo, a recorrida invoca os princípios do livre mercado e da iniciativa privada. Esta alegação afigura-se coberta pelo requisito relativo de tutela do logótipo que consiste na ausência de risco de concorrência desleal (cf. artigo 289.º n.º 1 – h) do CPI). Na verdade, tal como resulta do artigo 1.º do CPI, os direitos privativos sobre os sinais distintivos do comércio (logótipo aqui em crise) e a concorrência desleal, constituem duas faces da mesma moeda. Ora o despacho do INPI que concedeu o registo do logótipo (cf. documento mencionado no parágrafo 33) considerou não haver risco de



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

concorrência desleal. Nessa parte a decisão do INPI foi favorável à recorrida e não foi posta em crise. No mais, como foi acima enunciado no parágrafo 44, a tutela do logótipo enquanto expressão do livre mercado e da iniciativa privada, depende do respeito pelos direitos de terceiros, questão que a seguir será analisada.

47. Assim, no que diz respeito às marcas da recorrente, cuja ameaça de infracção está aqui em causa, como ficou provado trata-se de marcas da União Europeia, cujo registo foi requerido no Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia em 7.11.2017 e concedido em 8.5.2017, pelo que, as mesmas são disciplinadas pelo Regulamento (EU) 2017/1001 (RMUE), que é aplicável a partir de 1.10.2017 (cf. artigo 212.º do RMUE).
48. Decorre do RMUE, o seguinte regime:
- Os efeitos das marcas da União Europeia são exclusivamente determinados pelo disposto no RMUE, sendo as infracções a marcas da União Europeia reguladas pelo direito nacional, nos termos do disposto no capítulo X (competência e procedimento) – artigos 17.º, 124.º e 129.º do RMUE;
 - Não tendo sido contestadas, as marcas beneficiam da presunção de validade resultante do artigo 127.º n.º 1 do RMUE;
 - Em regra, os direitos conferidos pelas marcas da União Europeia apenas são oponíveis a terceiros a partir da data da publicação do registo da marca, só podendo o Tribunal conhecer do mérito da causa a partir dessa data, sem prejuízo do disposto no artigo 11.º n.º 2 do RMUE – cf. artigo 11.º do RMUE;
 - Os Tribunais nacionais devem considerar válidas as marcas da União Europeia em quaisquer outros litígios, ainda que não se trate de nenhum dos casos previstos nos artigos 11.º n.º 2, 124.º e 128.º do RMUE (estes prevêm, grosso modo, casos de infracção, ameaça de infracção ou extinção) – artigo 135.º do RMUE.
49. O RMUE tem, portanto, primazia sobre o direito nacional e é de aplicação directa como resulta do artigo 288.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia. Assim sendo, é ao abrigo desse regulamento e não do CPI, que este Tribunal apreciará os efeitos conferidos pelas marcas da União Europeia aqui em causa, tal como prevê o artigo 17.º n.º 1 do RMUE. Ou seja, afigura-se que, **de acordo com o esquema de protecção das marcas da União Europeia, que resulta dos artigos 17.º, 123.º n.º 1 e 129.º do RMUE, os efeitos das marcas da União Europeia são exclusivamente determinados pelo disposto no RMUE embora a tutela judicial conferida às infracções ou ameaças de infracção a tais marcas, seja a prevista no direito nacional do Estado Membro onde se situa o Tribunal em que é intentada a acção.** Neste caso, a tutela judicial conferida pelo artigo 235.º do CPI, é aplicável aos motivos relativos de recusa do logótipo, por remissão do artigo 289.º n.º 2 do CPI, ambos conjugados com os artigos 38.º, 43.º n.º 4 e 45.º n.º 1 do CPI.
50. Dito isto, o registo das marcas da União Europeia confere às recorrentes direitos exclusivos, nos termos do artigo 9.º n.º 1 do RMUE.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

51. **O corpo do n.º 2 do artigo 9.º do RMUE** elenca as circunstâncias em que o titular do registo prioritário (como se apurou ser o caso do registo das marcas das recorrentes), pode proibir o uso por terceiros (neste caso a recorrida), no decurso de operações comerciais (como é a actividade de manutenção e reparação de automóveis, exercida pela recorrida), de qualquer sinal em relação a produtos ou serviços (como sucede com o logótipo em crise), sem o seu consentimento. Todas estas circunstâncias se verificam no caso em análise.
52. Vejamos agora quais são **as situações previstas pelas alíneas a), b) e c) do n.º 2 do artigo 9.º do RMUE**, em que as recorrentes podem proibir que a recorrida use o logótipo em crise e se, a situação em análise, se enquadra nalguma delas. As recorrentes podem proibir esse uso:
- a) Se o logótipo for idêntico à marca e for usado em relação a produtos ou serviços idênticos aos abrangidos pelo registo – cf. artigo 9.º n.º 2 – a) do RMUE, que **cobre a situação da dupla identidade dos produtos/serviços e dos sinais**, caso em que a proibição do uso do logótipo em crise será absoluta;
 - b) Se o logótipo for idêntico à marca (a uma ou ambas as marcas) da recorrente e for usado para assinalar produtos ou serviços afins aos produtos ou serviços abrangidos pelo registo da marca ou, se o logótipo for semelhante à marca e for usado para assinalar produtos ou serviços idênticos ou afins aos abrangidos pelo registo da marca, caso exista risco de confusão no espírito do consumidor – cf. artigo 9.º n.º 2 – b) do RMUE, que **cobre situações de semelhança e/ou identidade dos produtos/serviços e dos sinais**, caso em que **a proibição depende da existência de risco de confusão**, como requisito adicional;
 - c) Se o logótipo for idêntico ou semelhante à marca e for usado em relação a produtos ou serviços abrangidos ou não pelo registo da marca, caso a marca goze de prestígio na União e o uso do logótipo tire indevidamente partido do carácter distintivo ou do prestígio da marca ou possa prejudicá-los – cf. artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, que **cobre situações de semelhança e/ou identidade dos sinais, prescindindo da afinidade e/ou identidade dos produtos ou serviços, prescindindo igualmente do risco de confusão, mas exigindo que a marca seja de prestígio na União e que, do uso do logótipo em crise resulte uma de três consequências potenciais – benefício parasitário ou prejuízo para o prestígio da marca, ou prejuízo para o seu carácter distintivo.**
53. Ora, a situação em litígio enquadra-se na previsão do artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, ou seja, as marcas da recorrente são marcas de prestígio da União Europeia que conferem ao seu titular os direitos exclusivos aí previstos.
54. A este propósito, a recorrente, alega que a decisão do INPI não levou em devida conta que as suas marcas são de prestígio e a sentença recorrida não aplicou a protecção que lhes era devida, enquanto a recorrida, defende que deve ser dado relevo à circunstância de a sentença recorrida ter considerado não provado que o INPI não tenha levado em devida



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

conta o prestígio das marcas da recorrente, para daí extrair, segundo este Tribunal julga perceber, que a decisão administrativa do INPI já levou em conta que as marcas da recorrente são marcas de prestígio mas ainda assim não beneficiam da protecção invocada.

55. Da leitura da decisão administrativa impugnada (cf. documento mencionado no parágrafo 33), resulta que a decisão do INPI, que concedeu o registo do logótipo, deu por assentes, ao menos como hipótese de raciocínio, quer a afinidade entre os produtos e serviços assinalados pelas marcas da recorrente e os serviços prestados pela recorrida, quer os factos dos quais resulta o prestígio das marcas da recorrente. Da leitura da sentença judicial recorrida, resulta que a mesma deu igualmente como provados factos com base nos quais concluiu que as marcas da recorrente são marcas de prestígio. Assim, por um lado, o prestígio das marcas não foi considerado não provado, uma vez que o mesmo foi aceite na decisão administrativa junta aos autos e o próprio Tribunal concluiu que as marcas gozam de prestígio com base nos factos provados acima enunciados. Por outro lado, a decisão administrativa, pese embora admita a notoriedade e o prestígio das marcas da recorrente, concedeu o registo do logótipo por concluir que, não havia risco de confusão entre os sinais em conflito, ou seja, apreciou indevidamente a semelhança dos sinais em conflito à luz do risco de confusão no espírito do público, apreciação esta sufragada pelo Tribunal *a quo*, que é objecto do presente recurso. Trata-se assim de uma questão de direito, que diz respeito à qualificação jurídica dos factos provados e não de um facto não provado, como pretende a recorrida.
56. Na verdade, tal como será explicado a seguir, a protecção reforçada das marcas de prestígio da União Europeia não tem como requisito a existência de risco de confusão dos sinais em conflito no espírito do público, mas depende antes da verificação dos requisitos previstos no artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, que não foram devidamente levados em conta pelo INPI, nem pelo Tribunal recorrido.
57. Daqui resulta que, apesar de a decisão judicial recorrida ter reconhecido o prestígio das marcas, a recorrente tem razão quando defende que não lhes foi conferida a protecção com o âmbito devido. A fim de determinar o âmbito dessa protecção, este Tribunal começa por enunciar os requisitos para avaliar o prestígio das marcas, que resultam de uma jurisprudência constante do TJUE, desenvolvida, entre outros, nos acórdãos C-375/97, C-252/07 e C-603/14. **Assim, para uma marca ter prestígio:**
- Deve gozar de **elevado grau de notoriedade junto do público**, o que pode resultar da publicidade intensiva, do uso prolongado, da tradição, da qualidade excepcional, do carácter especialmente imaginativo/arbitrário do sinal;
 - Deve ter **individualidade acentuada**, por não ser um sinal frequentemente adoptado por terceiros na actividade económica, por ser original, único;
 - Deve gozar de **considerável prestígio junto do público**, ou seja, ser uma marca particularmente apreciada, que goze de estima especial, seja pela qualidade



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

Tribunal da Relação de Lisboa

Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

geralmente reconhecida dos produtos ou serviços que assinala, seja pela imagem especialmente atractiva ou pelo fascínio que lhes estão associados.

58. Para apreciar se o primeiro e o terceiro requisitos mencionados no parágrafo 57 se verificam é necessário ainda determinar qual é o público alvo. Sobre esta questão a jurisprudência do TJUE registou uma evolução. Tendo começado por limitar o universo do público a considerar para aferir da notoriedade da marca, aos consumidores de produtos ou serviços que a marca se destina a assinalar (cf. C-375/97), o TJUE alargou posteriormente esse conceito, admitindo que algumas marcas, adquirem tal prestígio, que o mesmo vai além do público em causa para os produtos ou serviços para os quais foram registadas (cf. C-252/07, parágrafo 53). Ora, afigura-se ser nesta segunda situação que se enquadram as marcas da recorrente, pelos motivos a seguir indicados.
59. Na verdade, dos factos provados, mencionados supra nos parágrafos 15 a 28, resulta que a intensidade do prestígio de que gozam os sinais distintivos/marcas Pirelli aqui em causa, ultrapassa a esfera do público visado pelos produtos e serviços assinalados por essas marcas (e.g. proprietários e condutores de veículos automóveis/revendedores de pneus/prestadores de serviços de manutenção e reparação automóvel/profissionais de desportos motorizados) e se estende ao público em geral, na União, normalmente informado e razoavelmente atento, como melhor será explicado infra nos parágrafos 60 a 62. Provou-se, adicionalmente, que a Pirelli goza de prestígio mundial (cf. facto provado mencionado no parágrafo 26). **Pelo que, será à luz do universo do público em geral, na União, que este Tribunal apreciará em seguida os factores (enunciados no parágrafo 57), que conferem prestígio às marcas da recorrente.**
60. Assim, quanto ao primeiro requisito – **elevado grau de notoriedade** – resulta dos factos provados (cf. parágrafos 15 a 28), que as marcas da recorrente, devido à publicidade intensiva e à tradição de estarem associadas a provas internacionais de competição automóvel, gozam de elevado grau de notoriedade junto do público em geral, incluindo as audiências televisivas daquelas provas, que agregam um público internacional e diverso quanto à idade, à ocupação e ao género, no espaço da União (o que é um facto notório, que não carece de alegação nem prova, nos termos do artigo 412.º n.º 1 do Código de Processo Civil).
61. Quanto ao segundo requisito – **individualidade acentuada** – segundo a apreciação feita por este Tribunal e reconhecendo que a mesma comporta sempre um elevado grau de subjectividade, que o Tribunal procurará atenuar mediante a indicação dos factores que se seguem, afigura-se que: a forma gráfica da letra P alongada, pode evocar movimento/velocidade/pista de corrida/bandeira sinalizadora usada em desportos motorizados; o conceito que resulta do elemento gráfico, num caso, e da combinação dos elementos gráficos com os elementos nominativos, no outro caso, confere, respectivamente, às marcas em questão, individualidade acentuada. Acresce que, não resulta dos factos provados que tais sinais sejam frequentemente usados por terceiros na actividade



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

económica, facto impeditivo cujo ónus da prova impendia sobre a ré, nos termos do artigo 342.º do Código Civil.

62. Por último, quanto ao terceiro requisito – **o prestígio considerável junto do público** – as marcas Pirelli aqui em análise gozam de considerável prestígio, pela qualidade geralmente reconhecida dos produtos (pneus) e serviços (e.g. manutenção de carros de competição/associação a carros de luxo), que assinalam e pelo fascínio que suscita no espírito do público a circunstância de aparecerem frequentemente associadas à publicidade de carros de luxo e à manutenção de carros de corrida, usados em provas internacionais de desporto motorizado, cuja audiência vai para além do espaço da União e do universo do público a que se destinam os produtos e serviços assinalados.
63. Em consequência, **não só se verificam os três requisitos**, enunciados supra no parágrafo 57, **para qualificar as marcas das recorrentes como marcas de prestígio da União Europeia, como está determinado**, com base nos factos provados acima mencionados, **que o público alvo é o público em geral, da União Europeia**. O que, como será explicado infra, tem relevo para determinar a intensidade do prestígio e a medida em que o grau de intensidade desse prestígio se reflecte no espectro de sinais semelhantes, cujo uso as recorrentes podem proibir. Ou seja, ficaram assim definidos os contornos dos direitos de terceiros – da recorrente – que a concessão do logótipo terá de respeitar para beneficiar de tutela legal. Vejamos agora qual a protecção conferida às marcas da recorrente.

B. Os requisitos da protecção reforçada devida às marcas de prestígio da União Europeia e o âmbito dessa protecção

64. Importa agora verificar se estão preenchidos, cumulativamente, os requisitos seguintes, **constantes do artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE**, dos quais depende a protecção reforçada das marcas da União Europeia:
- 1) Prioridade da marca
 - 2) Marca de prestígio da União Europeia
 - 3) Semelhança ou identidade dos sinais
 - 4) Resultar do uso do logótipo em crise uma de três consequências potenciais
 - o benefício parasitário, ou;
 - o prejuízo para o prestígio da marca, ou;
 - o prejuízo para o seu carácter distintivo.
65. Desde logo, verificam-se os dois primeiros requisitos acima enunciados, uma vez que se apurou que as marcas da recorrente são prioritárias, por terem sido pedidas e concedidas anteriormente ao pedido de concessão do logótipo, e são marcas de prestígio da União



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Europeia, como concluiu a sentença recorrida e já foi explicado supra, na análise da primeira questão.

66. O que parece ser controverso são os terceiro e quarto requisitos acima enunciados no parágrafo 64. Assim, este Tribunal começa por analisar o terceiro requisito, relativo à semelhança ou identidade dos sinais.
67. Segundo este Tribunal julga perceber da leitura da decisão recorrida, a mesma: qualifica as marcas da recorrente como marcas de prestígio e como marcas da União Europeia; confere-lhes a tutela prevista no artigo 235.º do CPI, levando em conta a excepção ao princípio da especialidade aí prevista; e conclui que, para aplicar esta excepção, é necessário que se verifiquem determinados requisitos, entre os quais, que haja imitação, entendida esta como risco de confusão dos sinais em conflito no espírito do público, nos termos previstos no artigo 238.º - c) do CPI.
68. Esta motivação suscita três questões interligadas, de cuja resposta depende a solução a dar à questão controvertida suscitada no recurso: a primeira, que já foi acima resolvida, nos parágrafos 47 a 53, prende-se com a aplicação do artigo 9.º do RMUE para determinar os direitos exclusivos conferidos pelas marcas da União Europeia, como resulta do disposto no artigo 17.º n.º 1 do RMUE; a segunda, prende-se com o requisito da semelhança ou identidade dos sinais e com a sua distinção do requisito do risco de confusão no espírito do público; a terceira, prende-se com a irrelevância, para a decisão da causa, da excepção ao princípio da especialidade, por existir afinidade entre os produtos e serviços em causa. Tendo sido já resolvida a primeira questão, segue-se a análise da segunda e da terceira.
69. Quanto à segunda questão acima enunciada no parágrafo 68, **é forçoso constatar que, com base no considerando (11) e na letra do artigo 9.º n.º 2 alíneas a) , b) e c), do RMUE, a semelhança ou identidade dos sinais e o risco de confusão no espírito do público, são dois factores distintos** e, se o primeiro é exigido para conferir protecção à marca de prestígio da União, já o segundo não é. **Na verdade, o artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE exige a identidade ou semelhança dos sinais, mas prescinde do risco de confusão, como requisito de protecção.** Por isso, excepcionalmente, no caso das marcas de prestígio, a noção de semelhança não deve ser interpretada em função do risco de confusão, como acontece com a generalidade das marcas (aqui designadas também por marcas normais) mas apenas em função do risco de associação, como será explicado a seguir. Trata-se de um desvio à condição regra de protecção da marca mencionada no considerando (11) do RMUE (*cf. Código da Propriedade Industrial Anotado, Coordenação: Luís Couto Gonçalves, Almedina, página 940, notas V e VI*).
70. Assim, não há que apreciar se existe risco de confusão no espírito do público para conferir a protecção devida às marcas de prestígio aqui em causa. Pelo que, nessa parte, tem razão a recorrente. De entre os factores enunciados no considerando (11) do RMUE basta que exista identidade ou, como sucede no caso em análise, semelhança dos sinais em conflito.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

Tribunal da Relação de Lisboa

Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

71. Existindo semelhanças entre os sinais em conflito, como foi reconhecido pela sentença recorrida e será a seguir enunciado, as mesmas devem ser apreciadas à luz do risco de associação com a marca de prestígio. É o que resulta da interpretação dada pelo TJUE no acórdão **C-603/14** (cf. parágrafos 41 a 52 desse acórdão) válida para o actual artigo 8.º n.ºs 1 e 5 do RMUE, cujo texto, por sua vez, na parte que aqui importa considerar, é idêntico ao texto do artigo 9.º n.º 2 – a), b) e c) do mesmo regulamento. Na verdade, enquanto o artigo 8.º do RMUE prevê os motivos de recusa a levar em conta pelo Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia, o artigo 9.º do RMUE prevê direitos conferidos às marcas da União Europeia que espelham aqueles motivos de recusa. Assim, seguindo a interpretação do TJUE, este Tribunal julga que os graus de semelhança entre os sinais em conflito exigidos pelas alíneas a), b) e c) do n.º 2 do artigo 9.º do RMUE, são diferentes. **A alínea c) do n.º 2 do artigo 9.º do RMUE** (tal como o n.º 5 do artigo 8.º do RMUE) **limita-se a exigir que a semelhança existente possa conduzir o público relevante, não a confundir os sinais, mas a fazer uma associação entre eles.** Por isso, quando está em causa uma marca de prestígio, uma vez detectada uma certa semelhança entre os sinais em conflito, importa verificar se, tendo em conta outros factores, como o grau de prestígio da marca anterior, o público relevante consegue estabelecer uma relação entre os sinais.
72. Ora, no presente caso existem na verdade semelhanças entre os sinais em conflito (cf. factos provados mencionados nos parágrafos 11 a 14) que se afiguram suficientes para preencher o terceiro requisito, enunciado no parágrafo 64, exigido pelo artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE (identidade ou semelhança dos sinais). Tais semelhanças resultam dos seguintes factores: uso da letra P alongada; letra i imediatamente a seguir ao P; mesma estratégia visual ao colocar o remanescente da palavra por baixo do alongamento da letra P; incorporação, no logótipo em crise, da letra P alongada que, embora inclinada no logótipo, corresponde à totalidade de uma das marcas da recorrente e é, pelo tamanho e posição, um elemento dominante na outra.
73. Perante estas semelhanças, **a questão que se coloca é a de saber se deve ser conferida protecção às marcas da recorrente, pelo facto de serem marcas de prestígio, mesmo que os sinais em conflito apresentem um grau de semelhança mínimo**, no caso em análise, um grau de semelhança como o acima apontado, que não gera risco de confusão, como julgou a decisão recorrida.
74. A resposta a esta questão é positiva e tem por base a jurisprudência do TJUE no acórdão **C-603/14** (cf. parágrafo 42 desse acórdão) na medida em que, **segundo a interpretação do TJUE, o exclusivo das marcas de prestígio não só abrange um leque mais amplo de produtos, como também abrange um espectro mais vasto de sinais semelhantes, desde que possam, ainda que em grau mínimo, ser associados ou relacionados com a marca de prestígio.** O que deve ser aferido em função da intensidade do prestígio da marca anterior.
75. Ora, no caso em análise, o prestígio das marcas da recorrente é muito intenso, pelos motivos acima expostos nos parágrafos 56 a 63. Em consequência, afigura-se que **quanto mais**



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

Tribunal da Relação de Lisboa

Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

intenso é esse prestígio maior será o risco de o público estabelecer uma ligação/associação entre o logótipo e as marcas anteriores mesmo que as semelhanças enunciadas no parágrafo 72 não gerem risco de confusão (cf. *Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, Noções Fundamentais*, 2.ª Edição, Almedina, páginas 315 e 316 e jurisprudência do TJUE aí citada).

76. No que diz respeito ao **conceito de risco de associação**, importa esclarecer que o mesmo é apenas um dos factores enunciados no considerando (11) do RMUE, a levar em conta para determinar o risco de confusão, de onde resulta que, entre os conceitos de risco de confusão e risco de associação, existe uma diferença quanto ao alcance, como resulta desse considerando.
77. Importa agora resolver a terceira questão suscitada pela motivação constante da decisão recorrida, enunciada no parágrafo 68. A decisão recorrida alude ao princípio da especialidade que vigora em matéria de protecção de marcas e à excepção a esse princípio, no contexto da protecção devida às marcas de prestígio, para concluir, segundo este Tribunal julga perceber, que tal excepção não é aplicável, neste caso, porque não existe risco de confusão entre os sinais em conflito. Tal como já foi explicado supra, o risco de confusão é um requisito que não é exigível em matéria de protecção das marcas de prestígio. Importa, porém, precisar se tem ou não relevo, aqui, fazer apelo à excepção ao princípio da especialidade.
78. O princípio da especialidade, que encontra expressão, quer no CPI, quer no RMUE, significa que, o âmbito de protecção de uma marca registada se limita ao universo de produtos idênticos ou afins daqueles que a marca se destina a assinalar. É dentro desse limite que o artigo 9.º n.º 2 – a) e b) do RMUE confere protecção às marcas normais (por oposição a marcas de prestígio). O princípio funciona não só no relacionamento entre marcas, mas também no relacionamento entre marcas e outros sinais distintivos, como o logótipo aqui em crise – cf. considerando (13) do RMUE. Ele deriva das funções da marca, que são a distintividade e a determinabilidade, ou seja, a marca, em particular a marca da União Europeia aqui em causa, tem por funções individualizar produtos e serviços e permitir a sua diferenciação dos restantes – cf. artigo 4.º do RMUE.
79. Resulta, assim, do princípio da especialidade que, o âmbito de protecção conferido a cada marca se limita aos produtos ou serviços idênticos ou afins àqueles para os quais foi registada, isto é, produtos ou serviços que estejam numa certa relação de concorrência com aqueles que a marca registada assinala. Só nessas circunstâncias é que a função indicativa da marca carece de protecção.
80. No entanto, no caso das marcas de prestígio da União, a protecção que lhes é conferida pelo artigo 9.º n.º 2.º- c) do RMUE prescinde desse requisito, ou seja, a protecção das marcas de prestígio abrange também o direito de proibir o uso, em operações comerciais, de sinais relativos a produtos ou serviços que não se encontram em relação de concorrência com os assinalados pela marca. Nisto consiste a excepção ao princípio da especialidade a que se refere a decisão recorrida e que, no plano nacional, está consagrada no artigo 235.º do CPI,



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

Tribunal da Relação de Lisboa

Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

ao passo que no plano da União Europeia, está consagrada no artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE. A excepção, porém, apenas tem relevância, se estivermos perante produtos e/ou serviços que não estão em concorrência ou que não têm afinidade. Ora o que sucede é que no presente caso os produtos e serviços em causa são afins, na medida em que entre eles existe uma certa concorrência, como aliás concluiu a decisão do INPI (cf. documento mencionado no parágrafo 33), que não merece censura pelos motivos a seguir expostos.

81. A lei não define em que consiste a afinidade entre produtos e/ou serviços pelo que há que recorrer aos seguintes factores: a natureza dos produtos ou serviços; a sua composição, finalidade, função, modo de uso e utilidades; os canais de distribuição e estabelecimentos em que são comercializados; a complementaridade, preço e qualidade; o tipo de consumidores; a notoriedade da marca (cf. quanto ao relevo deste último factor cf. parágrafo 19 do acórdão do TJUE C-39/97).
82. Para o efeito de saber se existe afinidade, os produtos ou serviços em confronto não têm necessariamente que pertencer à mesma classe na classificação internacional. O registo, quer em Portugal quer na União Europeia, e quer seja o registo das marcas quer seja o do logótipo, é feito por produtos ou serviços, que têm de ser indicados quando o mesmo é requerido. É a eles que se estende a exclusividade do uso do sinal. É igualmente de admitir que possa existir afinidade entre um produto e um serviço, desde que entre eles exista complementaridade e uma certa sobreposição entre os respectivos mercados, como sucede com os pneus (produto) e a reparação e manutenção de automóveis (serviço).
83. Em suma, todos estes factores se destinam a permitir ao Tribunal apurar se existem áreas de sobreposição entre os respectivos mercados. No caso em análise, é forçoso concluir que tal sobreposição existe, pois, os produtos e serviços assinalados pelas marcas da recorrente são entre outros, respectivamente, pneus/componentes de automóveis e reparação de automóveis e os serviços prestados pela recorrida, que é a entidade assinalada pelo logótipo, são a manutenção e reparação de automóveis. Existe semelhança dos estabelecimentos onde são prestados os serviços e vendidos os produtos em questão e complementaridade entre uns e outros. O tipo de consumidores abrange, em ambos os casos, automobilistas e os mercados respectivos sobrepõem-se, não obstante o âmbito geográfico e o público das marcas da requerente serem mais alargados.
84. Daqui resulta que, existe afinidade entre os produtos e/ou serviços em causa, pelo que, a excepção ao princípio da especialidade aplicável às marcas de prestígio da União Europeia por força do artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, em concreto, é irrelevante para a solução deste litígio, pois não está aqui em causa estender a protecção das marcas de prestígio a produtos ou serviços diversos dos que são por elas assinalados.
85. O que acontece é que, tal como já foi explicado em cima e resulta da interpretação feita pelo TJUE no acórdão C-603/14, o exclusivo das marcas de prestígio, abrange não só um leque de produtos e serviços mais amplo (questão que aqui não se coloca) como um espectro de sinais



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

Tribunal da Relação de Lisboa

Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão

Apelações em processo comum e especial (2013)

semelhantes mais vasto, devendo o logótipo da recorrida, dadas as semelhanças apontadas no parágrafo 72, ser incluído nesse espectro mais vasto de sinais, cujo uso a titular das marcas de prestígio pode proibir.

86. Em consequência, verifica-se também o terceiro requisito, enunciado no parágrafo 64, e exigido pelo artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, para a protecção das marcas de prestígio, que consiste na semelhança dos sinais em conflito, tendo em conta que, o grau de prestígio das marcas da recorrente é suficiente para que o público estabeleça uma ligação ou associação entre o logótipo e as suas marcas.
87. Vejamos agora se se verifica o último dos requisitos de que depende a protecção das marcas de prestígio, enunciado no parágrafo 64. Trata-se de saber se, do uso do logótipo em crise pode resultar um benefício parasitário para a recorrida, ou um prejuízo para o prestígio das marcas da recorrente, ou um prejuízo para o carácter distintivo dessas marcas.
88. Em regra, **basta que uma destas consequências resulte do uso do logótipo em crise, ainda que potencialmente**, para desencadear a protecção reforçada devida às marcas de prestígio – cf. acórdãos do TJUE C- 252/07 (já acima citado), C- 487/07 (parágrafos 41 e 42 do mesmo) e C-323/09 (parágrafos 72, 77, e 92 do mesmo).
89. A este propósito, a recorrida alega a diferença de recursos financeiros das partes e a perturbação da sua paz jurídica, para daí extrair, segundo este Tribunal julga perceber, que se deve manter o registo do logótipo. É forçoso reconhecer que, de acordo com as regras gerais da experiência, a perturbação da paz jurídica é uma consequência que atinge qualquer das partes envolvidas num litígio judicial, sem que isso seja, por si só, fundamento legal para o sucesso da pretensão de cada uma delas.
90. Esta argumentação da recorrida parece sugerir, adicionalmente, que existe discriminação no tratamento conferido pelo legislador aos sinais em conflito, em razão dos recursos financeiros das partes envolvidas. Como já foi explicado supra, existe de facto diferença no tratamento legal previsto para as marcas de prestígio em relação ao previsto para as marcas ou sinais normais. Porém, afigura-se que tal diferença de tratamento não tem por base a riqueza ou os recursos financeiros dos titulares dos sinais (discriminação proibida pelo artigo 21.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União), mas antes a diferença entre os próprios sinais, quanto aos aspectos da sua notoriedade, individualidade e ao grau de prestígio de que gozam no comércio. Por isso, a diversidade do regime legal aplicável a cada um dos sinais aqui em causa não tem por consequência a violação da proibição de discriminação em razão dos recursos financeiros das partes, na medida em que, as alíneas a), b) e c) do n.º 2 do artigo 9.º do RMUE, prevêm, respectivamente, requisitos de protecção diversos, justificados pelas situações também diversas em que se enquadram os sinais a que se aplicam, não se afigurando que tal preceito legal, interpretado à luz do artigo 21.º Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, tenha por consequência o tratamento discriminatório infundado.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

91. Segundo a interpretação do TJUE, no acórdão **C - 375/97** (cf. parágrafo 27 desse acórdão), relativamente a disposições legais do direito da União idênticas e, portanto, válida para os artigos 8.º n.º 5 e 9.º n.º 2 – c) do RMUE, a protecção reforçada conferida pelo legislador europeu às marcas de prestígio, depende da verificação de requisitos exigentes, acima apontados no presente acórdão, em particular, da importância dos investimentos feitos pelas recorrentes para promover as suas marcas, importância essa que resulta dos factos provados transcritos nos parágrafos 18 a 24 e 28. Situação que não ocorre com o logótipo em crise uma vez que não se provou que a recorrida tenha feito investimentos para o promover e, portanto, não é possível concluir que os mesmos careçam, por tal facto, de protecção reforçada.
92. É, aliás, neste contexto que é necessário apurar se o uso do logótipo gera risco de diluição, de degradação ou de parasitismo, que é o último dos requisitos de protecção reforçada das marcas de prestígio, aqui em análise. Vejamos então em que consiste cada uma dessas situações.
93. A **diluição** consiste no enfraquecimento da capacidade distintiva da marca que deixa de suscitar nos consumidores uma associação imediata com uma origem comercial. A **degradação** consiste na diminuição da força de atracção da marca junto do público. O **parasitismo** é o benefício que um terceiro retira da utilização de um sinal idêntico ou semelhante, graças à transferência da imagem da marca de prestígio para produtos ou serviços designados pelo sinal idêntico ou semelhante (cf. *Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, Noções Fundamentais, 2.ª Edição, Almedina, página 314*).
94. Seguindo a interpretação do TJUE no acórdão **C-252/0** (cf. parágrafos 71 e 74 desse acórdão), a recorrente, titular das marcas de prestígio aqui em análise, não tem que provar uma violação efectiva e actual das suas marcas, mas tem de provar elementos que permitam concluir que existe risco sério de que essa violação venha a concretizar-se no futuro. À luz desta jurisprudência, atentas as semelhanças apontadas no parágrafo 72, às quais acresce a afinidade dos produtos e serviços em causa, já acima mencionada, afigura-se que existe **risco de benefício parasitário por parte da recorrida**, em resultado do uso do logótipo. Adicionalmente, no que diz respeito ao carácter distintivo das marcas da recorrente, **o uso do logótipo em crise acarretará sempre diluição**, por implicar uma dispersão da identidade das marcas anteriores e da sua influência no espírito do público (cf. *Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, Noções Fundamentais, 2.ª Edição, Almedina, página 314 e jurisprudência do TJUE aí citada*).
95. Por todo o exposto, verificam-se todos os requisitos exigidos pelo artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, para a protecção das marcas de prestígio da recorrente.
96. Em consequência, a decisão recorrida deve ser revogada e substituída por outra que revoga a decisão do INPI e recusa o registo do logótipo da recorrida com base no disposto nos artigos



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

289.º n.º 2 e 235.º do CPI, por tal logótipo não respeitar os direitos conferidos pelo artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE às marcas de prestígio da União Europeia de que é titular a recorrente – cf. artigos 43.º n.º 4, 45.º n.º 1 do CPI.

Em síntese

97. As marcas de que é titular a recorrente, além de prioritárias, são marcas de prestígio da União Europeia cujos efeitos devem ser apreciados exclusivamente à luz do artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE. Tais marcas beneficiam da tutela judicial conferida pelo direito nacional, nomeadamente pelo artigo 235.º, aplicável ao caso em análise por força do artigo 289.º n.º 2, do CPI.
98. Existem semelhanças entre os sinais em conflito – o logótipo cujo registo nacional foi requerido pela recorrida e as marcas da União Europeia de que é titular a recorrente – que devem ser apreciadas, não à luz do risco de confusão no espírito do público relevante, mas à luz do risco de associação ou ligação entre os sinais, que é tanto maior quanto maior for o prestígio das marcas. Isto porque, o artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE dispensa a verificação do risco de confusão como requisito de protecção das marcas de prestígio da União Europeia.
99. De acordo com a jurisprudência de princípio do TJUE, acima citada, que vincula os Tribunais nacionais, o direito à exclusividade do uso do sinal conferido pelo RMUE às marcas de prestígio da União Europeia, quando esse prestígio é muito intenso, como sucede no caso dos autos, abrange um espectro mais amplo de sinais semelhantes. Pelo que, a protecção reforçada dessas marcas deve ser conferida, ainda que o grau de semelhança entre os sinais em conflito seja mínimo, quando, do uso do logótipo em crise, resulte o risco de obtenção de um benefício parasitário pela recorrida e de diluição das marcas de prestígio de que é titular a recorrente, como sucede no caso em análise.
100. Em consequência, o registo do logótipo deve ser recusado por não respeitar os direitos de terceiros – neste caso, os direitos conferidos às recorrentes pelo artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE – o que é um dos requisitos substanciais, relativos, exigidos pelo artigo 289.º n.º 2 do CPI, para que os logótipos nacionais gozem de tutela legal.

Decisão

Acordam as Juízes desta secção em julgar procedente o recurso e, em conformidade:

- I. **Revogar a decisão do Instituto Nacional da Propriedade Industrial de 4.2.2021, que concedeu o registo do logótipo nacional n.º 50654.**
- II. **Substituí-la por outra que recusa o registo do logótipo n.º 50654, com base no disposto nos artigos 289.º n.º 2 e 235.º do CPI, por tal logótipo não respeitar os direitos conferidos pelo**



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE às marcas prioritárias, de prestígio, da União Europeia, com os n.ºs 17451162 e 17451147, registadas no Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia, de que é titular a recorrente.

- III. Ordenar ao Tribunal de Primeira instância que, após trânsito e baixa dos autos, cumpra o disposto no artigo 34.º n.º 5 aplicável por força do artigo 46.º, do CPI
- IV. Custas a cargo da recorrida – artigo 527.º n.ºs 1 e 2 do CPC.

Lisboa, 27 de Abril de 2022

Paula Pott (relatora)

Eleonora Viegas (1.ª adjunta)

Mónica Pavão (2ª adjunta)

Assinado em 27-04-2022, por
Ana Mónica Mendonça Pavão, Juiz Desembargador



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Processo 168/21.2YHLSB.L1

Recurso de Apelação

Sumário: *Efeitos das marcas de prestígio da União Europeia – Requisitos de protecção reforçada – Prestígio intenso – Requisitos da tutela do logótipo nacional – Risco de confusão e risco de associação dos sinais em conflito – artigo 9.º n.º 2 – c) do Regulamento (EU) 2017/1001 – Artigos 235.º e 289.º n.º 2 do Código da Propriedade Industrial*

Palavras chave: Marca de prestígio / Logótipo / Risco de confusão / Risco de associação / Benefício parasitário / Diluição da marca

Recorrente

Pirelli & C. S.p.A., Viale Piero e Alberto Pirelli, 25, I - 20126 Milão, Itália, com o número de identificação fiscal IT 00860340157

Recorrida

Garagem Fernando & Pinto, Lda., Rua Francisco Rocha, n.º 5, 4520 – 605 São João de Ver, Portugal, com o número de identificação fiscal 504438123

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

1. A recorrente, reclamante no procedimento de concessão do logótipo aqui em causa, que correu no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (doravante também INPI) interpôs recurso judicial junto do Tribunal da Propriedade Intelectual (doravante também Tribunal *a quo* ou Tribunal de primeira instância), do despacho do INPI que concedeu o registo do logótipo n.º 50654, para assinalar uma entidade que presta serviços, a pedido da recorrida. **A recorrente pediu a revogação desse despacho e a sua substituição por decisão de recusa do registo do referido logótipo.**
2. A recorrida, respondeu, pugnando pela improcedência do recurso em primeiro grau de jurisdição.
3. **O Tribunal da Propriedade Intelectual, por sentença de 11.11.2021, com a referência Citius 460781, julgou improcedente o recurso, mantendo a decisão que concedeu o registo do logótipo.**



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

4. Da sentença referida no parágrafo anterior **veio a recorrente interpor o presente recurso para o Tribunal da Relação, pedindo a sua revogação e substituição por acórdão que recuse o registo do logótipo n.º 50654**, invocando, em síntese:
- A recorrente é titular de duas marcas da União Europeia n.ºs 17451162 e 17451147 (doravante também marcas Pirelli), concedidas anteriormente ao logótipo da requerida;
 - São ambas marcas de prestígio;
 - O INPI no despacho recorrido não levou em conta a protecção devida ao prestígio de que gozam as marcas da recorrente;
 - O Tribunal de primeira instância, reconheceu que as marcas da recorrente são de prestígio e que existem algumas semelhanças entre estas e o logótipo da recorrida mas incorreu em erro de julgamento por ter recorrido ao critério previsto no artigo 238.º n.º 1 – c) do Código da Propriedade Industrial, quando tal critério não se aplica quando estão em causa marcas de prestígio;
 - Nos termos do artigo 235.º do Código da Propriedade Industrial e da jurisprudência constante, quer do Tribunal de Justiça da União Europeia, quer do Tribunal Geral da União Europeia, para aplicar a protecção devida às marcas de prestígio, não é necessário que exista risco de confusão entre os sinais em conflito, como julgou o Tribunal *a quo*, bastando que exista um determinado grau de semelhança em razão do qual o público faça uma ligação entre esse logótipo e as marcas de prestígio;
 - Existem semelhanças visuais – uso da letra P alongada, ênfase dada à letra i, mesma estratégia visual ao colocar o remanescente da palavra por baixo do alongamento da letra P – e incorporação, no logótipo da recorrida, da totalidade de um elemento das marcas de prestígio da recorrente, o que, tendo em conta que o logótipo da recorrida assinala a actividade de manutenção e reparação de automóveis e as marcas da recorrente assinalam pneus/componentes para automóveis/serviços de reparação de automóveis, é suficiente para evocar, no espírito do consumidor, a ligação entre as marcas de prestígio e o logótipo em litígio;
 - Em consequência, isso diminui a distintividade das marcas de prestígio aqui em causa, beneficiando a recorrida, injustificadamente, da publicidade e do prestígio de que gozam as marcas da recorrente, sem pagar a esta qualquer retribuição.
5. **A recorrida, contra-alegou**, opondo-se à admissibilidade do recurso (questão prévia já decidida por despacho que admitiu o recurso) e **pugnando pela sua improcedência**. Invocou, em síntese:
- A sentença recorrida considerou não provada a alegação da recorrente de que o despacho do INPI fez uma análise incompleta dos factos alegados na reclamação, quanto à notoriedade e ao prestígio das suas marcas;
 - O Tribunal *a quo* aplicou correctamente o artigo 235.º do Código da Propriedade Industrial e recorreu ao artigo 238.º do mesmo código para complementar a insuficiência dos critérios previstos na primeira disposição legal e poder apreciar se havia imitação;



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

- Não havendo semelhança, nem imitação, não existe risco de associação do logótipo da recorrida com as marcas da recorrente;
- Não existe fundamento para restringir os princípios do livre mercado e da iniciativa privada;
- O recurso perturba a paz jurídica da recorrida, que é uma sociedade familiar com recursos financeiros diferentes dos da recorrente.

Objecto da acção de impugnação judicial na primeira instância

6. Afigura-se que na primeira instância o litígio incidiu essencialmente sobre um dos requisitos de protecção do logótipo da recorrida, que consiste no **respeito os direitos de terceiros, neste caso, o direito às marcas de prestígio, prioritárias, da recorrente e, portanto, em saber se o logótipo deve ser registado**, na medida em que o respeito pelos direitos de terceiros constitui um dos requisitos relativos da tutela do logótipo.
7. O Tribunal de primeira instância, tendo apreciado a semelhança entre os sinais em conflito à luz do risco de confusão no espírito do público, tal como fez o INPI, concluiu que não existe esse risco de confusão e, em consequência, não existindo violação dos direitos de terceiro, confirmou a concessão do registo do logótipo.

Âmbito do presente recurso

8. A recorrente/titular das marcas de prestígio, por discordar da decisão do Tribunal *a quo*, interpôs o presente recurso no qual foram suscitadas as seguintes questões, vertidas nas conclusões:

A. O respeito pelos direitos de terceiros como um dos requisitos relativos da tutela do logótipo

B. Os requisitos da protecção reforçada devida às marcas de prestígio da União Europeia e o âmbito dessa protecção.

9. A primeira questão será analisada à luz das noções de marca e logótipo, os dois sinais distintivos aqui em crise, da função desempenhada por cada um deles, dos requisitos da tutela do logótipo previstos no Código da Propriedade Industrial (doravante também CPI) e dos efeitos das marcas de prestígio da União Europeia previstos no Regulamento (EU) 2017/1001 (doravante também RMUE).
10. A segunda questão, será analisada à luz dos requisitos da protecção reforçada conferida pelo RMUE às marcas de prestígio da União Europeia e do âmbito dessa protecção, que resulta da interpretação levada a cabo pelo Tribunal de Justiça da União Europeia (doravante também TJUE), para enfim concluir por que motivos o logótipo requerido pela recorrida não respeita a tutela de que beneficiam as marcas de prestígio de que é titular a recorrente.

Factos provados na sentença recorrida



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

11. Por despacho de 4.2.2021, o Senhor Diretor do Departamento de Marcas e Desenhos ou Modelos do INPI, por subdelegação de competências do Conselho Diretivo, concedeu o registo da marca nacional n.º 50654, com a seguinte configuração:



12. A marca referida assinala os seguintes MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMÓVEIS: Cf. teor da decisão constante do processo de registo, remetido aos autos pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial.
13. A recorrente é titular da Marca da União Europeia n.º 17451162, requerida em 07.11.2017 e concedida em 08.05.2018 para assinalar, entre outros, produtos na classe 12 e serviços na classe 37, com a seguinte configuração:



14. A recorrente é titular da marca União Europeia n.º 17451147, requerida em 07.11.2017 e concedida em 08.05.2018 para assinalar, entre outros, produtos na classe 12 e serviços na classe 37, com a seguinte configuração:



15. A recorrente foi fundada em Milão no ano de 1872, após o que iniciou a expansão internacional do seu negócio nos primeiros anos do século XX, sendo hoje reconhecida pela sua tecnologia de ponta, pela excelência da sua produção e pela sua paixão pela inovação – cf. <https://corporate.pirelli.com/corporate/en-ww/aboutus/history> ou documento que a recorrente junta como Documento n.º 3.
16. Atualmente, os pneus da marca da Recorrente são vendidos em mais de 160 países, através de uma rede que conta com mais de 14 mil distribuidores e retalhistas e com um volume de receitas [que], em 2018 de cerca de 5,2 mil milhões de Euros – cf. <https://corporate.pirelli.com/corporate/en-ww/aboutus/pirelli-in-brief> ou documento que a recorrente junta como Documento n.º 4.
17. A marca é igualmente conhecida por estar há muito associada aos desportos motorizados, sendo desde 2011 a fornecedora exclusiva de pneus e um dos principais patrocinadores do Campeonato de Fórmula 1™ – cf. <https://www.pirelli.com/tyres/en-ww/motorsport/f1/tyres> ou documento que a recorrente junta como Documento n.º 5.
18. Na época de 2018, a associação da marca / ao Campeonato de Fórmula 1 resultou em quase cinco horas de exposição da marca como patrocinadora do evento e em mais de 10 horas de



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

exposição publicitária, o que corresponde à maior exposição de marca de entre os principais parceiros da Fórmula 1™ – Documento que a recorrente junta como Doc. n.º 6.

19. Em associação ao desporto motorizado, a recorrente é também a fornecedora oficial de pneus do Campeonato Mundial de *Superbikes* da FIM, com presença também em provas de rally desde o início da modalidade nos anos de 1970 – cf. <https://www.pirelli.com/tyres/en-ww/motorsport/superbike> e <https://www.pirelli.com/tyres/en-ww/motorsport/rally> ou documentos que a recorrente junta como Documentos n.º 7 e n.º 8.
20. No que respeita a modalidades desportivas não motorizadas, a marca da recorrente está associada à equipa de futebol italiana Inter de Milão – cf. <https://www.pirelli.com/global/en-ww/life/pirelli-and-inter-together-through-times-for-two-decades-of-passion> e <https://www.inter.it/en/partner> ou documentos que a recorrente junta como Documentos n.º 9 e n.º 10.
21. O patrocínio da Pirelli àquele clube de futebol resulta na exposição das marcas da recorrente junto de milhões de adeptos e fãs espalhados por todo o mundo, seja pela aposição da marca no equipamento dos jogadores, seja através da venda de produtos de merchandising e produtos licenciados associados ao universo do Inter de Milão – documento que a recorrente junta como Documento n.º 11.
22. O envolvimento da Pirelli com o mundo desportivo estende-se a várias outras modalidades, como, por exemplo, o patrocínio do campeonato mundial de ski alpino de 2017 ou o patrocínio da equipa dos Emirados Árabes Unidos da mais prestigiada regata do mundo, a *America's Cup* – documentos que a recorrente junta como Documentos n.º 12 e n.º 13.
23. As competições de futebol em que o Inter de Milão participa e os demais eventos desportivos às quais as marcas da recorrente estão associadas são seguidos por milhões de adeptos e fãs em todo o mundo.
24. A recorrente e as suas marcas são igualmente mundialmente conhecidas pelo “Calendário PIRELLI”, que tem sido editado desde 1964, também conhecido por “*The Cal™*”, o qual começou por ser uma oferta para os parceiros da recorrente e depressa se tornou em algo que a marca posiciona como uma afirmação cultural artística que exhibe a obra de alguns dos fotógrafos mais famosos – cf. <https://www.pirelli.com/global/en-ww/articles/tag/pirelli-calendar> ou documento que a recorrente junta como Documento n.º 14.
25. Nos anos de 2014 e 2013, a marca foi identificada pelo agregador de rankings *Ranking the Brands* como ocupando, respetivamente, o quinto e o sexto lugar na lista das marcas de pneus mais valiosas – Documentos que a recorrente junta como Documentos n.º 15 e n.º 16.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

26. Em 2016, a marca foi também considerada pelo *Reputation Institute* uma das 100 mais prestigiadas marcas do mundo em 15 países, incluindo França, Alemanha, Itália, Espanha e o Reino Unido - Documento que a recorrente junta como Documento n.º 17.
27. No ano de 2018, o relatório anual das marcas mais valiosas do sector automóvel, componentes automóveis e pneus da *Brand Finance* considerou a segunda marca de pneus mais forte e a sétima mais valiosa – Documento que a recorrente junta como Documento n.º 18.
28. A Lamborghini, a Maserati ou a McLaren frequentemente se associam à Pirelli em comunicações publicitárias – Documento que a recorrente junta como Documento n.º 18.

Factos não provados na sentença recorrida

29. Não se provaram quaisquer outros factos passíveis de afetar a decisão de mérito, em face das possíveis soluções de direito, e que, por conseguinte, importe registar como não provados.
30. Também não foi considerada matéria conclusiva, conceptual, de direito ou sem relevo.
31. Ou seja, toda a matéria constante dos requerimentos, não considerada nos factos provados, foi entendida pelo tribunal como sendo matéria conclusiva, conceptual, de direito ou sem relevo para a decisão a proferir, em face das possíveis soluções de direito.

Apreciação do recurso

Nota preliminar

Factos provados e documentos que este Tribunal leva em conta

32. No que diz respeito aos factos provados, constantes da sentença recorrida, acima transcritos nos parágrafos 11 a 28, importa conjugá-los com os documentos juntos aos autos, que este Tribunal leva em conta nos termos dos artigos 607.º n.º 4, segunda parte, aplicável por força do artigo 663.º n.º 2, do Código de Processo Civil (CPC).
33. Neste contexto, o que resulta do teor do despacho proferido pelo INPI, de 4.2.2021, mencionado pelo Tribunal *a quo* (cf. parágrafos 11 e 12 supra), não é a concessão do registo de uma marca com o n.º 50654, como mencionado na sentença recorrida, mas **a concessão do registo do logótipo com o n.º 50654 para assinalar uma entidade que presta serviços de manutenção e reparação de veículos automóveis – cf. documento junto com a referência Citius 89192, aí designado por 11-6-2021 - Decisão [Doc.1414].** Assim, não só é essa a designação legal do sinal em crise como a mesma não é controversa entre as partes.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

34. Com base no documento e nas disposições legais mencionadas no parágrafo 33, este Tribunal conclui ainda que, quando a sentença recorrida menciona as classes de produtos e serviços assinalados pelas marcas da recorrente (cf. parágrafos 13 e 14, supra) tais classes são as constantes da Classificação de Nice, que é um sistema internacional de classificação de produtos e serviços para pedidos de registo de marcas da União Europeia, que pode ser consultado no Portal do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia [<https://euipo.europa.eu/ohimportal/pt/nice-classification>]. Assim, resulta da Classificação de Nice e dos factos provados, mencionados nos parágrafos 16, 17, 19, 25 e 27 que as marcas da recorrente, para a análise que releva na presente acção, assinalam pneus e componentes de automóveis (produtos da classe 12 da Classificação de Nice) e a manutenção/reparação de automóveis (serviços da classe 37 da Classificação de Nice).

Doutrina e jurisprudência do TJUE que o Tribunal menciona na decisão

35. Para decidir o presente recurso este Tribunal acompanha a seguinte doutrina, que pontualmente será referida na fundamentação que se segue: *Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, Noções Fundamentais, 2.ª Edição, Almedina, páginas 211 a 320 e 349 a 355; Código da Propriedade Industrial Anotado, Coordenação: Luís Couto Gonçalves, Almedina, páginas 84 a 86, 940 e 949.*

36. Além da doutrina acima mencionada, este Tribunal fundamenta a decisão na interpretação do TJUE constante dos seguintes acórdãos que serão igualmente mencionados infra: C-39/97; C-375/97; C-252/07; C-487/07; C-323/09; C-603/14 [publicados em https://curia.europa.eu/jcms/jcms/_6/pt/].

Disposições legais relevantes

37. São os seguintes os principais textos/disposições legais que o Tribunal considera relevantes para a decisão de mérito, que serão mencionados infra:

Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia

Artigo 21.º

Não discriminação

1. É proibida a discriminação em razão, designadamente, do sexo, raça, cor ou origem étnica ou social, características genéticas, língua, religião ou convicções, opiniões políticas ou outras, pertença a uma minoria nacional, riqueza, nascimento, deficiência, idade ou orientação sexual.
2. No âmbito de aplicação dos Tratados e sem prejuízo das suas disposições específicas, é proibida toda a discriminação em razão da nacionalidade.

Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia

Artigo 288.º

Para exercerem as competências da União, as instituições adotam regulamentos, diretivas, decisões, recomendações e pareceres.

O regulamento tem carácter geral. É obrigatório em todos os seus elementos e diretamente aplicável em todos os Estados-Membros.

A diretiva vincula o Estado-Membro destinatário quanto ao resultado a alcançar, deixando, no entanto, às instâncias nacionais a competência quanto à forma e aos meios.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

A decisão é obrigatória em todos os seus elementos. Quando designa destinatários, só é obrigatória para estes.
As recomendações e os pareceres não são vinculativos.

Regulamento (EU) 2017/1001 sobre a marca da União Europeia ou RMUE

Considerando (11)

A proteção conferida pela marca da UE, cujo objetivo consiste nomeadamente em garantir a função de origem da marca, deverá ser absoluta em caso de identidade entre a marca e o sinal e entre os produtos ou serviços. A proteção deverá também poder ser invocada em caso de semelhança entre a marca e o sinal e entre os produtos ou serviços. Há que interpretar a noção de semelhança em função do risco de confusão. O risco de confusão, cuja avaliação depende de numerosos fatores, nomeadamente do conhecimento da marca no mercado, da associação que pode ser estabelecida com o sinal utilizado ou registado, do grau de semelhança entre a marca e o sinal e entre os produtos e os serviços designados, deverá constituir uma condição específica da proteção.

Considerando (13)

Pode existir confusão quanto à origem comercial dos produtos ou serviços se uma empresa utilizar como designação comercial o mesmo sinal, ou um sinal semelhante, de tal forma que seja possível estabelecer um nexo entre a designação da empresa e os respetivos produtos ou serviços. Por conseguinte, a violação de uma marca da UE deverá incluir igualmente a utilização do sinal enquanto designação comercial ou designação semelhante, desde que a utilização seja feita para fins de distinção dos produtos ou serviços.

Artigo 8.º n.ºs 1 e 5

Motivos relativos de recusa

1. Após oposição do titular de uma marca anterior, o pedido de registo de marca é recusado:

- a) Sempre que esta seja idêntica à marca anterior e sempre que os produtos ou serviços para os quais a marca é pedida sejam idênticos aos produtos ou serviços para os quais a marca está protegida;
- b) Quando, devido à sua identidade ou semelhança com a marca anterior e devido à identidade ou semelhança dos produtos ou serviços designados pelas duas marcas, exista risco de confusão no espírito do público do território onde a marca anterior está protegida; o risco de confusão compreende o risco de associação com a marca anterior. (...)

(...) 5. Mediante oposição do titular de uma marca registada anterior na aceção do n.º 2, o pedido de registo de uma marca idêntica ou semelhante à marca anterior é rejeitado, independentemente de essa marca se destinar a ser registada para produtos ou serviços idênticos, afins ou não afins àqueles para os quais a marca anterior foi registada, sempre que, no caso de uma marca da UE anterior, esta goze de prestígio na União ou, no caso de uma marca nacional anterior, esta goze de prestígio no Estado-Membro em causa, e sempre que a utilização injustificada da marca para a qual foi pedido o registo tire indevidamente partido do carácter distintivo ou do prestígio da marca anterior ou lhe cause prejuízo.

Artigo 9.º

Direitos conferidos por uma marca da UE

- 1. O registo de uma marca da UE confere ao seu titular direitos exclusivos.
- 2. Sem prejuízo dos direitos dos titulares adquiridos antes da data de depósito ou da data de prioridade da marca da UE, o titular dessa marca da UE fica habilitado a proibir que terceiros, sem o seu consentimento, façam uso, no decurso de operações comerciais, de qualquer sinal em relação aos produtos ou serviços caso o sinal seja:
 - a) Idêntico à marca da UE e seja utilizado para produtos ou serviços idênticos àqueles para os quais a marca da UE foi registada;
 - b) Idêntico ou semelhante à marca da UE e seja utilizado para produtos ou serviços idênticos ou afins àqueles para os quais a marca da UE foi registada, se existir risco de confusão no espírito do público; o risco de confusão compreende o risco de associação entre o sinal e a marca;
 - c) Idêntico ou semelhante à marca da UE, independentemente de ser utilizado para produtos ou serviços idênticos, ou afins àqueles para os quais a marca da UE foi registada, sempre que esta última goze de prestígio na União e que a utilização injustificada do sinal tire indevidamente partido do carácter distintivo ou do prestígio da marca da UE ou lhe cause prejuízo.
- 3. Ao abrigo do n.º 2, pode ser proibido, nomeadamente:
 - a) Apor o sinal nos produtos ou na embalagem desses produtos;



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

- b) Oferecer os produtos, colocá-los no mercado ou armazená-los para esses fins, ou oferecer ou prestar serviços sob o sinal;
 - c) Importar ou exportar produtos sob o sinal;
 - d) Utilizar o sinal como designação comercial ou denominação social, ou como parte dessa designação ou denominação;
 - e) Utilizar o sinal em documentos comerciais e na publicidade;
 - f) Utilizar o sinal na publicidade comparativa, de forma contrária à Diretiva 2006/114/CE.
4. Sem prejuízo dos direitos dos titulares adquiridos antes da data de depósito ou da data de prioridade da marca da UE, o titular dessa marca da UE fica igualmente habilitado a impedir que terceiros, no decurso de operações comerciais, introduzam na União produtos que não tenham sido aí introduzidos em livre prática, se tais produtos, incluindo a embalagem, forem provenientes de países terceiros e ostentarem, sem autorização, uma marca idêntica à marca da UE registada em relação a esses produtos, ou que não possa ser distinguida, nos seus aspetos essenciais, dessa marca.
- O direito do titular de uma marca da UE nos termos do primeiro parágrafo caduca se, durante o processo para determinar se ocorreu uma violação da marca da UE, iniciado nos termos do Regulamento (UE) n.º 608/2013, o declarante ou o detentor dos produtos fornecer provas de que o titular da marca da UE não tem o direito de proibir a colocação dos produtos no mercado no país de destino final.

Artigo 11.º

Data a partir da qual os direitos são oponíveis a terceiros

1. Os direitos conferidos por uma marca da UE são oponíveis a terceiros a partir da data de publicação do registo da marca.
2. Pode ser exigida uma indemnização razoável por atos posteriores à data de publicação de um pedido de marca da UE que, após a publicação do registo da marca, sejam proibidos em virtude dessa publicação.
3. O tribunal em que uma ação for interposta não pode decidir do mérito da causa enquanto o registo não for publicado.

Artigo 17.º

Aplicação complementar do direito nacional em matéria de infração

1. Os efeitos da marca da UE são exclusivamente determinados pelo disposto no presente regulamento. Por outro lado, as infrações a marca da UE são reguladas pelo direito nacional em matéria de infrações a marcas nacionais nos termos do disposto no capítulo X.
2. O presente regulamento não exclui que sejam intentadas ações respeitantes a marcas da UE com base no direito dos Estados-Membros, nomeadamente em matéria de responsabilidade civil e de concorrência desleal.
3. As normas processuais aplicáveis são determinadas nos termos do disposto no capítulo X.

Artigo 123.º n.º 1

Tribunais de marcas da UE

1. Os Estados-Membros designam no seu território um número tão limitado quanto possível de órgãos jurisdicionais nacionais de primeira e segunda instância, encarregados de desempenhar as funções que lhes são atribuídas pelo presente regulamento. (...)

Artigo 127.º n.º 1

Presunção de validade — defesa quanto ao fundo

1. Os tribunais de marcas da UE consideram válida a marca da UE a não ser que o réu conteste a sua validade por meio de um pedido reconvenicional de extinção ou de declaração de nulidade. (...)

Artigo 129.º

Direito aplicável

1. Os tribunais de marcas da UE aplicam as disposições do presente regulamento.
2. Às questões relativas a marcas comerciais não abrangidas pelo âmbito de aplicação do presente regulamento, os tribunais de marcas da UE aplicam o direito nacional aplicável.
3. Salvo disposição em contrário do presente regulamento, o tribunal de marcas da UE aplica as normas processuais aplicáveis ao mesmo tipo de processos relativos a marcas nacionais dos Estados-Membros em cujo território estiverem situados.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Artigo 135.º

Obrigações dos tribunais nacionais

Todo o tribunal nacional em que tenha sido intentada uma ação, que não as referidas no artigo 124.º, relativa a uma marca da UE deve considerar válida essa marca.

Código da Propriedade Industrial

Artigo 38.º

Decisões que admitem recurso

Cabe recurso, de plena jurisdição, para o tribunal competente das decisões do INPI, I. P.:

- a) Que concedam ou recusem direitos de propriedade industrial;
- b) Relativas a transmissões, licenças, declarações de caducidade, declarações de nulidade e anulações ou a quaisquer outros atos que afetem, modifiquem ou extingam direitos de propriedade industrial.

Artigo 43.º n.º 4

(...)

4 - A sentença que revogar ou alterar, total ou parcialmente, a decisão recorrida, substitui-a nos precisos termos em que for proferida.

Artigo 45.º n.º 1

Recurso da decisão judicial

1 - Da sentença proferida cabe recurso, nos termos da legislação processual civil, para o tribunal da Relação territorialmente competente para a área da sede do tribunal de propriedade intelectual, sem prejuízo do disposto no n.º 3.

Artigo 235.º

Marcas de prestígio

Sem prejuízo do disposto no artigo anterior, o pedido de registo é igualmente recusado se a marca, ainda que destinada a produtos ou serviços sem identidade ou afinidade, constituir tradução, ou for igual ou semelhante, a uma marca anterior registada que goze de prestígio em Portugal ou na União Europeia, se for marca da União Europeia, e sempre que o uso da marca posterior procure tirar partido indevido do caráter distintivo ou do prestígio da marca, ou possa prejudicá-los.

Artigo 288.º

Fundamentos de recusa do registo

1 - Para além do que se dispõe no artigo 23.º, o registo de um logótipo é recusado quando:

- a) Seja constituído por sinais que não possam ser representados graficamente ou de forma que permita determinar, de modo claro e preciso, o objeto da proteção conferida ao seu titular;
- b) Seja constituído por sinais desprovidos de qualquer caráter distintivo;
- c) Seja constituído, exclusivamente, por sinais ou indicações referidos nas alíneas b) a d) do n.º 1 do artigo 209.º;
- d) Contrarie o disposto nos artigos 281.º a 283.º

2 - Não é recusado o registo de um logótipo constituído, exclusivamente, por sinais ou indicações referidos nas alíneas a), c) e d) do n.º 1 do artigo 209.º se, antes da data do pedido de registo e na sequência do uso que dela for feito, este tiver adquirido caráter distintivo.

3 - É recusado o registo de um logótipo que contenha em todos ou alguns dos seus elementos:

- a) Símbolos, brasões, emblemas ou distinções do Estado, dos municípios ou de outras entidades públicas ou particulares, nacionais ou estrangeiras, o emblema e a denominação da Cruz Vermelha, ou de outros organismos semelhantes, bem como quaisquer sinais abrangidos pelo artigo 6.º-ter da Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial, salvo autorização;
- b) Sinais com elevado valor simbólico, nomeadamente símbolos religiosos, salvo autorização, quando aplicável, e exceto quando os mesmos sejam usuais na linguagem corrente ou nos hábitos leais do comércio dos produtos comercializados ou dos serviços prestados pela entidade a que o logótipo se destina e surjam acompanhados de elementos que lhe confirmem caráter distintivo;
- c) Expressões ou figuras contrárias à lei, moral, ordem pública e bons costumes;



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

- d) Sinais que sejam suscetíveis de induzir em erro o público, nomeadamente sobre a atividade exercida pela entidade que se pretende distinguir;
- e) Seja constituída por sinais ou indicações que contenham, em todos ou alguns dos seus elementos, denominações de origem e indicações geográficas que se encontrem protegidas pelo direito nacional, pela legislação da União Europeia ou por acordos internacionais de que a União Europeia seja parte;
- f) Sinais ou indicações que contenham, em todos ou alguns dos seus elementos, menções tradicionais para o vinho que se encontrem protegidas pela legislação da União Europeia ou por acordos internacionais de que a União Europeia seja parte;
- g) Sinais ou indicações que contenham, em todos ou alguns dos seus elementos, especialidades tradicionais garantidas que se encontrem protegidas pela legislação da União Europeia ou por acordos internacionais de que a União Europeia seja parte;
- h) Sinais ou indicações que contenham, em todos ou alguns dos seus elementos, denominações de variedades vegetais que se encontrem protegidas pela legislação da União Europeia ou por acordos internacionais de que a União Europeia seja parte.
- 4 - É também recusado o registo de um logótipo que seja constituído, exclusivamente, pela Bandeira Nacional da República Portuguesa ou por alguns dos seus elementos.
- 5 - É ainda recusado o registo de um logótipo que contenha, entre outros elementos, a Bandeira Nacional nos casos em que seja suscetível de:
- a) Induzir o público em erro sobre a proveniência geográfica dos produtos comercializados ou dos serviços prestados pela entidade a que se destina;
- b) Levar o consumidor a supor, erradamente, que os produtos ou serviços provêm de uma entidade oficial;
- c) Produzir o desrespeito ou o desprestígio da Bandeira Nacional ou de algum dos seus elementos.
- 6 - Quando invocado por um interessado, constitui também fundamento de recusa o reconhecimento de que o pedido de registo foi efetuado de má-fé.

Artigo 289.º

Outros fundamentos de recusa

1 - Constitui ainda fundamento de recusa do registo:

- a) A reprodução de logótipo anteriormente registado por outrem para distinguir uma entidade cuja atividade seja idêntica à exercida pela entidade que se pretende distinguir;
- b) A reprodução de logótipo anteriormente registado por outrem para distinguir uma entidade cuja atividade seja afim à exercida pela entidade que se pretende distinguir ou a imitação, no todo ou em parte, de logótipo anteriormente registado por outrem para distinguir uma entidade cuja atividade seja idêntica ou afim à exercida pela entidade que se pretende distinguir, se for suscetível de induzir o consumidor em erro ou confusão;
- c) A reprodução de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços idênticos aos abrangidos no âmbito da atividade exercida pela entidade que se pretende distinguir;
- d) A reprodução de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços afins aos abrangidos no âmbito da atividade exercida pela entidade que se pretende distinguir ou a imitação, no todo ou em parte, de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços idênticos ou afins aos abrangidos no âmbito da atividade exercida pela entidade que se pretende distinguir, se for suscetível de induzir o consumidor em erro ou confusão ou se criar o risco de associação com a marca registada;
- e) A reprodução ou imitação, no todo ou em parte, de denominação de origem ou de indicação geográfica que mereça proteção nos termos do presente Código, da legislação da União Europeia ou de acordos internacionais de que a União Europeia seja parte, e cujo pedido tenha sido apresentado antes da data de apresentação do pedido de registo de logótipo, sob reserva do seu registo posterior;
- f) A infração de outros direitos de propriedade industrial;
- g) O emprego de nomes, retratos ou quaisquer expressões ou figurações, sem que tenha sido obtida autorização das pessoas a que respeitem e, sendo já falecidos, dos seus herdeiros ou parentes até ao 4.º grau ou, ainda que obtida, se produzir o desrespeito ou desprestígio daquelas pessoas;
- h) O reconhecimento de que o requerente pretende fazer concorrência desleal ou de que esta é possível independentemente da sua intenção;



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

i) O emprego de nomes, designações, figuras ou desenhos que sejam reprodução, ou imitação, de logótipo já registado por outrem, sendo permitido, porém que duas ou mais pessoas com nomes patronímicos iguais os incluam no respetivo logótipo, desde que se distingam perfeitamente.

2 - Aplicam-se também ao registo de logótipo, com as necessárias adaptações, os fundamentos de recusa previstos nos artigos 233.º a 235.º

3 - Quando invocado por um interessado, constitui também fundamento de recusa:

a) A reprodução ou imitação de firma e denominação social, ou apenas de parte característica das mesmas, que não pertençam ao requerente, ou que o mesmo não esteja autorizado a usar, se for suscetível de induzir o consumidor em erro ou confusão;

b) A infração de direitos de autor.

4 - Para efeitos do disposto nas alíneas c) e d) do n.º 1, por marca anteriormente registada entende-se qualquer registo de marca nacional, da União Europeia ou internacional que produza efeitos em Portugal.

5 - O disposto nas alíneas a) a d) do n.º 1 abrange os pedidos dos registos aí mencionados, sob reserva do seu registo posterior.

Questões suscitadas pelo recurso

A. O respeito pelos direitos de terceiros como um dos requisitos relativos da tutela do logótipo

38. Antes de mais, importa ter presente que, tal como se apurou, as marcas da recorrente são marcas da União Europeia, cujo registo goza de prioridade relativamente ao registo nacional do logótipo da recorrida aqui em crise.

39. Assim, pelos motivos a seguir mencionados, aplica-se às marcas da recorrente a definição que resulta do artigo 4.º do Regulamento (EU) 2017/1001 (RMUE), ao passo que se aplica ao logótipo, cujo registo nacional foi requerido pela recorrida, a definição constante do artigo 281.º n.º 1 do CPI. Destes preceitos legais resulta que, tanto as marcas (da União Europeia), como os logótipos (nacionais) são constituídos por um sinal ou conjunto de sinais compostos por elementos distintivos que podem ter representação gráfica (e.g. elementos nominativos, figurativos ou mistos) ou não (e.g. sons, cores, formas, odores, isolados ou combinados). No caso em análise, os sinais em conflito têm representação gráfica.

40. Porém, o que distingue o logótipo das marcas é antes de mais o objecto que cada um assinala. Enquanto **o logótipo tem por função distinguir uma entidade que presta serviços ou comercializa produtos**, podendo ser utilizado, nomeadamente, em estabelecimentos, anúncios, impressos, correspondência (cf. artigo 282.º n.º 2 do CPI), **as marcas comerciais constituem sinais destinados a identificar produtos ou serviços**, distinguindo-os de outros do mesmo género.

41. Dito isto, tanto a tutela dos logótipos como das marcas, pressupõe o seu registo e o conjunto dos requisitos de protecção dos logótipos nacionais corresponde, no essencial, aos requisitos exigidos para protecção das marcas nacionais.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

42. Dessa forma, o procedimento de registo do logótipo aqui em litígio está regulado nos artigos 284.º a 287.º do CPI, preceitos legais que remetem para a tramitação prevista para o registo das marcas nacionais.
43. Para além dos requisitos formais, que dizem respeito ao pedido e procedimento de registo do logótipo, enunciados nos artigos 23.º, 284.º e 285.º do CPI, que aqui não estão em causa, **a tutela conferida ao logótipo em crise depende da verificação de requisitos substanciais de protecção que dizem respeito ao próprio sinal a registar**. Estes requisitos substanciais subdividem-se em dois e a sua falta dá lugar a motivos de recusa de registo, enunciados, respectivamente, nos artigos 288.º do CPI (motivos absolutos) e 289.º do CPI (motivos relativos).
44. Resulta assim dos artigos 288.º e 289.º do CPI que, **para gozar de tutela, o logótipo nacional tem de observar certos requisitos substanciais que podem ser agregados como se segue** (cf. *Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, Noções Fundamentais, 2.ª Edição, Almedina, página 355*):
- **Requisitos substanciais absolutos**
 - (i) Capacidade distintiva do logótipo;
 - (ii) Determinabilidade;
 - (iii) Respeito pela ordem pública;
 - **Requisitos substanciais relativos:**
 - (i) Novidade relativa;
 - (ii) Respeito pelos direitos de terceiros;
 - (iii) Ausência de risco de concorrência desleal.
45. Ora, à luz deste enquadramento, afigura-se que **o que está em causa no presente recurso, é saber se existe ou não respeito pelos direitos de terceiros, enquanto requisito substantivo, relativo, previsto no artigo 289.º n.ºs 1 e 2 do CPI, para que o logótipo possa ser registado**. Isto porque, a falta deste requisito constitui motivo de recusa do registo, cujo despacho de concessão, proferido pelo INPI em 4.2.2021, foi objecto de impugnação judicial e está agora em recurso. Aliás, ainda que o registo tivesse lugar, a falta de tal requisito constituiria causa de invalidade do mesmo, por anulabilidade que poderia ser declarada posteriormente, a pedido de quem se sentisse prejudicado (artigo 297.º do CPI).
46. A propósito dos requisitos da tutela do logótipo, a recorrida invoca os princípios do livre mercado e da iniciativa privada. Esta alegação afigura-se coberta pelo requisito relativo de tutela do logótipo que consiste na ausência de risco de concorrência desleal (cf. artigo 289.º n.º 1 – h) do CPI). Na verdade, tal como resulta do artigo 1.º do CPI, os direitos privativos sobre os sinais distintivos do comércio (logótipo aqui em crise) e a concorrência desleal, constituem duas faces da mesma moeda. Ora o despacho do INPI que concedeu o registo do logótipo (cf. documento mencionado no parágrafo 33) considerou não haver risco de



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

concorrência desleal. Nessa parte a decisão do INPI foi favorável à recorrida e não foi posta em crise. No mais, como foi acima enunciado no parágrafo 44, a tutela do logótipo enquanto expressão do livre mercado e da iniciativa privada, depende do respeito pelos direitos de terceiros, questão que a seguir será analisada.

47. Assim, no que diz respeito às marcas da recorrente, cuja ameaça de infracção está aqui em causa, como ficou provado trata-se de marcas da União Europeia, cujo registo foi requerido no Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia em 7.11.2017 e concedido em 8.5.2017, pelo que, as mesmas são disciplinadas pelo Regulamento (EU) 2017/1001 (RMUE), que é aplicável a partir de 1.10.2017 (cf. artigo 212.º do RMUE).
48. Decorre do RMUE, o seguinte regime:
- Os efeitos das marcas da União Europeia são exclusivamente determinados pelo disposto no RMUE, sendo as infracções a marcas da União Europeia reguladas pelo direito nacional, nos termos do disposto no capítulo X (competência e procedimento) – artigos 17.º, 124.º e 129.º do RMUE;
 - Não tendo sido contestadas, as marcas beneficiam da presunção de validade resultante do artigo 127.º n.º 1 do RMUE;
 - Em regra, os direitos conferidos pelas marcas da União Europeia apenas são oponíveis a terceiros a partir da data da publicação do registo da marca, só podendo o Tribunal conhecer do mérito da causa a partir dessa data, sem prejuízo do disposto no artigo 11.º n.º 2 do RMUE – cf. artigo 11.º do RMUE;
 - Os Tribunais nacionais devem considerar válidas as marcas da União Europeia em quaisquer outros litígios, ainda que não se trate de nenhum dos casos previstos nos artigos 11.º n.º 2, 124.º e 128.º do RMUE (estes prevêem, grosso modo, casos de infracção, ameaça de infracção ou extinção) – artigo 135.º do RMUE.
49. O RMUE tem, portanto, primazia sobre o direito nacional e é de aplicação directa como resulta do artigo 288.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia. Assim sendo, é ao abrigo desse regulamento e não do CPI, que este Tribunal apreciará os efeitos conferidos pelas marcas da União Europeia aqui em causa, tal como prevê o artigo 17.º n.º 1 do RMUE. Ou seja, afigura-se que, **de acordo com o esquema de protecção das marcas da União Europeia, que resulta dos artigos 17.º, 123.º n.º 1 e 129.º do RMUE, os efeitos das marcas da União Europeia são exclusivamente determinados pelo disposto no RMUE embora a tutela judicial conferida às infracções ou ameaças de infracção a tais marcas, seja a prevista no direito nacional do Estado Membro onde se situa o Tribunal em que é intentada a acção.** Neste caso, a tutela judicial conferida pelo artigo 235.º do CPI, é aplicável aos motivos relativos de recusa do logótipo, por remissão do artigo 289.º n.º 2 do CPI, ambos conjugados com os artigos 38.º, 43.º n.º 4 e 45.º n.º 1 do CPI.
50. Dito isto, o registo das marcas da União Europeia confere às recorrentes direitos exclusivos, nos termos do artigo 9.º n.º 1 do RMUE.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

51. O **corpo do n.º 2 do artigo 9.º do RMUE** elenca as circunstâncias em que o titular do registo prioritário (como se apurou ser o caso do registo das marcas das recorrentes), pode proibir o uso por terceiros (neste caso a recorrida), no decurso de operações comerciais (como é a actividade de manutenção e reparação de automóveis, exercida pela recorrida), de qualquer sinal em relação a produtos ou serviços (como sucede com o logótipo em crise), sem o seu consentimento. Todas estas circunstâncias se verificam no caso em análise.
52. Vejamos agora quais são **as situações previstas pelas alíneas a), b) e c) do n.º 2 do artigo 9.º do RMUE**, em que as recorrentes podem proibir que a recorrida use o logótipo em crise e se, a situação em análise, se enquadra nalguma delas. As recorrentes podem proibir esse uso:
- a) Se o logótipo for idêntico à marca e for usado em relação a produtos ou serviços idênticos aos abrangidos pelo registo – cf. artigo 9.º n.º 2 – a) do RMUE, que **cobre a situação da dupla identidade dos produtos/serviços e dos sinais**, caso em que a proibição do uso do logótipo em crise será absoluta;
 - b) Se o logótipo for idêntico à marca (a uma ou ambas as marcas) da recorrente e for usado para assinalar produtos ou serviços afins aos produtos ou serviços abrangidos pelo registo da marca ou, se o logótipo for semelhante à marca e for usado para assinalar produtos ou serviços idênticos ou afins aos abrangidos pelo registo da marca, caso exista risco de confusão no espírito do consumidor – cf. artigo 9.º n.º 2 – b) do RMUE, que **cobre situações de semelhança e/ou identidade dos produtos/serviços e dos sinais**, caso em que **a proibição depende da existência de risco de confusão**, como requisito adicional;
 - c) Se o logótipo for idêntico ou semelhante à marca e for usado em relação a produtos ou serviços abrangidos ou não pelo registo da marca, caso a marca goze de prestígio na União e o uso do logótipo tire indevidamente partido do carácter distintivo ou do prestígio da marca ou possa prejudicá-los – cf. artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, que **cobre situações de semelhança e/ou identidade dos sinais, prescindindo da afinidade e/ou identidade dos produtos ou serviços, prescindindo igualmente do risco de confusão**, mas exigindo que a marca seja de prestígio na União e que, do uso do logótipo em crise resulte uma de três consequências potenciais – benefício parasitário ou prejuízo para o prestígio da marca, ou prejuízo para o seu carácter distintivo.
53. Ora, a situação em litígio enquadra-se na previsão do artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, ou seja, as marcas da recorrente são marcas de prestígio da União Europeia que conferem ao seu titular os direitos exclusivos aí previstos.
54. A este propósito, a recorrente, alega que a decisão do INPI não levou em devida conta que as suas marcas são de prestígio e a sentença recorrida não aplicou a protecção que lhes era devida, enquanto a recorrida, defende que deve ser dado relevo à circunstância de a sentença recorrida ter considerado não provado que o INPI não tenha levado em devida



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

conta o prestígio das marcas da recorrente, para daí extrair, segundo este Tribunal julga perceber, que a decisão administrativa do INPI já levou em conta que as marcas da recorrente são marcas de prestígio mas ainda assim não beneficiam da protecção invocada.

55. Da leitura da decisão administrativa impugnada (cf. documento mencionado no parágrafo 33), resulta que a decisão do INPI, que concedeu o registo do logótipo, deu por assentes, ao menos como hipótese de raciocínio, quer a afinidade entre os produtos e serviços assinalados pelas marcas da recorrente e os serviços prestados pela recorrida, quer os factos dos quais resulta o prestígio das marcas da recorrente. Da leitura da sentença judicial recorrida, resulta que a mesma deu igualmente como provados factos com base nos quais concluiu que as marcas da recorrente são marcas de prestígio. Assim, por um lado, o prestígio das marcas não foi considerado não provado, uma vez que o mesmo foi aceite na decisão administrativa junta aos autos e o próprio Tribunal concluiu que as marcas gozam de prestígio com base nos factos provados acima enunciados. Por outro lado, a decisão administrativa, pese embora admita a notoriedade e o prestígio das marcas da recorrente, concedeu o registo do logótipo por concluir que, não havia risco de confusão entre os sinais em conflito, ou seja, apreciou indevidamente a semelhança dos sinais em conflito à luz do risco de confusão no espírito do público, apreciação esta sufragada pelo Tribunal *a quo*, que é objecto do presente recurso. Trata-se assim de uma questão de direito, que diz respeito à qualificação jurídica dos factos provados e não de um facto não provado, como pretende a recorrida.
56. Na verdade, tal como será explicado a seguir, a protecção reforçada das marcas de prestígio da União Europeia não tem como requisito a existência de risco de confusão dos sinais em conflito no espírito do público, mas depende antes da verificação dos requisitos previstos no artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, que não foram devidamente levados em conta pelo INPI, nem pelo Tribunal recorrido.
57. Daqui resulta que, apesar de a decisão judicial recorrida ter reconhecido o prestígio das marcas, a recorrente tem razão quando defende que não lhes foi conferida a protecção com o âmbito devido. A fim de determinar o âmbito dessa protecção, este Tribunal começa por enunciar os requisitos para avaliar o prestígio das marcas, que resultam de uma jurisprudência constante do TJUE, desenvolvida, entre outros, nos acórdãos C-375/97, C-252/07 e C-603/14. **Assim, para uma marca ter prestígio:**
- Deve gozar de **elevado grau de notoriedade junto do público**, o que pode resultar da publicidade intensiva, do uso prolongado, da tradição, da qualidade excepcional, do carácter especialmente imaginativo/arbitrário do sinal;
 - Deve ter **individualidade acentuada**, por não ser um sinal frequentemente adoptado por terceiros na actividade económica, por ser original, único;
 - Deve gozar de **considerável prestígio junto do público**, ou seja, ser uma marca particularmente apreciada, que goze de estima especial, seja pela qualidade



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

geralmente reconhecida dos produtos ou serviços que assinala, seja pela imagem especialmente atractiva ou pelo fascínio que lhes estão associados.

58. Para apreciar se o primeiro e o terceiro requisitos mencionados no parágrafo 57 se verificam é necessário ainda determinar qual é o público alvo. Sobre esta questão a jurisprudência do TJUE registou uma evolução. Tendo começado por limitar o universo do público a considerar para aferir da notoriedade da marca, aos consumidores de produtos ou serviços que a marca se destina a assinalar (cf. C-375/97), o TJUE alargou posteriormente esse conceito, admitindo que algumas marcas, adquirem tal prestígio, que o mesmo vai além do público em causa para os produtos ou serviços para os quais foram registadas (cf. C-252/07, parágrafo 53). Ora, afigura-se ser nesta segunda situação que se enquadram as marcas da recorrente, pelos motivos a seguir indicados.
59. Na verdade, dos factos provados, mencionados supra nos parágrafos 15 a 28, resulta que a intensidade do prestígio de que gozam os sinais distintivos/marcas Pirelli aqui em causa, ultrapassa a esfera do público visado pelos produtos e serviços assinalados por essas marcas (e.g. proprietários e condutores de veículos automóveis/revendedores de pneus/prestadores de serviços de manutenção e reparação automóvel/profissionais de desportos motorizados) e se estende ao público em geral, na União, normalmente informado e razoavelmente atento, como melhor será explicado infra nos parágrafos 60 a 62. Provou-se, adicionalmente, que a Pirelli goza de prestígio mundial (cf. facto provado mencionado no parágrafo 26). **Pelo que, será à luz do universo do público em geral, na União, que este Tribunal apreciará em seguida os factores (enunciados no parágrafo 57), que conferem prestígio às marcas da recorrente.**
60. Assim, quanto ao primeiro requisito – **elevado grau de notoriedade** – resulta dos factos provados (cf. parágrafos 15 a 28), que as marcas da recorrente, devido à publicidade intensiva e à tradição de estarem associadas a provas internacionais de competição automóvel, gozam de elevado grau de notoriedade junto do público em geral, incluindo as audiências televisivas daquelas provas, que agregam um público internacional e diverso quanto à idade, à ocupação e ao género, no espaço da União (o que é um facto notório, que não carece de alegação nem prova, nos termos do artigo 412.º n.º 1 do Código de Processo Civil).
61. Quanto ao segundo requisito – **individualidade acentuada** – segundo a apreciação feita por este Tribunal e reconhecendo que a mesma comporta sempre um elevado grau de subjectividade, que o Tribunal procurará atenuar mediante a indicação dos factores que se seguem, afigura-se que: a forma gráfica da letra P alongada, pode evocar movimento/velocidade/pista de corrida/bandeira sinalizadora usada em desportos motorizados; o conceito que resulta do elemento gráfico, num caso, e da combinação dos elementos gráficos com os elementos nominativos, no outro caso, confere, respectivamente, às marcas em questão, individualidade acentuada. Acresce que, não resulta dos factos provados que tais sinais sejam frequentemente usados por terceiros na actividade



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

económica, facto impeditivo cujo ónus da prova impendia sobre a ré, nos termos do artigo 342.º do Código Civil.

62. Por último, quanto ao terceiro requisito – **o prestígio considerável junto do público** – as marcas Pirelli aqui em análise gozam de considerável prestígio, pela qualidade geralmente reconhecida dos produtos (pneus) e serviços (e.g. manutenção de carros de competição/associação a carros de luxo), que assinalam e pelo fascínio que suscita no espírito do público a circunstância de aparecerem frequentemente associadas à publicidade de carros de luxo e à manutenção de carros de corrida, usados em provas internacionais de desporto motorizado, cuja audiência vai para além do espaço da União e do universo do público a que se destinam os produtos e serviços assinalados.
63. Em consequência, **não só se verificam os três requisitos**, enunciados supra no parágrafo 57, **para qualificar as marcas das recorrentes como marcas de prestígio da União Europeia, como está determinado**, com base nos factos provados acima mencionados, **que o público alvo é o público em geral, da União Europeia**. O que, como será explicado infra, tem relevo para determinar a intensidade do prestígio e a medida em que o grau de intensidade desse prestígio se reflecte no espectro de sinais semelhantes, cujo uso as recorrentes podem proibir. Ou seja, ficaram assim definidos os contornos dos direitos de terceiros – da recorrente – que a concessão do logótipo terá de respeitar para beneficiar de tutela legal. Vejamos agora qual a protecção conferida às marcas da recorrente.

B. Os requisitos da protecção reforçada devida às marcas de prestígio da União Europeia e o âmbito dessa protecção

64. Importa agora verificar se estão preenchidos, cumulativamente, os requisitos seguintes, **constantes do artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE**, dos quais depende a protecção reforçada das marcas da União Europeia:

- 1) Prioridade da marca
- 2) Marca de prestígio da União Europeia
- 3) Semelhança ou identidade dos sinais
- 4) Resultar do uso do logótipo em crise uma de três consequências potenciais
 - benefício parasitário, ou;
 - prejuízo para o prestígio da marca, ou;
 - prejuízo para o seu carácter distintivo.

65. Desde logo, verificam-se os dois primeiros requisitos acima enunciados, uma vez que se apurou que as marcas da recorrente são prioritárias, por terem sido pedidas e concedidas anteriormente ao pedido de concessão do logótipo, e são marcas de prestígio da União



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Europeia, como concluiu a sentença recorrida e já foi explicado supra, na análise da primeira questão.

66. O que parece ser controverso são os terceiro e quarto requisitos acima enunciados no parágrafo 64. Assim, este Tribunal começa por analisar o terceiro requisito, relativo à semelhança ou identidade dos sinais.
67. Segundo este Tribunal julga perceber da leitura da decisão recorrida, a mesma: qualifica as marcas da recorrente como marcas de prestígio e como marcas da União Europeia; confere-lhes a tutela prevista no artigo 235.º do CPI, levando em conta a excepção ao princípio da especialidade aí prevista; e conclui que, para aplicar esta excepção, é necessário que se verifiquem determinados requisitos, entre os quais, que haja imitação, entendida esta como risco de confusão dos sinais em conflito no espírito do público, nos termos previstos no artigo 238.º - c) do CPI.
68. Esta motivação suscita três questões interligadas, de cuja resposta depende a solução a dar à questão controvertida suscitada no recurso: a primeira, que já foi acima resolvida, nos parágrafos 47 a 53, prende-se com a aplicação do artigo 9.º do RMUE para determinar os direitos exclusivos conferidos pelas marcas da União Europeia, como resulta do disposto no artigo 17.º n.º 1 do RMUE; a segunda, prende-se com o requisito da semelhança ou identidade dos sinais e com a sua distinção do requisito do risco de confusão no espírito do público; a terceira, prende-se com a irrelevância, para a decisão da causa, da excepção ao princípio da especialidade, por existir afinidade entre os produtos e serviços em causa. Tendo sido já resolvida a primeira questão, segue-se a análise da segunda e da terceira.
69. Quanto à segunda questão acima enunciada no parágrafo 68, **é forçoso constatar que, com base no considerando (11) e na letra do artigo 9.º n.º 2 alíneas a) , b) e c), do RMUE, a semelhança ou identidade dos sinais e o risco de confusão no espírito do público, são dois factores distintos** e, se o primeiro é exigido para conferir protecção à marca de prestígio da União, já o segundo não é. **Na verdade, o artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE exige a identidade ou semelhança dos sinais, mas prescinde do risco de confusão, como requisito de protecção.** Por isso, excepcionalmente, no caso das marcas de prestígio, a noção de semelhança não deve ser interpretada em função do risco de confusão, como acontece com a generalidade das marcas (aqui designadas também por marcas normais) mas apenas em função do risco de associação, como será explicado a seguir. Trata-se de um desvio à condição regra de protecção da marca mencionada no considerando (11) do RMUE (*cf. Código da Propriedade Industrial Anotado, Coordenação: Luís Couto Gonçalves, Almedina, página 940, notas V e VI*).
70. Assim, não há que apreciar se existe risco de confusão no espírito do público para conferir a protecção devida às marcas de prestígio aqui em causa. Pelo que, nessa parte, tem razão a recorrente. De entre os factores enunciados no considerando (11) do RMUE basta que exista identidade ou, como sucede no caso em análise, semelhança dos sinais em conflito.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

71. Existindo semelhanças entre os sinais em conflito, como foi reconhecido pela sentença recorrida e será a seguir enunciado, as mesmas devem ser apreciadas à luz do risco de associação com a marca de prestígio. É o que resulta da interpretação dada pelo TJUE no acórdão **C-603/14** (cf. parágrafos 41 a 52 desse acórdão) válida para o actual artigo 8.º n.ºs 1 e 5 do RMUE, cujo texto, por sua vez, na parte que aqui importa considerar, é idêntico ao texto do artigo 9.º n.º 2 – a), b) e c) do mesmo regulamento. Na verdade, enquanto o artigo 8.º do RMUE prevê os motivos de recusa a levar em conta pelo Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia, o artigo 9.º do RMUE prevê direitos conferidos às marcas da União Europeia que espelham aqueles motivos de recusa. Assim, seguindo a interpretação do TJUE, este Tribunal julga que os graus de semelhança entre os sinais em conflito exigidos pelas alíneas a), b) e c) do n.º 2 do artigo 9.º do RMUE, são diferentes. **A alínea c) do n.º 2 do artigo 9.º do RMUE** (tal como o n.º 5 do artigo 8.º do RMUE) **limita-se a exigir que a semelhança existente possa conduzir o público relevante, não a confundir os sinais, mas a fazer uma associação entre eles.** Por isso, quando está em causa uma marca de prestígio, uma vez detectada uma certa semelhança entre os sinais em conflito, importa verificar se, tendo em conta outros factores, como o grau de prestígio da marca anterior, o público relevante consegue estabelecer uma relação entre os sinais.
72. Ora, no presente caso existem na verdade semelhanças entre os sinais em conflito (cf. factos provados mencionados nos parágrafos 11 a 14) que se afiguram suficientes para preencher o terceiro requisito, enunciado no parágrafo 64, exigido pelo artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE (identidade ou semelhança dos sinais). Tais semelhanças resultam dos seguintes factores: uso da letra P alongada; letra i imediatamente a seguir ao P; mesma estratégia visual ao colocar o remanescente da palavra por baixo do alongamento da letra P; incorporação, no logótipo em crise, da letra P alongada que, embora inclinada no logótipo, corresponde à totalidade de uma das marcas da recorrente e é, pelo tamanho e posição, um elemento dominante na outra.
73. Perante estas semelhanças, **a questão que se coloca é a de saber se deve ser conferida protecção às marcas da recorrente, pelo facto de serem marcas de prestígio, mesmo que os sinais em conflito apresentem um grau de semelhança mínimo**, no caso em análise, um grau de semelhança como o acima apontado, que não gera risco de confusão, como julgou a decisão recorrida.
74. A resposta a esta questão é positiva e tem por base a jurisprudência do TJUE no acórdão **C-603/14** (cf. parágrafo 42 desse acórdão) na medida em que, **segundo a interpretação do TJUE, o exclusivo das marcas de prestígio não só abrange um leque mais amplo de produtos, como também abrange um espectro mais vasto de sinais semelhantes, desde que possam, ainda que em grau mínimo, ser associados ou relacionados com a marca de prestígio.** O que deve ser aferido em função da intensidade do prestígio da marca anterior.
75. Ora, no caso em análise, o prestígio das marcas da recorrente é muito intenso, pelos motivos acima expostos nos parágrafos 56 a 63. Em consequência, afigura-se que **quanto mais**



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

intenso é esse prestígio maior será o risco de o público estabelecer uma ligação/associação entre o logótipo e as marcas anteriores mesmo que as semelhanças enunciadas no parágrafo 72 não gerem risco de confusão (cf. *Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, Noções Fundamentais, 2.ª Edição, Almedina, páginas 315 e 316 e jurisprudência do TJUE aí citada*).

76. No que diz respeito ao **conceito de risco de associação**, importa esclarecer que o mesmo é apenas um dos factores enunciados no considerando (11) do RMUE, a levar em conta para determinar o risco de confusão, de onde resulta que, entre os conceitos de risco de confusão e risco de associação, existe uma diferença quanto ao alcance, como resulta desse considerando.
77. Importa agora resolver a terceira questão suscitada pela motivação constante da decisão recorrida, enunciada no parágrafo 68. A decisão recorrida alude ao princípio da especialidade que vigora em matéria de protecção de marcas e à excepção a esse princípio, no contexto da protecção devida às marcas de prestígio, para concluir, segundo este Tribunal julga perceber, que tal excepção não é aplicável, neste caso, porque não existe risco de confusão entre os sinais em conflito. Tal como já foi explicado supra, o risco de confusão é um requisito que não é exigível em matéria de protecção das marcas de prestígio. Importa, porém, precisar se tem ou não relevo, aqui, fazer apelo à excepção ao princípio da especialidade.
78. O princípio da especialidade, que encontra expressão, quer no CPI, quer no RMUE, significa que, o âmbito de protecção de uma marca registada se limita ao universo de produtos idênticos ou afins daqueles que a marca se destina a assinalar. É dentro desse limite que o artigo 9.º n.º 2 – a) e b) do RMUE confere protecção às marcas normais (por oposição a marcas de prestígio). O princípio funciona não só no relacionamento entre marcas, mas também no relacionamento entre marcas e outros sinais distintivos, como o logótipo aqui em crise – cf. considerando (13) do RMUE. Ele deriva das funções da marca, que são a distintividade e a determinabilidade, ou seja, a marca, em particular a marca da União Europeia aqui em causa, tem por funções individualizar produtos e serviços e permitir a sua diferenciação dos restantes – cf. artigo 4.º do RMUE.
79. Resulta, assim, do princípio da especialidade que, o âmbito de protecção conferido a cada marca se limita aos produtos ou serviços idênticos ou afins àqueles para os quais foi registada, isto é, produtos ou serviços que estejam numa certa relação de concorrência com aqueles que a marca registada assinala. Só nessas circunstâncias é que a função indicativa da marca carece de protecção.
80. No entanto, no caso das marcas de prestígio da União, a protecção que lhes é conferida pelo artigo 9.º n.º 2.º- c) do RMUE prescinde desse requisito, ou seja, a protecção das marcas de prestígio abrange também o direito de proibir o uso, em operações comerciais, de sinais relativos a produtos ou serviços que não se encontram em relação de concorrência com os assinalados pela marca. Nisto consiste a excepção ao princípio da especialidade a que se refere a decisão recorrida e que, no plano nacional, está consagrada no artigo 235.º do CPI,



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

ao passo que no plano da União Europeia, está consagrada no artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE. A excepção, porém, apenas tem relevância, se estivermos perante produtos e/ou serviços que não estão em concorrência ou que não têm afinidade. Ora o que sucede é que no presente caso os produtos e serviços em causa são afins, na medida em que entre eles existe uma certa concorrência, como aliás concluiu a decisão do INPI (cf. documento mencionado no parágrafo 33), que não merece censura pelos motivos a seguir expostos.

81. A lei não define em que consiste a afinidade entre produtos e/ou serviços pelo que há que recorrer aos seguintes factores: a natureza dos produtos ou serviços; a sua composição, finalidade, função, modo de uso e utilidades; os canais de distribuição e estabelecimentos em que são comercializados; a complementaridade, preço e qualidade; o tipo de consumidores; a notoriedade da marca (cf. quanto ao relevo deste último factor cf. parágrafo 19 do acórdão do TJUE C-39/97).
82. Para o efeito de saber se existe afinidade, os produtos ou serviços em confronto não têm necessariamente que pertencer à mesma classe na classificação internacional. O registo, quer em Portugal quer na União Europeia, e quer seja o registo das marcas quer seja o do logótipo, é feito por produtos ou serviços, que têm de ser indicados quando o mesmo é requerido. É a eles que se estende a exclusividade do uso do sinal. É igualmente de admitir que possa existir afinidade entre um produto e um serviço, desde que entre eles exista complementaridade e uma certa sobreposição entre os respectivos mercados, como sucede com os pneus (produto) e a reparação e manutenção de automóveis (serviço).
83. Em suma, todos estes factores se destinam a permitir ao Tribunal apurar se existem áreas de sobreposição entre os respectivos mercados. No caso em análise, é forçoso concluir que tal sobreposição existe, pois, os produtos e serviços assinalados pelas marcas da recorrente são entre outros, respectivamente, pneus/componentes de automóveis e reparação de automóveis e os serviços prestados pela recorrida, que é a entidade assinalada pelo logótipo, são a manutenção e reparação de automóveis. Existe semelhança dos estabelecimentos onde são prestados os serviços e vendidos os produtos em questão e complementaridade entre uns e outros. O tipo de consumidores abrange, em ambos os casos, automobilistas e os mercados respectivos sobrepõem-se, não obstante o âmbito geográfico e o público das marcas da requerente serem mais alargados.
84. Daqui resulta que, existe afinidade entre os produtos e/ou serviços em causa, pelo que, a excepção ao princípio da especialidade aplicável às marcas de prestígio da União Europeia por força do artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, em concreto, é irrelevante para a solução deste litígio, pois não está aqui em causa estender a protecção das marcas de prestígio a produtos ou serviços diversos dos que são por elas assinalados.
85. O que acontece é que, tal como já foi explicado em cima e resulta da interpretação feita pelo TJUE no acórdão C-603/14, o exclusivo das marcas de prestígio, abrange não só um leque de produtos e serviços mais amplo (questão que aqui não se coloca) como um espectro de sinais



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

semelhantes mais vasto, devendo o logótipo da recorrida, dadas as semelhanças apontadas no parágrafo 72, ser incluído nesse espectro mais vasto de sinais, cujo uso a titular das marcas de prestígio pode proibir.

86. Em consequência, verifica-se também o terceiro requisito, enunciado no parágrafo 64, e exigido pelo artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, para a protecção das marcas de prestígio, que consiste na semelhança dos sinais em conflito, tendo em conta que, o grau de prestígio das marcas da recorrente é suficiente para que o público estabeleça uma ligação ou associação entre o logótipo e as suas marcas.
87. Vejamos agora se se verifica o último dos requisitos de que depende a protecção das marcas de prestígio, enunciado no parágrafo 64. Trata-se de saber se, do uso do logótipo em crise pode resultar um benefício parasitário para a recorrida, ou um prejuízo para o prestígio das marcas da recorrente, ou um prejuízo para o carácter distintivo dessas marcas.
88. Em regra, **basta que uma destas consequências resulte do uso do logótipo em crise, ainda que potencialmente**, para desencadear a protecção reforçada devida às marcas de prestígio – cf. acórdãos do TJUE C- 252/07 (já acima citado), C- 487/07 (parágrafos 41 e 42 do mesmo) e C-323/09 (parágrafos 72, 77, e 92 do mesmo).
89. A este propósito, a recorrida alega a diferença de recursos financeiros das partes e a perturbação da sua paz jurídica, para daí extrair, segundo este Tribunal julga perceber, que se deve manter o registo do logótipo. É forçoso reconhecer que, de acordo com as regras gerais da experiência, a perturbação da paz jurídica é uma consequência que atinge qualquer das partes envolvidas num litígio judicial, sem que isso seja, por si só, fundamento legal para o sucesso da pretensão de cada uma delas.
90. Esta argumentação da recorrida parece sugerir, adicionalmente, que existe discriminação no tratamento conferido pelo legislador aos sinais em conflito, em razão dos recursos financeiros das partes envolvidas. Como já foi explicado supra, existe de facto diferença no tratamento legal previsto para as marcas de prestígio em relação ao previsto para as marcas ou sinais normais. Porém, afigura-se que tal diferença de tratamento não tem por base a riqueza ou os recursos financeiros dos titulares dos sinais (discriminação proibida pelo artigo 21.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União), mas antes a diferença entre os próprios sinais, quanto aos aspectos da sua notoriedade, individualidade e ao grau de prestígio de que gozam no comércio. Por isso, a diversidade do regime legal aplicável a cada um dos sinais aqui em causa não tem por consequência a violação da proibição de discriminação em razão dos recursos financeiros das partes, na medida em que, as alíneas a), b) e c) do n.º 2 do artigo 9.º do RMUE, prevêm, respectivamente, requisitos de protecção diversos, justificados pelas situações também diversas em que se enquadram os sinais a que se aplicam, não se afigurando que tal preceito legal, interpretado à luz do artigo 21.º Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, tenha por consequência o tratamento discriminatório infundado.



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

91. Segundo a interpretação do TJUE, no acórdão **C - 375/97** (cf. parágrafo 27 desse acórdão), relativamente a disposições legais do direito da União idênticas e, portanto, válida para os artigos 8.º n.º 5 e 9.º n.º 2 – c) do RMUE, a protecção reforçada conferida pelo legislador europeu às marcas de prestígio, depende da verificação de requisitos exigentes, acima apontados no presente acórdão, em particular, da importância dos investimentos feitos pelas recorrentes para promover as suas marcas, importância essa que resulta dos factos provados transcritos nos parágrafos 18 a 24 e 28. Situação que não ocorre com o logótipo em crise uma vez que não se provou que a recorrida tenha feito investimentos para o promover e, portanto, não é possível concluir que os mesmos careçam, por tal facto, de protecção reforçada.
92. É, aliás, neste contexto que é necessário apurar se o uso do logótipo gera risco de diluição, de degradação ou de parasitismo, que é o último dos requisitos de protecção reforçada das marcas de prestígio, aqui em análise. Vejamos então em que consiste cada uma dessas situações.
93. A **diluição** consiste no enfraquecimento da capacidade distintiva da marca que deixa de suscitar nos consumidores uma associação imediata com uma origem comercial. A **degradação** consiste na diminuição da força de atracção da marca junto do público. O **parasitismo** é o benefício que um terceiro retira da utilização de um sinal idêntico ou semelhante, graças à transferência da imagem da marca de prestígio para produtos ou serviços designados pelo sinal idêntico ou semelhante (cf. *Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, Noções Fundamentais, 2.ª Edição, Almedina, página 314*).
94. Seguindo a interpretação do TJUE no acórdão **C-252/0** (cf. parágrafos 71 e 74 desse acórdão), a recorrente, titular das marcas de prestígio aqui em análise, não tem que provar uma violação efectiva e actual das suas marcas, mas tem de provar elementos que permitam concluir que existe risco sério de que essa violação venha a concretizar-se no futuro. À luz desta jurisprudência, atentas as semelhanças apontadas no parágrafo 72, às quais acresce a afinidade dos produtos e serviços em causa, já acima mencionada, afigura-se que existe **risco de benefício parasitário por parte da recorrida**, em resultado do uso do logótipo. Adicionalmente, no que diz respeito ao carácter distintivo das marcas da recorrente, **o uso do logótipo em crise acarretará sempre diluição**, por implicar uma dispersão da identidade das marcas anteriores e da sua influência no espírito do público (cf. *Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, Noções Fundamentais, 2.ª Edição, Almedina, página 314 e jurisprudência do TJUE aí citada*).
95. Por todo o exposto, verificam-se todos os requisitos exigidos pelo artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE, para a protecção das marcas de prestígio da recorrente.
96. Em consequência, a decisão recorrida deve ser revogada e substituída por outra que revoga a decisão do INPI e recusa o registo do logótipo da recorrida com base no disposto nos artigos



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

289.º n.º 2 e 235.º do CPI, por tal logótipo não respeitar os direitos conferidos pelo artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE às marcas de prestígio da União Europeia de que é titular a recorrente – cf. artigos 43.º n.º 4, 45.º n.º 1 do CPI.

Em síntese

97. As marcas de que é titular a recorrente, além de prioritárias, são marcas de prestígio da União Europeia cujos efeitos devem ser apreciados exclusivamente à luz do artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE. Tais marcas beneficiam da tutela judicial conferida pelo direito nacional, nomeadamente pelo artigo 235.º, aplicável ao caso em análise por força do artigo 289.º n.º 2, do CPI.
98. Existem semelhanças entre os sinais em conflito – o logótipo cujo registo nacional foi requerido pela recorrida e as marcas da União Europeia de que é titular a recorrente – que devem ser apreciadas, não à luz do risco de confusão no espírito do público relevante, mas à luz do risco de associação ou ligação entre os sinais, que é tanto maior quanto maior for o prestígio das marcas. Isto porque, o artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE dispensa a verificação do risco de confusão como requisito de protecção das marcas de prestígio da União Europeia.
99. De acordo com a jurisprudência de princípio do TJUE, acima citada, que vincula os Tribunais nacionais, o direito à exclusividade do uso do sinal conferido pelo RMUE às marcas de prestígio da União Europeia, quando esse prestígio é muito intenso, como sucede no caso dos autos, abrange um espectro mais amplo de sinais semelhantes. Pelo que, a protecção reforçada dessas marcas deve ser conferida, ainda que o grau de semelhança entre os sinais em conflito seja mínimo, quando, do uso do logótipo em crise, resulte o risco de obtenção de um benefício parasitário pela recorrida e de diluição das marcas de prestígio de que é titular a recorrente, como sucede no caso em análise.
100. Em consequência, o registo do logótipo deve ser recusado por não respeitar os direitos de terceiros – neste caso, os direitos conferidos às recorrentes pelo artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE – o que é um dos requisitos substanciais, relativos, exigidos pelo artigo 289.º n.º 2 do CPI, para que os logótipos nacionais gozem de tutela legal.

Decisão

Acordam as Juízes desta secção em julgar procedente o recurso e, em conformidade:

- I. **Revogar a decisão do Instituto Nacional da Propriedade Industrial de 4.2.2021, que concedeu o registo do logótipo nacional n.º 50654.**
- II. **Substituí-la por outra que recusa o registo do logótipo n.º 50654, com base no disposto nos artigos 289.º n.º 2 e 235.º do CPI, por tal logótipo não respeitar os direitos conferidos pelo**



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18381944

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

artigo 9.º n.º 2 – c) do RMUE às marcas prioritárias, de prestígio, da União Europeia, com os n.ºs 17451162 e 17451147, registadas no Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia, de que é titular a recorrente.

- III. Ordenar ao Tribunal de Primeira instância que, após trânsito e baixa dos autos, cumpra o disposto no artigo 34.º n.º 5 aplicável por força do artigo 46.º, do CPI
- IV. Custas a cargo da recorrida – artigo 527.º n.ºs 1 e 2 do CPC.

Lisboa, 27 de Abril de 2022

Paula Pott (relatora)

Eleonora Viegas (1.ª adjunta)

Mónica Pavão (2ª adjunta)

Assinado em 11-07-2022, por
Paula Doria C. Pott, Juiz Desembargador



Processo: 168/21.2YHLSB.L1
Referência: 18739871

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

Rua do Arsenal - Letra G
1100-038 Lisboa
Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Apelações em processo comum e especial (2013)

Referência 581717 - Recurso de revista interposto pela recorrida, *Garagem Fernando & Pinto, Lda*, do acórdão deste Tribunal da Relação que conheceu do mérito da causa (acórdão com a referência citius 18399046), a cuja admissibilidade se opôs a recorrente, *Pirelli & C. S.p.A*, nas contra-alegações (com a referência citius 588115):

- A admissibilidade do recurso de revista previsto no artigo 671.º n.º 1 do Código de Processo Civil (CPC), está condicionada pelo artigo 45.º n.º 3 do Código da Propriedade Industrial (CPI), aos casos previstos no artigo 629.º n.º 2 do CPC, que aqui não se verificam, nem foram invocados;
- Fora desses casos, não cabe recurso para o Supremo Tribunal de Justiça, como prevê o artigo 45.º do CPI;
- A admissibilidade da revista excepcional, prevista no artigo 672.º do CPC, só tem lugar quando existe dupla conforme, o que também não é o caso (cf. António Santos Abrantes Geraldes, Recursos em Processo Civil, páginas 410 e 432).

Pelos fundamentos acima expostos, não admito o recurso de revista – artigos 641.º n.º 1 e 679.º do CPC

Custas do incidente a cargo da recorrida *Garagem Fernando & Pinto, Lda*, fixando-se no mínimo a taxa de justiça – artigo 527.º n.º 1 do CPC.

Notifique.

Lisboa, data constante da assinatura electrónica supra.

Paula Pott

PATENTES DE INVENÇÃO

Pedidos - BBKA/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.

(11) **117223** (13) **A**

(22) 2021.05.12

(30)

(71) **PT INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA**

(72) **RUI MANUEL DA FONSECA PINTO**

SÓNIA MARGARIDA DOS SANTOS

GONÇALVES PEREIRA

(51) **Int. Cl.**

C12Q 1/00 (2006.01) C12Q 1/04 (2006.01) C12Q 1/70 (2006.01)

(54) **PROCESSO DE DETEÇÃO MICROBIOLÓGICA E DETERMINAÇÃO DA SUSCEPTIBILIDADE ANTIMICROBIANA EM AMOSTRAS CLÍNICAS, AMBIENTAIS OU ALIMENTARES**

(57) A PRESENTE INVENÇÃO DIVULGA UM PROCESSO DE DETEÇÃO MICROBIOLÓGICA, PARA QUALQUER TIPO DE MICRO-ORGANISMO, INCLUINDO OS VÍRUS, E DETERMINAÇÃO DA SUSCEPTIBILIDADE ANTIMICROBIANA, EM AMOSTRAS CLÍNICAS, AMBIENTAIS OU ALIMENTARES QUE COMPREENDE AS SEGUINTE ETAPAS: I) PURIFICAÇÃO DA AMOSTRA A ANALISAR; II) ENRIQUECIMENTO DA AMOSTRA OBTIDA NA ETAPA I) E ADIÇÃO DE MEIO DE CULTURA LÍQUIDO CONCENTRADO, OU A TRANSFERÊNCIA PARA UMA LINHA CELULAR, NO CASO DE VÍRUS; E III) ANÁLISE DA AMOSTRA OBTIDA NO PASSO II) E POSTERIOR REALIZAÇÃO DO REGISTO DIGITAL. PARA OS MICRO-ORGANISMOS QUE NÃO OS VÍRUS, SÃO AINDA REALIZADAS AS ETAPAS DE: IV) INTRODUÇÃO DA AMOSTRA ENRIQUECIDA NUMA MATRIZ DE RESERVATÓRIOS; V) ANÁLISE DA AMOSTRA DO PASSO IV); VI) INTERPRETAÇÃO DA INFORMAÇÃO OBTIDA NO PASSO E V) EMISSÃO DO PERFIL DE SUSCEPTIBILIDADE ANTIMICROBIANA PRETENDIDO PARA CADA AMOSTRA DO PASSO V).

[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
3112308	2015.02.06	2022.11.08	INDUSTRIA ALGECIREÑA DE MECANIZADO Y REPARACIONES, S.L.	ES	B66C 1/66 (2016.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3426865	2017.03.10	2022.11.07	EVVA SICHERHEITSTECHNOLOGIE GMBH	AT	E05B 27/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3532435	2017.10.26	2022.11.08	DS SERVICES OF AMERICA, INC.	US	C02F 1/44 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3600682	2017.11.30	2022.11.07	L'AIR LIQUIDE, SOCIÉTÉ ANONYME POUR L'ETUDE ET L'EXPLOITATION DES PROCÉDÉS GEORGES CLAUDE	FR	B05B 1/30 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3615745	2018.04.26	2022.11.07	I4F LICENSING NV	BE	E04F 15/02 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3770312	2019.07.23	2022.11.08	PAI LUNG MACHINERY MILL CO., LTD.	TW	D04B 9/34 (2021.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3793960	2019.11.05	2022.11.08	CARMEUSE RESEARCH AND TECHNOLOGY	BE	C04B 2/06 (2021.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3810587	2019.06.19	2022.11.08	UCB PHARMA GMBH	DE	C07D 401/12 (2021.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3810591	2019.06.18	2022.11.08	UCB PHARMA GMBH	DE	C07D 401/12 (2021.01)	ART. 84º DO C.P.I.:

Caducidades por falta de pagamento de taxa - MM3A

Processo	Início de vigência	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
110053	2017.05.03	2022.11.03	LUÍS FILIPE PEREIRA NASCIMENTO	PT	

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
1602615	2005.05.03	2022.11.03	INVENTIO AG	CH	
2844647	2013.05.03	2022.11.03	RHIZEN PHARMACEUTICALS S.A.	CH	
3241946	2016.05.03	2022.11.03	MAYR-MELNHOF KARTON AG	AT	
3451882	2017.05.03	2022.11.03	PI-DESIGN AG	CH	
3637667	2017.02.03	2022.11.03	TELEFONAKTIEBOLAGET LM ERICSSON (PUBL)	SE	

Averbamentos - Patente europeia - PD1A, PD3A, PC1A, PC3A**Transmissões - Patente europeia**

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
3448382	2022.11.03	KEMPHARM, INC.	US	KEMPHARM DENMARK A/S	DK	TRANSMISSÃO TOTAL.

Outros Atos - Patente europeia - HK4A

2367538. – RETIFICAÇÕES: NA PÁGINA Nº 9 DO BPI Nº 2022/09/12 MAPA AVERBAMENTOS TRANSMISSÕES PATENTE EUROPEIA COLUNA NOVO REQUERENTE/TITULAR ONDE SE LÊ « PHARMA & SCHWEIZ GMBH » DEVE LÊR-SE » « PHARMA& SCHWEIZ GMBH ».

2367542. – RETIFICAÇÕES: NA PÁGINA Nº 9 DO BPI Nº 2022/09/12 MAPA AVERBAMENTOS TRANSMISSÕES PATENTE EUROPEIA COLUNA NOVO REQUERENTE/TITULAR ONDE SE LÊ « PHARMA & SCHWEIZ GMBH » DEVE LÊR-SE » « PHARMA& SCHWEIZ GMBH ».

2575784. – RETIFICAÇÕES: NA PÁGINA Nº 9 DO BPI Nº 2022/09/12 MAPA AVERBAMENTOS TRANSMISSÕES PATENTE EUROPEIA COLUNA NOVO REQUERENTE/TITULAR ONDE SE LÊ « PHARMA & SCHWEIZ GMBH » DEVE LÊR-SE » « PHARMA& SCHWEIZ GMBH ».

MODELOS DE UTILIDADE**Exames nacionais requeridos**

Processo	Data do requerimento de exame	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classificação principal	Referências OMPI		Observações
					Número do pedido	Data do pedido	
2022190061	2022.11.07	RK.AI - SERVIÇOS DE PROCESSAMENTO DE IMAGENS E ANÁLISE DE DADOS LDA.	PT	G07F 7/08 (2006.01)	IB/2022052218	2022.03.11	

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) **692392** MNA

(220) 2022.09.21

(300)

(730) **PT LIFEZEST, S.A.**

(511) 10 IMPLANTES [PRÓTESES] PARA CIRURGIA DENTÁRIA.

41 PUBLICAÇÃO, RELATO E REDAÇÃO DE TEXTOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE PALESTRAS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE PALESTRAS PARA FINS DE FORMAÇÃO.

44 MEDICINA DENTÁRIA; ASSESSORIA RELACIONADA COM MEDICINA DENTÁRIA; CIRURGIA PLÁSTICA; SERVIÇOS DE CIRURGIA PLÁSTICA.

(591) VERDE; LARANJA; PRETO

(540)

JAWBONE
— DeToX —

(531) 2.1.98 ; 27.5.4 ; 27.5.10 ; 27.5.11 ; 27.5.17 ; 29.1.3 ; 29.1.98



(531) 7.1.24 ; 27.5.10

(210) **694455** MNA

(220) 2022.10.28

(300)

(730) **PT DECOR STYLE BY LOURIDECOR LDA**

(511) 20 MÓVEIS [OBJETOS DE DECORAÇÃO]; MÓBILES [OBJETOS DE DECORAÇÃO].

42 DESIGN DE DECORAÇÃO DE INTERIORES.

(591)

(540)

**O AMBIENTE QUE VOCÊ
MERECE**

(210) **694453** MNA

(220) 2022.10.28

(300)

(730) **PT RUNPORTO.COM ORGANIZAÇÃO DE
EVENTOS DESPORTIVOS LDA**

(511) 41 ATIVIDADES DESPORTIVAS E CULTURAIS; DESPORTO E FORMA FÍSICA; DIVERTIMENTO, ATIVIDADES DESPORTIVAS E CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS COM FINS CULTURAIS, RECREATIVOS E DESPORTIVOS; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE COMPETIÇÕES.

(591)

(540)

(210) **694458** MNA

(220) 2022.10.28

(300)

(730) **PT CLÁUDIO ANDRÉ NUNES CARAPUÇA**

(511) 44 SERVIÇOS DE ÓTICA.

(591)

(540)



O MEU ÓTICO

(531) 2.9.4 ; 7.1.9 ; 27.5.1

(210) **694459** MNA
 (220) 2022.10.28
 (300)
 (730) **PT INÊS BALTAZAR, UNIPessoal, LDA.**
 (511) 35 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E PROMOCIONAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE PROMOÇÃO E DE MARKETING; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS.
 (591)
 (540)



(531) 13.1.17 ; 27.5.1 ; 27.5.22

(210) **694462** MNA
 (220) 2022.10.28
 (300)
 (730) **PT BWS CONSULTING, UNIPessoal LDA**
 (511) 41 EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO.
 (591) #000000; #0059D2; #009DFF; #073264
 (540)



(531) 26.1.98 ; 26.3.23 ; 27.5.1 ; 29.1.4

(210) **694464** MNA
 (220) 2022.10.28
 (300)
 (730) **PT GSCOUT - GLOBAL SCOUTING NETWORK, LDA**
 (511) 09 APLICAÇÕES DE SOFTWARE INFORMÁTICO DESCARREGÁVEIS.
 35 PESQUISAS COMERCIAIS; GESTÃO DE FICHEIROS INFORMÁTICOS; COMPILAÇÃO DE INFORMAÇÃO NUMA BASE DE DADOS INFORMÁTICA; SISTEMATIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO NUMA BASE DE DADOS INFORMÁTICA; PESQUISAS DE DADOS EM FICHEIROS INFORMÁTICOS PARA TERCEIROS; COMPILAÇÃO DE ESTATÍSTICAS; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS ATRAVÉS DE PPC (PAY-PER-CLICK); ATUALIZAÇÃO E MANUTENÇÃO DE DADOS EM BASES DE DADOS INFORMÁTICAS; ATUALIZAÇÃO E MANUTENÇÃO DE INFORMAÇÃO EM REGISTOS; COMPILAÇÃO DE ÍNDICES DE INFORMAÇÕES PARA FINS COMERCIAIS OU PUBLICITÁRIOS; SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES SOBRE CONCORRÊNCIA; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES SOBRE MERCADOS.
 38 FORNECIMENTO DE ACESSO A BASES DE DADOS.

41 SERVIÇOS ONLINE DE PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS, NÃO DESCARREGÁVEIS.
 42 FORNECIMENTO DE ACESSO TEMPORÁRIO A SOFTWARE ONLINE NÃO PASSÍVEL DE DOWNLOAD PARA GESTÃO DE BASES DE DADOS; BACKUP EXTERNO DE DADOS; INFORMAÇÕES SOBRE TECNOLOGIA E PROGRAMAÇÃO INFORMÁTICAS ATRAVÉS DE UM WEBSITE; CRIAÇÃO E CONCEÇÃO DE ÍNDICES BASEADOS EM WEBSITES COM INFORMAÇÕES PARA TERCEIROS [SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO].

(591)
 (540)

TALENT ALERT

(210) **694466** MNA
 (220) 2022.10.28
 (300)
 (730) **PT GATO À JANELA - UNIPessoal, LDA.**
 (511) 29 AZEITE; AZEITE COMESTÍVEL; AZEITE EXTRA VIRGEM; AZEITE EXTRA VIRGEM PARA ALIMENTAÇÃO; AZEITE PARA A ALIMENTAÇÃO; AZEITE VIRGEM EXTRA.
 33 VINHO; VINHOS.
 43 SERVIÇOS DE FORNECIMENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS.
 (591) castanho
 (540)



(531) 9.1.11 ; 27.5.1 ; 27.99.22

(210) **694464** MNA
 (220) 2022.10.28
 (300)
 (730) **PT GSCOUT - GLOBAL SCOUTING NETWORK, LDA**
 (511) 09 APLICAÇÕES DE SOFTWARE INFORMÁTICO DESCARREGÁVEIS.
 35 PESQUISAS COMERCIAIS; GESTÃO DE FICHEIROS INFORMÁTICOS; COMPILAÇÃO DE INFORMAÇÃO NUMA BASE DE DADOS INFORMÁTICA; SISTEMATIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO NUMA BASE DE DADOS INFORMÁTICA; PESQUISAS DE DADOS EM FICHEIROS INFORMÁTICOS PARA TERCEIROS; COMPILAÇÃO DE ESTATÍSTICAS; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS ATRAVÉS DE PPC (PAY-PER-CLICK); ATUALIZAÇÃO E MANUTENÇÃO DE DADOS EM BASES DE DADOS INFORMÁTICAS; ATUALIZAÇÃO E MANUTENÇÃO DE INFORMAÇÃO EM REGISTOS; COMPILAÇÃO DE ÍNDICES DE INFORMAÇÕES PARA FINS COMERCIAIS OU PUBLICITÁRIOS; SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES SOBRE CONCORRÊNCIA; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES SOBRE MERCADOS.
 38 FORNECIMENTO DE ACESSO A BASES DE DADOS.

(210) **694467** MNA
 (220) 2022.10.28
 (300)
 (730) **PT COLORLUX -COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE ALUMÍNIOS, LDA**
 (511) 22 COBERTURAS DE VEÍCULOS; COBERTURAS PARA PISCINA; COBERTURAS PARA PISCINAS; COBERTURAS PARA VEÍCULOS SOB A FORMA DE TOLDOS; COBERTURAS SOB A FORMA DE TOLDOS; PAINÉIS DE PROTEÇÃO CONTRA O VENTO.
 (591)
 (540)



(531) 26.11.13 ; 27.5.1

(210) **694673** MNA
 (220) 2022.11.02
 (300)
 (730) **PT ESTORES BANDARRA LDA**
 (511) 19 ESTORES.
 (591)
 (540)

SCREEN BLINDS

(210) **694674** MNA
 (220) 2022.11.02
 (300)
 (730) **PT NEXT GENERATION CHEMESTRY, UNIPESSOAL LDA**
 (511) 42 SERVIÇOS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA; ENGENHARIA QUÍMICA; ESTUDOS DE PROJETOS TECNOLÓGICOS; ESTUDOS DE PROJETOS TÉCNICOS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE INVESTIGAÇÃO; INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA E INDUSTRIAL; INVESTIGAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS; INVESTIGAÇÃO DE PRODUTOS; INVESTIGAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS; INVESTIGAÇÃO EM MATÉRIA DE PROCESSOS INDUSTRIAIS; INVESTIGAÇÃO GENÉTICA; INVESTIGAÇÃO INDUSTRIAL; INVESTIGAÇÃO NO DOMÍNIO DA TECNOLOGIA DE EDIÇÃO GENÉTICA; INVESTIGAÇÃO TECNOLÓGICA QUÍMICA; MAPEAMENTO GENÉTICO PARA FINS CIENTÍFICOS; PESQUISA CIENTÍFICA ASSISTIDA POR COMPUTADOR; PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS PARA TERCEIROS; PESQUISA NO CAMPO DA CIÊNCIA DOS MATERIAIS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÃO TECNOLÓGICA SOBRE INOVAÇÕES ECOLÓGICAS E ACEITÁVEIS DO PONTO DE VISTA AMBIENTAL; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM A INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA; REALIZAÇÃO DE ESTUDOS DE PROJETOS TÉCNICOS; REALIZAÇÃO DE ESTUDOS DE VIABILIDADE TÉCNICA; PROJETOS E ESTUDOS DE PESQUISAS TÉCNICAS; REALIZAÇÃO DE TESTES INDUSTRIAIS; SERVIÇOS CIENTÍFICOS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA CIENTÍFICA; SERVIÇOS DE DESIGN CIENTÍFICO; SERVIÇOS DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA.
 (591)
 (540)

BIOGENETICS

(210) **694715** MNA
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) **PT ONLINEBIZ, GESTÃO DE EMPRESAS LDA.**
 (511) 35 SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO.
 (591)
 (540)



(531) 24.17.25 ; 27.5.17

(210) **694716** MNA
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) **PT ACCOUNTING ADVANTAGE LDA**
 (511) 35 MARKETING DIGITAL; CONTABILIDADE. 41 COACHING [FORMAÇÃO]; FORMAÇÃO.
 (591) AZUL; PRETO
 (540)



Simplifica Mais

(531) 24.17.5 ; 26.1.5 ; 27.5.1 ; 27.99.19 ; 29.1.4

(210) **694718** MNA
 (220) 2022.11.03
 (300) 2022.05.12 ES M4169868
 (730) **ES ZHAN DI FEI**
 (511) 41 SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO, ENTRETENIMENTO E DESPORTO; SERVIÇOS DE RESERVA DE BILHETES PARA ATIVIDADES E EVENTOS EDUCATIVOS, DE ENTRETENIMENTO E DESPORTIVOS; PUBLICAÇÃO, RELATO E REDAÇÃO DE TEXTOS; EDUCAÇÃO, ENTRETENIMENTO E DESPORTO.
 (591) CINZENTO; LARANJA; PRETO; BRANCO
 (540)



(531) 2.1.16 ; 26.1.14 ; 27.5.9 ; 29.1.98

(210) **694719** MNA
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) **PT CLINICA CONTIGO LDA**
 (511) 28 BRINQUEDOS EDUCATIVOS.

- 41 PUBLICAÇÃO DE LIVROS; PRODUÇÃO E ALUGUER DE MATERIAL EDUCATIVO E DIDÁTICO.
44 SERVIÇOS DE CUIDADOS DE SAÚDE PARA PESSOAS.

(591)
(540)



(531) 2.7.23 ; 27.3.2 ; 27.5.10

ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; SERVIÇOS DE RESERVA DE ALOJAMENTO EM HOTÉIS; SERVIÇOS DE RESERVA DE HOTEL; SERVIÇOS DE RESERVA DE QUARTOS; SERVIÇOS DE RESERVA DE QUARTOS DE HOTEL; SERVIÇOS DE RESERVA DE QUARTOS E RESERVA DE HOTÉIS; SERVIÇOS DE RESERVAS DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE RESERVAS DE QUARTOS DE HOTEL; SERVIÇOS DE RESERVAS PARA ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE RESERVAS PARA HOTÉIS; SERVIÇOS PARA RESERVA DE ALOJAMENTO DE FÉRIAS.

(591) Cinzento; Cor de Tijolo
(540)



- (210) **694724** **MNA**
(220) 2022.11.03
(300)
(730) **PT PREMIUM TRAVEL LDA**

(511) 43 FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO ONLINE SOBRE RESERVAS DE HOTÉIS; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO ONLINE SOBRE RESERVAS DE ALOJAMENTO EM FÉRIAS; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE SERVIÇOS DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO DE ALOJAMENTO VIA INTERNET; INFORMAÇÃO RELACIONADA COM HOTÉIS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM RESERVA DE ALOJAMENTO; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS A HOTÉIS; INFORMAÇÕES SOBRE HOTÉIS; ORGANIZAÇÃO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO SOBRE ALOJAMENTO DE VIAGENS E DE SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE RESERVA DE ALOJAMENTO DE VIAGENS PARA VIAJANTES; REALIZAÇÃO DE RESERVAS DE HOTÉIS PARA TERCEIROS; RESERVA DE ALOJAMENTOS EM HOTÉIS; RESERVA DE ALOJAMENTOS TURÍSTICOS; RESERVA DE HOTEIS; RESERVA DE HOTÉIS; RESERVA DE QUARTOS PARA VIAJANTES; RESERVA DE QUARTOS; RESERVA DE PENSÕES; RESERVA DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO EM CASAS DE FÉRIAS; RESERVA DE ALOJAMENTO EM HOTÉIS; RESERVA DE ALOJAMENTO PARA VIAJANTES; RESERVAS DE HOTÉIS; RESERVAS DE ALOJAMENTO; RESERVAS DE QUARTOS DE HOTEL PARA VIAJANTES; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE MARCAÇÃO DE ALOJAMENTO EM HOTÉIS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE VIAGENS PARA RESERVA DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE VIAGENS PARA RESERVA DE ALOJAMENTO EM HOTÉIS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE VIAGENS PARA RESERVA DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE VIAGENS QUE REALIZAM RESERVA DE HOTÉIS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE TURISMO PARA RESERVAS DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE AGÊNCIA PARA RESERVA DE ALOJAMENTOS EM HOTÉIS; SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO, ACONSELHAMENTO E RESERVA RELATIVOS A

(531) 18.5.3 ; 26.1.3 ; 26.1.16 ; 26.4.5 ; 26.4.10 ; 27.5.10 ; 29.1.1

- (210) **694725** **MNA**
(220) 2022.11.03
(300)
(730) **PT ROUTINEMOMENTS UNIPESOAAL LDA**
(511) 39 TRANSPORTE DE PASSAGEIROS; ORGANIZAÇÃO DE PASSEIOS TURÍSTICOS EM VEÍCULOS
(591) azul
(540)

Ontravel Service

(531) 27.5.1 ; 29.1.4

- (210) **694739** **MNA**
(220) 2022.11.02
(300)
(730) **PT CASA DOS VINHOS 14 REGIOES, UNIPESOAAL, LDA**
(511) 33 VINHO; VINHO DE UVAS.
(591)
(540)

"SANTA" AVÓ MARIA

- (210) **694746** **MNA**
(220) 2022.11.03
(300)
(730) **PT SILVIA CRISTINA MARTINS ARAUJO OLIVEIRA SILVA**

(511) 03 ARTIGOS DE HIGIENE PESSOAL; ÓLEOS ESSENCIAIS E EXTRATOS AROMÁTICOS; PRODUTOS DE TOILETTE; PREPARAÇÕES PARA HIGIENE PESSOAL; PRODUTOS PARA TRATAMENTO (LIMPEZA, ETC.) DE ANIMAIS; ALGAS MARINHAS PARA COSMETOLOGIA; ALGODÃO PARA USO COSMÉTICO; AMACIADORES DE CUTÍCULAS; BOLAS DE ALGODÃO PARA USO COSMÉTICO; ADESIVOS [MATÉRIAS COLANTES] PARA USO COSMÉTICO; BERGAMOTA (ESSÊNCIA DE -); COSMÉTICOS CONTENDO PANTENOL; COSMÉTICOS CONTENDO ÁCIDO HIALURÔNICO; COSMÉTICOS CONTENDO QUERATINA; COSMÉTICOS E PREPARAÇÕES COSMÉTICAS; COSMÉTICOS NATURAIS; COSMÉTICOS NÃO MEDICINAIS; COSMÉTICOS PARA CRIANÇA; COSMÉTICOS PARA SEREM VENDIDOS SOB A FORMA DE KIT; COSMÉTICOS PARA USO PESSOAL; COSMÉTICOS SOB A FORMA DE ÓLEOS; COTONETES ALGODOADOS PARA USO COSMÉTICO; COTONETES PARA USO COSMÉTICO; DISCOS DE ALGODÃO PARA MAQUILHAGEM; DISCOS DE LIMPEZA IMPREGNADOS COM COSMÉTICOS; DISCOS DE LIMPEZA IMPREGNADOS COM PREPARAÇÕES DE TOILETTE; ESSÊNCIA DE BERGAMOTA; ESTOJOS DE COSMÉTICA; GEL DE ALOE VERA PARA USO COSMÉTICO; GERANIOL PARA USO COSMÉTICO; GORDURAS PARA USO COSMÉTICO; GÉIS DE MASSAGEM NÃO SENDO PARA USO MÉDICO; GÉIS DE MASSAGEM, NÃO SENDO PARA USO MÉDICO; LOÇÕES E ÓLEOS DE MASSAGEM; LOÇÕES NÃO MEDICINAIS; LOÇÕES NÃO MEDICINAIS PARA A PELE; LOÇÕES PARA O CORPO PERFUMADAS [PREPARAÇÕES DE TOILETTE]; LOÇÕES PERFUMADAS [PRODUTOS DE TOILETTE]; ÓLEO DE MASSAGEM; ÓLEO DE RÍCINO PARA USO COSMÉTICO; ÓLEOS DE MASSAGEM; ÓLEOS DE MASSAGEM NÃO MEDICINAIS; ÓLEOS DE TOILETTE; PEDRAS PARA AMACIAR OS PÉS; PIPERONAL PARA USO COSMÉTICO; PRODUTOS COSMÉTICOS PARA CRIANÇAS; PREPARAÇÕES ABRASIVAS PARA USO NO CORPO; PREPARAÇÕES COSMÉTICAS ADELGAÇANTES; PREPARAÇÕES COSMÉTICAS E DE HIGIENE PESSOAL, NÃO MEDICINAIS; PREPARAÇÕES COSMÉTICAS PARA FACILITAR O EMAGRECIMENTO; ÓLEOS ESSENCIAIS PARA USO COSMÉTICO; ÓLEOS PARA USO COSMÉTICO; PREPARAÇÕES PARA O TRATAMENTO DO COURO CABELUDO [NÃO MEDICAMENTOSAS]; PREPARAÇÕES EMOLIENTES [COSMÉTICOS]; PREPARAÇÕES DE MASSAGEM NÃO MEDICINAIS; PREPARAÇÕES DE HIGIENE QUE SEJAM PRODUTOS DE TOILETTE; PREPARAÇÕES DE ALOÉ VERA PARA FINS COSMÉTICOS; PRODUTOS DE TOILETTE NÃO MEDICINAIS; PRODUTOS NÃO MEDICINAIS PARA OS CUIDADOS DOS BEBÊS; REMOVEDOR DE CUTÍCULAS; PRODUTOS PARA EMAGRECER [COSMÉTICOS], SEM SER PARA USO MÉDICO; VAPORIZADORES DE ÁGUA MINERAL PARA FINS COSMÉTICOS; VELAS DE MASSAGEM PARA FINS COSMÉTICOS; VELAS DE MASSAGEM PARA USO COSMÉTICO.

(591)
(540)

TherraVitta

(531) 5.3.15 ; 27.5.1 ; 27.5.7

(210) **694748** MNA
(220) 2022.11.03
(300)
(730) **PT SENTIR LISBOA MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA, LDA**
(511) 36 SERVIÇOS IMOBILIÁRIOS.
(591)
(540)

MY PRESTIGE

(210) **694749** MNA
(220) 2022.11.03
(300)
(730) **PT JANTARADA CABREIRA, LDA.**
(511) 43 ALUGUER DE ALOJAMENTOS PARA FÉRIAS; ALOJAMENTO EM CASAS DE TURISMO; HOTÉIS, POUSADAS E ALBERGUES, ALOJAMENTO PARA FÉRIAS E TURISMO; SERVIÇOS DE HOSPITALIDADE [ALOJAMENTO]; ALUGUER DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO EM CASAS E APARTAMENTOS DE FÉRIAS; SERVIÇOS DE ALOJAMENTO DE TURISTAS.
(591)
(540)



A Place Full of Memories

(531) 7.1.9 ; 27.5.9

(210) **694750** MNA
(220) 2022.11.03
(300)
(730) **PT ALAMEDA DE SANTAR, LDA**
(511) 33 VINHOS; AMONTILLADO; APERITIVOS À BASE DE LICOR ALCOÓLICO DESTILADO; BEBIDAS À BASE DE VINHO; VINHO BRANCO; VERMUTE; VINHO DE UVAS; ÁGUA-PÉ; VINHO ESPUMANTE DE FRUTOS; VINHO ESPUMANTE DE UVAS; VINHO TINTO; VINHOS ALCOÓLICOS; VINHOS COM BAIXO TEOR DE ÁLCOOL; VINHOS COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA; VINHOS DE DENOMINAÇÕES DE ORIGEM PROTEGIDAS; VINHOS DE FRUTA; VINHOS DE SOBREMESA; VINHOS DE UVAS DOCES JAPONESAS QUE CONTÊM EXTRATOS DE GINSENG E CASCA DE QUINA; VINHOS DOCES; VINHOS ESPUMANTES; VINHOS ESPUMANTES BRANCOS; VINHOS ESPUMANTES NATURAIS; VINHOS ESPUMANTES

TINTOS; VINHOS FORTIFICADOS; VINHOS GENEROSOS; VINHOS QUENTES (VINHOS AQUECIDOS E ADOÇADOS COM ESPECIARIAS); VINHOS ROSÉ; VINHOS SEM GÁS.

(591)

(540)

QUINTA DA ALAMEDA PÓLVORA

(210) 694754

MNA

(220) 2022.11.03

(300)

(730) PT GBC S.A.

(511) 09 CONTEÚDOS GRAVADOS E DESCARREGÁVEIS.

35 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS.

36 SERVIÇOS FINANCEIROS, MONETÁRIOS E BANCÁRIOS.

38 FORNECIMENTO E ALUGUER DE EQUIPAMENTOS E INSTALAÇÕES DE TELECOMUNICAÇÕES.

42 SERVIÇOS DE TI (TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO).

(591)

(540)



(531) 26.1.3 ; 26.1.16 ; 27.5.1

APARELHOS PARA UTILIZAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS; ALUGUER DE BERBEQUINS; ALUGUER DE CARREGADORES DE BATERIAS; RECARGA DAS BATERIAS; ABERTURA DE TÚNEIS; ALVENARIA; APLICAÇÃO DE JUNTAS DE EXPANSÃO PARA PONTES; APLICAÇÃO DE BETONILHA; APLICAÇÃO DE PINTURAS DE PROTEÇÃO EM CONSTRUÇÕES; APLICAÇÃO DE REBOCO EM EDIFÍCIOS; APLICAÇÃO DE REBOCO EM PISCINAS; APLICAÇÃO DE REBOCO EM TÚNEIS; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS DE PROTEÇÃO EM ESCAVAÇÕES DE SUPERFÍCIE; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS DE PROTEÇÃO PARA CONSTRUÇÕES; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS EM EDIFÍCIOS; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS IMPERMEÁVEIS; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS IMPERMEÁVEIS PARA TELHADOS; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS PROTETORES EM SUPERFÍCIES DE TANQUES; CONTROLE DE PRAGAS; DESINFECÇÃO; DESRATIZAÇÃO; CONSTRUÇÃO DE POÇOS; ESCAVAÇÃO DE RUÍNAS, NÃO PARA FINS DE ARQUEOLOGIA; ESCAVAÇÃO DE RUÍNAS, NÃO PARA FINS DE INVESTIGAÇÃO; ESCAVAÇÃO DE TERRENOS; ESCAVAÇÕES; EXPLORAÇÃO (EXTRAÇÃO) DE PETRÓLEO EM JAZIGOS PETROLÍFEROS; EXPLORAÇÃO DE JAZIDAS PETROLÍFERAS PARA A EXTRAÇÃO DE PETRÓLEO; EXPLORAÇÃO DE PEDREIRAS; EXTRAÇÃO DE GÁS; EXTRAÇÃO DE PETRÓLEO; EXTRAÇÃO DE SAIBRO; CONSTRUÇÃO DE OBRAS DE ENGENHARIA CIVIL; CONSULTADORIA EM ENGENHARIA CIVIL [CONSTRUÇÃO]; CONSTRUÇÃO DE FUNDAÇÕES PARA ESTRUTURAS DE ENGENHARIA CIVIL.

(591) PRETO; DOURADO

(540)



(531) 26.1.3 ; 26.1.20 ; 27.5.10 ; 27.7.17 ; 29.1.97

(210) 694755

MNA

(220) 2022.11.03

(300)

(730) PT JOAQUIM PEREIRA DE FIGUEIREDO

(511) 37 SERVIÇOS DE CONSTRUÇÃO CIVIL; ALUGUER DE FERRAMENTAS, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTO DE CONSTRUÇÃO, DEMOLIÇÃO, LIMPEZA E MANUTENÇÃO; CARREGAMENTO DE BATERIAS E DE DISPOSITIVOS DE ARMAZENAMENTO DE ELETRICIDADE E ALUGUER DE EQUIPAMENTO CONEXO; EDIFICAÇÃO, CONSTRUÇÃO E DEMOLIÇÃO; EXTERMINAÇÃO, DESINFESTAÇÃO E CONTROLO DE PRAGAS; SERVIÇOS DE ESCAVAÇÃO E EXTRAÇÃO DE RECURSOS NATURAIS; ALUGUER DE ANDAIMES; ALUGUER DE ANDAIMES DE CONSTRUÇÃO, PLATAFORMAS DE TRABALHO E CONSTRUÇÃO; ALUGUER DE APARELHOS DE CONSTRUÇÃO; ALUGUER DE APARELHOS DE ELEVAÇÃO; ALUGUER DE APARELHOS DE LIMPEZA; ALUGUER DE APARELHOS DE LIMPEZA ABRASIVA SUBAQUÁTICA; ALUGUER DE APARELHOS DE LIMPEZA ABRASIVOS; ALUGUER DE APARELHOS DE MISTURA DE BETÃO; ALUGUER DE APARELHOS DE PERFURAÇÃO E DE MINERAÇÃO; ALUGUER DE APARELHOS ELEVADORES PARA PESSOAS; ALUGUER DE APARELHOS PARA A CONSTRUÇÃO; ALUGUER DE APARELHOS PARA LAVAGEM DE AUTOMÓVEIS; ALUGUER DE APARELHOS PARA LEVANTAR; ALUGUER DE

(210) 694756

MNA

(220) 2022.11.03

(300)

(730) PT AMAZÓNIA DOURADA, LDA

(511) 14 ITENS DE JOALHARIA; PRODUTOS DE JOALHARIA; ARTIGOS DE JOALHARIA; PEDRAS PRECIOSAS, PÉROLAS E METAIS PRECIOSOS, E SUAS IMITAÇÕES.

(591)

(540)



(531) 27.5.10

(210) **694760** MNA
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) PT LUSOMONTE IBERIAN - INDÚSTRIA E
 TRADING, UNIPessoal LDA
 (511) 36 ARRENDAMENTO DE IMÓVEIS.
 37 CONSTRUÇÃO DE IMÓVEIS.
 (591)
 (540)

(210) **694757** MNA
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) PT JOÃO ANDRÉ MACHADO DA SILVA
 PEREIRA
 (511) 28 PRANCHAS DE SURF.
 (591)
 (540)



(531) 17.5.21 ; 27.5.1



(531) 5.5.20 ; 5.5.21 ; 27.5.1

(210) **694761** MNA
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) PT CGP-COORDENAÇÃO E GESTÃO DE
 PROJETOS, LDA
 (511) 09 DISPOSITIVOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
 E AUDIOVISUAL, MULTIMÉDIA E DE FOTOGRAFIA.
 (591)
 (540)



(531) 27.5.10

(210) **694759** MNA
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) CNQINHUANGDAO JOY BILLIARDS
 PROMOTION CO., LTD.
 (511) 41 PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E
 TELEVISÃO; SERVIÇOS DE EDIÇÃO DE VÍDEO
 PARA EVENTOS; FORNECIMENTO DE
 CLASSIFICAÇÕES DE UTILIZADOR [RANKINGS]
 PARA FINS DE ENTRETENIMENTO OU CULTURAIS;
 EDUCAÇÃO; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE
 CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES
 DESPORTIVAS; DISPONIBILIZAÇÃO DE FILMES,
 NÃO DESCARREGÁVEIS, POR MEIO DE SERVIÇOS
 DE VÍDEO-ON-DEMAND; SERVIÇOS DE CLUBES DE
 ENTRETENIMENTO; SERVIÇOS EDUCATIVOS DE
 CLUBES.

(591)
(540)

(531) 27.5.1 ; 27.5.4 ; 28.3

(210) **694762** MNA
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) PT ALEXANDRE FERNANDES AMARO
 (511) 11 BANHEIRAS DE HIDROMASSAGEM.
 (591) AZUL MARINHO; PRETO; BRANCO
 (540)



(531) 26.3.4 ; 27.5.10 ; 29.1.4

(210) **694763**
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) **PT ARTUR MANUEL LOPES SALAZAR**
 (511) 35 GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS.
 44 CRIAÇÃO DE ANIMAIS.
 (591)
 (540)

MNA



(531) 26.7.20



(531) 3.7.15 ; 27.5.1

(210) **694765**
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) **PT MIGUEL LOURENÇO CHITAS**
 (511) 43 ALOJAMENTO TEMPORÁRIO.
 (591) #acb971; #b09427; #bdae53; #9dd7c9; #5e8278; #bfbfbd;
 #323230; #ffef9; #da9c69; #569081; #8e9c4f
 (540)

MNA

(210) **694767**
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) **PT CARLOS MANUEL FRANÇA DOS SANTOS UNIP LDA**
 (511) 35 FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES ATRAVÉS DA INTERNET RELACIONADAS COM A VENDA DE AUTOMÓVEIS; SERVIÇOS GROSSISTAS RELACIONADOS COM VEÍCULOS; SERVIÇOS RETALHISTAS RELACIONADOS COM VEÍCULOS.
 37 MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMÓVEIS; REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMÓVEIS E RESPECTIVAS PEÇAS.

MNA

(591)
 (540)



(531) 27.5.22 ; 27.99.3 ; 27.99.19



(531) 2.7.2 ; 5.1.5 ; 27.5.10 ; 29.1.3

(210) **694766**
 (220) 2022.11.03
 (300)
 (730) **PT PEDRO JORGE CUSTÓDIO DE SÁ PEREIRA**
 (511) 35 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE PROMOÇÃO E DE MARKETING.
 (591)
 (540)

MNA

(210) **694768**
 (220) 2022.11.04
 (300)
 (730) **BRHIGO FERREIRA STUQUI**
 (511) 42 CONSULTORIA DE ARQUITETURA; CONSULTORIA EM ARQUITETURA; SERVIÇOS DE ARQUITETURA; ARQUITETURA; DESIGN DE ARQUITETURA; INVESTIGAÇÃO RELACIONADA COM ARQUITETURA; SERVIÇOS DE ARQUITETURA INTERIOR; PREPARAÇÃO DE RELATÓRIOS DE ARQUITETURA; TESTES DE FERRAGENS PARA ARQUITETURA; SERVIÇOS DE CONSULTAS EM ARQUITETURA; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA EM ARQUITETURA; SERVIÇOS DE ENGENHARIA E ARQUITETURA; GESTÃO DE PROJETOS DE ARQUITETURA; SERVIÇOS DE DESIGN PARA ARQUITETURA; SERVIÇOS DE ARQUITETURA PARA A PREPARAÇÃO DE PROJETOS DE ARQUITETURA; ELABORAÇÃO DE PLANOS DE ARQUITETURA; PREPARAÇÃO DE RELATÓRIOS RELACIONADOS COM ARQUITETURA; PREPARAÇÃO DE PROJETOS DE ARQUITETURA; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA RELACIONADOS COM ARQUITETURA; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM ARQUITETURA; DESIGN DE ARQUITETURA PARA PLANEAMENTO URBANO; SERVIÇOS DE DESIGN RELACIONADOS COM ARQUITETURA; SERVIÇOS DE ASSESSORIA EM MATÉRIA DE ARQUITETURA; SERVIÇOS DE ARQUITETURA PARA A CONCEÇÃO DE CENTROS COMERCIAIS; CONSULTORIA EM ARQUITETURA E

MNA

ELABORAÇÃO DE PLANOS DE CONSTRUÇÃO; SERVIÇOS DE ARQUITETURA PARA A CONCEÇÃO DE INSTALAÇÕES DE ESCRITÓRIOS; SERVIÇOS DE ARQUITETURA PARA A CONCEÇÃO DE EDIFÍCIOS DE ESCRITÓRIO; SERVIÇOS DE DESIGN DE ARQUITETURA NAS ÁREAS DE TRÂNSITO E TRANSPORTE; SERVIÇOS DE ARQUITETURA PARA A CONCEÇÃO DE LOCAIS DE VENDA A RETALHO; SERVIÇOS DE CONSULTORIA E INFORMAÇÃO EM ARQUITETURA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E INFRAESTRUTURAS.

(591)
(540)



(531) 27.99.19

(210) **694770** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) **PT DECORMANA LDA.**
(511) 11 ILUMINAÇÃO DECORATIVA; CONJUNTOS DE ILUMINAÇÃO DECORATIVA; ILUMINAÇÃO EXTERIOR.
20 MOBILIÁRIO E MÓVEIS; ALMOFADAS DECORATIVAS; MÓVEIS [OBJETOS DE DECORAÇÃO].
28 BRINQUEDOS, JOGOS E ARTIGOS DE BRINCAR.
42 SERVIÇOS DE ARQUITETURA; DESIGN DE INTERIORES; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM DESIGN DE INTERIORES; CONSULTADORIA EM DECORAÇÃO DE INTERIORES; CONSULTADORIA RELACIONADA COM SELEÇÃO DE TECIDOS DE DECORAÇÃO [DECORAÇÃO DE INTERIORES].

(591)
(540)

Bahú
DESIGN COM ALMA

(531) 27.5.10

(210) **694771** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) **PT H2EXPERIENCE UNIPESOAAL LIMITADA**
(511) 36 SERVIÇOS IMOBILIÁRIOS.
(591) PANTONE: 2768 C; PANTONE: 728 C
(540)



(531) 27.5.10 ; 27.7.17 ; 29.1.12

(210) **694773** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) **PT ZYTRA UNIPESOAAL, LDA.**
(511) 35 GESTÃO COMERCIAL; GESTÃO COMERCIAL DE LOJAS DE VENDA A RETALHO; GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; ORGANIZAÇÃO COMERCIAL.
(591) PRETO; AZUL; BRANCO; VERMELHO.
(540)



(531) 9.7.19

(210) **694776** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) **PT TEMAS E ABREVIATURAS - UNIPESOAAL LDA**
(511) 36 SERVIÇOS DE CONSULTORIA FISCAL [SEM SER CONTABILIDADE].
(591)
(540)



(531) 7.1.12 ; 26.1.3 ; 26.1.16 ; 26.1.20

(511) 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA).
(591)
(540)

PINOCADA

(210) **694785** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) **PT CÁTIA SOFIA DA PIEDADE NUNES**
(511) 45 SERVIÇOS ASTROLÓGICOS E ESPIRITUAIS.
(591)
(540)

EFEITO LUNAR

(210) **694777** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) **PT NOÉMIA ESTRELINHA UNIPessoal, LDA**
(511) 43 RESTAURANTES DE GRELHADOS; RESTAURANTES PARA TURISTAS; SERVIÇOS DE RESTAURANTE E BAR.
(591)
(540)

ALELUIA

(210) **694794** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) **PT DOMINGOS COSTA ALMEIDA**
(511) 27 REVESTIMENTOS PARA PAREDES E TETOS; REVESTIMENTOS DE PAVIMENTOS E REVESTIMENTOS ARTIFICIAIS PARA CHÃO.
37 ALUGUER DE FERRAMENTAS, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTO DE CONSTRUÇÃO, DEMOLIÇÃO, LIMPEZA E MANUTENÇÃO; EDIFICAÇÃO, CONSTRUÇÃO E DEMOLIÇÃO.
44 SERVIÇOS DE AGRICULTURA, AQUICULTURA, HORTICULTURA E SILVICULTURA.

(210) **694778** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) **PT T2BC II SERVICE, LDA**
(511) 36 SERVIÇOS FINANCEIROS, MONETÁRIOS E BANCÁRIOS.
(591)
(540)

next level
finance

(531) 26.11.9 ; 27.99.14

(591)
(540)



(531) 27.5.22 ; 27.99.1 ; 27.99.20

(210) **694779** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) **PT WINE MAN UNIPessoal LDA**

(210) **694800** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) **PT JOSÉ LUÍS ARRANZ GIL**
(511) 41 EDUCAÇÃO NO DOMÍNIO DA SAÚDE.
(591)
(540)

ACADEMIA PORTUGUESA DE FIBROMIALGIA, SINDROME DE SENSIBILIDADE CENTRAL E DOR CRÓNICA

(210) **694803** **MNA**
(220) 2022.11.04
(300)
(730) PT **MARTA GOMES MARQUES PAIVA
TERENAS**
(511) 14 ADEREÇOS [BIJUTARIA].
35 ACONSELHAMENTO E INFORMAÇÃO COMERCIAL
AOS CONSUMIDORES NA ESCOLHA DE PRODUTOS
E SERVIÇOS.
45 PREPARAÇÃO DE CAIXAS DE PRESENTE
PERSONALIZADAS.
(591)
(540)

ARCHIVO LISBOA

(210) **694804** **MNA**
(220) 2022.11.04
(300)
(730) PT **MARIA INÊS CARVALHO PEIXOTO**
(511) 44 SERVIÇOS DE CUIDADOS DE SAÚDE PARA
PESSOAS; ACONSELHAMENTO EM QUESTÕES DE
SAÚDE; ACONSELHAMENTO EM TERAPIA
OCUPACIONAL; CONSULTADORIA E
ACONSELHAMENTO EM ESTILO DE VIDA PARA
FINS MÉDICOS; CONSULTADORIA PROFISSIONAL
EM MATÉRIA DE SAÚDE; CONSULTADORIA
PROFISSIONAL RELACIONADA COM SERVIÇOS DE
CUIDADOS DE SAÚDE; CUIDADOS DE SAÚDE
RELACIONADOS COM A TERAPIA DE
RELAXAMENTO; CUIDADOS DE SAÚDE
RELACIONADOS COM EXERCÍCIOS
TERAPÊUTICOS; CUIDADOS DE SAÚDE
RELACIONADOS COM HOMEOPATIA; CUIDADOS
DE SAÚDE RELACIONADOS COM MASSAGENS
TERAPÊUTICAS; CUIDADOS DE SAÚDE
RELACIONADOS COM NATUROPATIA; CUIDADOS
DE SAÚDE RELACIONADOS COM OSTEOPATIA;
CUIDADOS DE SAÚDE RELACIONADOS COM
QUIROPRAXIA; DANÇATERAPIA;
DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO
RELACIONADA COM ACUPUNTURA;
DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE
MASSAGENS TRADICIONAIS CHINESAS;
DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE
MOXABUSTÃO; DISPONIBILIZAÇÃO DE
INFORMAÇÃO SOBRE QUIROPRÁTICA;
ERVANÁRIA; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO
SOBRE SAÚDE; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE
CUIDADOS DE SAÚDE; INFORMAÇÕES
RELACIONADAS COM MASSAGENS;
MOXABUSTÃO; NAPRAPATIA; PRESTAÇÃO DE
INFORMAÇÕES SOBRE SAÚDE; PRESTAÇÃO DE
SERVIÇOS DE SAÚDE; PRESTAÇÃO DE
INFORMAÇÕES SOBRE CUIDADOS DE SAÚDE
ATRAVÉS DE UMA REDE INFORMÁTICA GLOBAL;
QUIROPRÁTICA; QUIROPRÁTICA [QUIROPATIA];

REFLEXOLOGIA; SERVIÇOS DE AROMATERAPIA;
SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM
SAÚDE; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA
RELACIONADOS COM CUIDADOS DE SAÚDE;
SERVIÇOS DE CONSULTAS RELATIVOS A
MASSAGENS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA
RELACIONADOS COM CUIDADOS DE SAÚDE;
SERVIÇOS DE CUIDADOS DE SAÚDE OFERECIDOS
ATRAVÉS DE UMA REDE DE PRESTADORES DE
CUIDADOS DE SAÚDE NUMA BASE CONTRATUAL;
SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO E ASSESSORIA EM
SAÚDE; SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO
RELACIONADOS COM CUIDADOS DE SAÚDE;
SERVIÇOS DE MEDITAÇÃO; SERVIÇOS DE SAÚDE
MENTAL; SERVIÇOS DE REFLEXOLOGIA;
SERVIÇOS DE REIKI; SERVIÇOS DE TERAPIA;
SERVIÇOS DE TERAPIA OCUPACIONAL; SERVIÇOS
MÉDICOS DE CONSULTADORIA EM MATÉRIA DE
CUIDADOS DE SAÚDE; TERAPIA POR HIPNOSE;
TRATAMENTOS TERAPÊUTICOS PARA O CORPO.

(591)
(540)

YGNITE YOUR SOUL - YYS

(210) **694832** **MNA**
(220) 2022.11.03
(300)
(730) PT **ESPLENDIDARGUMENTO, LDA**
(511) 36 MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA.
43 ALOJAMENTO TEMPORÁRIO.
(591)
(540)

DOURO CASTLE

(210) **694833** **MNA**
(220) 2022.11.04
(300)
(730) PT **LS TRUST, LDA**
(511) 41 FORMAÇÃO; FORMAÇÃO PRÁTICA; FORMAÇÃO
INFORMATIZADA; ENSINO (FORMAÇÃO);
COACHING (FORMAÇÃO); FORMAÇÃO
AVANÇADA; FORMAÇÃO CONTÍNUA; CURSOS DE
FORMAÇÃO; FORMAÇÃO PRÁTICA
(DEMONSTRAÇÃO); WORKSHOPS DE FORMAÇÃO;
CONSULTADORIA EM FORMAÇÃO; ORIENTAÇÃO
PROFISSIONAL (FORMAÇÃO); AÇÕES DE
FORMAÇÃO; DISPONIBILIZAÇÃO DE FORMAÇÃO
ONLINE; PUBLICAÇÕES DE MANUAIS DE
FORMAÇÃO; PRODUÇÃO DE VÍDEOS DE
FORMAÇÃO; DIREÇÃO DE AULAS DE NUTRIÇÃO;
ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE
CONFERÊNCIAS, PALESTRAS E EXPOSIÇÕES..
42 SERVIÇOS CIENTÍFICOS, BEM COMO SERVIÇOS DE
PESQUISA E DE CONCEÇÃO A ELES REFERENTES;
INVESTIGAÇÃO CLÍNICA; INVESTIGAÇÃO
ALIMENTAR; INVESTIGAÇÃO MÉDICA;
INVESTIGAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS;
CONSULTADORIA NO DOMÍNIO DA INVESTIGAÇÃO
NUTRICIONAL; PREPARAÇÃO DE RELATÓRIOS
RELACIONADOS COM INVESTIGAÇÃO NA ÁREA
DA NUTRIÇÃO..
44 SERVIÇOS DE NUTRICIONISTA; SERVIÇOS
PRESTADOS POR NUTRICIONISTA;

ACONSELHAMENTO SOBRE NUTRIÇÃO; CONSULTADORIA PROFISSIONAL RELATIVA A NUTRIÇÃO; CONSELHOS EM QUESTÕES DE NUTRIÇÃO PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS AO DESENVOLVIMENTO NO DOMÍNIO DO EMAGRECIMENTO; SERVIÇOS PARA O PLANEAMENTO DE PROGRAMAS DE EMAGRECIMENTO; SUPERVISÃO DE PROGRAMAS DE EMAGRECIMENTO; AVALIAÇÃO E TRATAMENTOS DE CONTROLO DO PESO; SERVIÇOS DE SAÚDE PRESTADOS EM CLÍNICAS; SERVIÇOS MÉDICOS, EXAMES MÉDICOS, DIAGNÓSTICOS; ASSISTÊNCIA MÉDICA DOMICILIAR; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO SOBRE SAÚDE; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO RELACIONADA COM SERVIÇOS MÉDICOS; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO NA ÁREA DA MEDICINA..

(591)
(540)



(531) 5.7.13 ; 5.7.23 ; 20.7.2 ; 24.17.5 ; 26.4.5 ; 27.5.10

(210) **694834** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) PT **ROMANA VINI - VINHOS E CULTURAS LDA**
(511) 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA).
(591)
(540)

A CASAROMANA

(210) **694835** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) PT **GENIAL PUBLICIDADE, UNIPessoal LDA**
(511) 35 AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE.
40 IMPRESSÃO TIPOGRÁFICA.
(591)
(540)



(531) 26.2.1 ; 27.5.1 ; 27.99.16

(210) **694837** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) PT **DÍBIA - PADARIA E PASTELARIA, UNIPessoal LDA**
(511) 29 GELEIAS, COMPOSTAS, DOCES DE FRUTOS E LEGUMES PARA BARRAR.
30 BOLOS; PASTELARIA, BOLOS, TARTES E BISCOITOS (BOLACHAS); BISCOITOS; DOCES [GULOSEIMAS]; DOCES (GULOSEIMAS), BARRAS DE CHOCOLATE E PASTILHAS ELÁSTICAS; DOCES ARTESANAIS; CAFÉ; CAFÉ, CHÁS E CACAU E SUBSTITUTOS DOS MESMOS; WAFFLES [GAUFRES]; PANQUECAS; PANQUECAS [CREPES]; PÃO; GELADOS; GELADOS, IOGURTES GELADOS E SORVETES.
43 SERVIÇOS DE RESTAURAÇÃO [ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS]; SERVIÇOS DE FORNECIMENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS; DISPONIBILIZAÇÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS EM PASTELARIAS; SERVIÇOS DE CAFETERIAS; SERVIÇOS DE CAFÉS; SERVIÇOS DE ESTABELECIMENTOS DE CAFÉ.

(591)
(540)

Dibia®

(531) 27.5.1

(210) **694838** MNA
(220) 2022.11.04
(300)
(730) PT **DROGMAT, UNIPessoal, LDA**
(511) 02 TINTAS.
35 GESTÃO COMERCIAL DE LOJAS DE VENDA A RETALHO E POR GROSSO.
(591)
(540)



(531) 26.99.19

(210) **694844** MNA

(220) 2022.11.04

(300)

(730) PT MARIA MANUELA FERREIRA DA
CUNHA

(511) 16 PAPEL E CARTÃO; SACOS E ARTIGOS PARA O
ACONDICIONAMENTO, EMBRULHO E
ARMAZENAMENTO DE PAPEL, CARTÃO OU
MATÉRIAS PLÁSTICAS.
25 VESTUÁRIO.

(591)

(540)



(531) 24.13.25

(210) **694845** MNA

(220) 2022.11.04

(300)

(730) PT ADOSINDA ALBERTINA PEREIRA
SANTOS PEDROTO

(511) 43 SERVIÇOS DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO.

(591)

(540)

SEVENFARM

Concessões

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
684856	2022.11.08	2022.11.08	SOCIEDADE AGRICOLA DO ACIPRESTE VINHOS E AZEITES, LDA	PT	29 33	RECUSA PARCIAL DO REGISTO: arts. 232.º n.º 1 al. b); 229.º n.º 5 e 237.º do cpi recusa parcial do registo para a cl. 33 (todos os produtos).
685667	2022.11.09	2022.11.09	WIZINK BANK, S.A.U.	ES	35 36	
688362	2022.11.09	2022.11.09	DAVID EMANUEL DE MESTRE CARVALHO FIGUEIREDO MARTINS	PT	45	
688364	2022.11.08	2022.11.08	DAVID EMANUEL DE MESTRE CARVALHO FIGUEIREDO MARTINS	PT	45	
690487	2022.11.09	2022.11.09	MONTE DA VILARINHA- ALOJAMENTO E RESTAURAÇÃO EM ESPAÇO RURAL, LDA	PT	43	
690623	2022.11.09	2022.11.09	PATRÍCIA RAQUEL RODRIGUES COSTA	PT	35 42	
690645	2022.11.09	2022.11.09	MISS CAN, UNIPessoal, LDA	PT	43	
690686	2022.11.09	2022.11.09	VINODEGGA UNIPessoal LDA	PT	33	

Recusas

Processo	Data do pedido	Data da recusa	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
684661	2022.04.16	2022.11.08	SOCIEDADE AGRICOLA QUINTA DAS POÇAS LDA	PT	33	arts. 232.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi
684680	2022.04.19	2022.11.08	SUBSTANTIAL WORLD - LDA	PT	41	artigos 232º, nº 1, alínea b); 229º nº 5 do cpi
684852	2022.04.21	2022.11.08	CONVERSAS INFINITAS LDA	PT	45	arts. 209.º n.º 1 al. a); 231.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi
685098	2022.04.27	2022.11.08	SOCIEDADE AGRÍCOLA QUINTA DA FOLGOROSA, UNIPESSOAL LIMITADA	PT	33	arts. 232.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi

Renovações

N.ºs 256 452, 266 841, 266 842, 266 843, 266 844, 266 845, 266 846, 273 036, 273 385, 273 915, 286 850, 498 916, 500 179, 502 096, 504 223, 504 328, 505 918, 507 303, 507 819, 508 451, 509 042, 509 453, 509 601, 509 602, 509 603, 509 663 e 509 726.

Averbamentos**Transmissões**

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
611793	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
626617	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
669504	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
669505	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
673368	2022.11.03	DREAM WISE, LDA.	PT	PAULO CÉSAR ALVES DE SOUZA	PT	
678167	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
683293	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
683295	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
683310	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
683312	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
686024	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
686893	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
686895	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
688413	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
688692	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	

Desistências

Processo	Data do pedido	Data da desistência	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
682656	2022.03.15	2022.11.07	CARUSO DISTRIBUIÇÃO, LDA	PT	29 30 32 33	PEDIDO JÁ PUBLICADO

Outros Atos

688548. – LIMITADA A CLASSE 33 A: BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA); BEBIDAS ALCOÓLICAS EXCETO CERVEJA; PREPARAÇÕES ALCOÓLICAS PARA FAZER BEBIDAS; PREPARAÇÕES PARA PRODUZIR BEBIDAS ALCOÓLICAS.« TODOS OS PRODUTOS ATRÁS REFERIDOS, INCLUINDO VINHO, ESTÃO EM CONFORMIDADE COM A DENOMINAÇÃO DE ORIGEM N.º PDO-PT-A1545 - VINHO VERDE.»

689382. – SUPRIMIDA A CLASSE 26.

Pedidos e Avisos de Deferimento de Revalidação

Processo	Data do pedido de revalidação	Data de despacho de deferimento	Requerente / titular	Observações
652750	2022.11.02	2022.11.08	ANDRÉ OLIVEIRA CASTRO E COSTA	

REGISTO INTERNACIONAL DE MARCAS**Concessões**

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
1661006	2022.03.03	2022.11.09	RENAULT S.A.S	FR	12	
1661093	2021.10.25	2022.11.09	THE EAT OUT GROUP S.L.	ES	43	
1661270	2022.02.28	2022.11.09	GALDERMA HOLDING SA	CH	05	
1661451	2022.02.28	2022.11.09	GALDERMA HOLDING SA	CH	05	
1661560	2022.02.28	2022.11.09	GALDERMA HOLDING SA	CH	05	
1661561	2022.02.28	2022.11.09	GALDERMA HOLDING SA	CH	05	
1661657	2021.11.05	2022.11.09	THE BOHOCLUB, S.L.	ES	30 33 41 43	
1661683	2022.02.21	2022.11.09	EL OBOUR FOR METALLURGICAL INDUSTRIES (GAIVA METAL)	EG	06	
1661945	2022.01.26	2022.11.09	TRAILSTONE UK LTD.	GB	35 36	

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) **54357** **LOG**
 (220) 2022.11.03
 (730) **PT MOTOCLUBE LENDÁRIOS DO CASTELO**

(512) 94995 OUTRAS ACTIVIDADES ASSOCIATIVAS, N.E.
 É UMA ASSOCIAÇÃO COM FIM DE MELHORAR O APROVEITAMENTO DE OS TEMPOS LIVRES AOS SEUS ASSOCIADOS E FAMILIARES, PROMOVEDO EVENTOS QUE SIRVAM OS INTERESSES DOS SÓCIOS. PARTICIPAÇÃO EM PASSEIOS, CONCENTRAÇÕES, PROVAS DESPORTIVAS E OUTROS EVENTOS MOTOCICLISTICOS, REALIZAR CONFERÊNCIAS, PALESTRAS RELACIONADOS COM O MOTOCICLISMO, ETC...

(591) Vermelho; Amarelo; Branco; Preto; verde
 (540)



(531) 24.1.13 ; 25.1.94 ; 27.5.10 ; 29.1.13

ESPECIALIDADES, OBRAS DE URBANIZAÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO DE IMÓVEIS COM ACTIVIDADE DE COMPRA, VENDA, REVENDA, PERMUTA.

(591) amarelo; preto; branco
 (540)



(531) 17.5.2 ; 26.3.1

(210) **54361** **LOG**
 (220) 2022.11.04
 (730) **PT FELICIANO CARVALHO SANTOS**
 (512) 58110 EDIÇÃO DE LIVROS
 EDIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE LIVROS EM FORMATO DE PAPEL E ELECTRÓNICO.

(591)
 (540)



(531) 21.3.21

(210) **54360** **LOG**
 (220) 2022.11.04
 (730) **PT ÁLVARO COVELO & PINTO, LDA.**

(512) 47523 COMÉRCIO A RETALHO DE MATERIAL DE BRICOLAGE, EQUIPAMENTO SANITÁRIO, LADRILHOS E MATERIAIS SIMILARES, EM ESTABELECIMENTOS ESPECIALIZADOS COMÉRCIO, IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO, CONSTRUÇÃO CIVIL E OBRAS PÚBLICAS, MANUTENÇÃO E CONSERVAÇÃO DE IMÓVEIS, PROJECTOS DE ARQUITECTURA E

(210) **54366** **LOG**
 (220) 2022.11.03
 (730) **PT FRÁGIL ACONCHEGO - UNIPessoal LDA**

(512) 47784 COMÉRCIO A RETALHO DE OUTROS
PRODUTOS NOVOS, EM ESTABELECIMENTOS
ESPECIALIZADOS, N.E.
COMÉRCIO A RETALHO DE OUTROS PRODUTOS
NOVOS, EM ESTABELECIMENTOS ESPECIALIZADOS,
N.E.

(591) ROSA; PRETO

(540)



(531) 5.5.21 ; 27.5.9

Recusas

Processo	Data do pedido	Data da recusa	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
53643	2022.04.20	2022.11.08	CERRO DOS CALIÇOS IMOBILIÁRIA - GESTÃO E INVESTIMENTOS, S.A	PT	art. 289.º n.º 1 al. d); 229.º n.º 5 e 287.º do cpi
53644	2022.04.20	2022.11.08	CERRO DOS CALIÇOS IMOBILIÁRIA - GESTÃO E INVESTIMENTOS, S.A	PT	art. 289.º n.º 1 al. d); 229.º n.º 5 e 287.º do cpi

Renovações

N.ºs 27 422 e 28 327.

Caducidades por sentença

Processo	Data do pedido	Data da sentença	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
50654	2020.07.16	2022.04.27	GARAGEM FERNANDO E PINTO, LDA.	PT	sentença do tpi ç juiz 1, com o n.º de processo 168/21.2yhlsb julga recurso improcedente e mantém despacho de concessão proferido pelo inpi. o acórdão do trl - secção da propriedade intelectual e da concorrência, regulação e supervisão, julga procedente a apelação, revoga a decisão e recusa o registo. não foi admitido o recurso de revista interposto pela recorrida.

Averbamentos**Transmissões**

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
22434	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
42780	2022.11.02	PBHS - PORTUGAL BEST HOLIDAY SERVICES, S.A.	PT	BEACHGUAP - INVESTIMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	

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).

Jorge Cruz

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

João Mascarenhas de Vasconcelos

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

António João Coimbra da Cunha Ferreira

- 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

João Pereira da Cruz

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 10-A – 1249-103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020 – Fax: 21 3421885 e 21 3424583
- E-mail: joaopcruz@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@netcabo.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

Francisco de Novaes C. B. S. Atayde

- Cartório: Av. Duque D'Ávila, 32 – 1º – 1000-141 LISBOA
- Tel.: 21 3547763 e 21 3155038 – Fax: 21 3560486
- E-mail: geral@fdenovaes.com

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: Rua Castilho, 167. 2º - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 21 7801963 e 21 7801966 – Fax: 21 7975813
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.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 – 5º Esq., 1050-225 LISBOA
- Tel.: 21 3907373 – Fax: 21 3978754
- E-mail: mail@rcf.pt
- Web: www.rcf.pt

João Luís Garcia

- Cartório: Rua Castilho, 167. 2º - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 21 7801963 e 21 7801966 – Fax: 21 7975813
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.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: Rua Castilho, 167. 2º - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 21 7801963 e 21 7801966 – Fax: 21 7975813
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.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-8293l@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 – 5º Esq., 1050-225 LISBOA
- Tel.: 21 3907373 – Fax: 21 3978754
- E-mail: mail@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

José António dos Reis Martinez

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 30 – 1º – 1200-484 LISBOA
- Tel.: 21 3473860 – Fax: 21 3473548
- E-mail: jamartinez.advogados@esc-advogados.com

Ana Teresa Pulido

- Cartório: R. Braamcamp, 90 -3º – 1250-052 LISBOA
- Tel.: 936792055
- E-mail: anateresa.pulido@nga.pt
- Web: www.nga.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: marcasepatentes@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-12779l@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: Rua Castilho, 167, nº 2 - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 217 80 19 63
- E-mail: cac@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 de Melo Portugal Saluce de Sampaio

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

Gonçalo Maria Cabral da Cunha Ferreira

- Cartório: Av. Duarte Pacheco, 37 R/C Dtº – 2780-216 OEIRAS
- 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: joapimenta@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 Com Francisco Manuel de Melo, 21 - 1070-085 LISBOA
- Tel.: 963075786
- E-mail: joao.mioludo@srslegal.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.ao.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 nº. 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 Adolfo Coelho Quintans

- Cartório: Rua Sousa Martins, 10 – 1050-218 LISBOA
- Tel.: 21 0958109 – Fax: 21 0958155
- E-mail: miguel.quintans@cms-rpa.com
- Web: www.rpa.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: Rua Castilho, 167 - 2º - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 217801963 – Fax: 217975813
- 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, nº 45 – 5º Esq., 1050-225 LISBOA
- Tel.: 213907373 – Fax: 213978754
- E-mail: mail@rcf.pt

Carmina Cardoso

- Cartório: Largo de São Carlos, 3 - 1200-410 LISBOA
- Tel.: 213583620 – Fax: 213159434
- E-mail: c.cardoso-18317l@adv.oa.pt.

Elsa Guilherme

- Cartório: Rua Castilho, 167, 2º - 1070-050 LISBOA
- Tel.: +351 217801963
- E-mail: ebg@sgcr.pt

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: Avenida da República, 25 - 1º - 1050-196 LISBOA
- Tel.: 213800910 – Fax: 213877109
- E-mail: isabel.bairrao@garrigues.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 – 5º Esq., 1050-225 LISBOA
- Tel.: 213907373 – Fax: 213978754
- E-mail: mail@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 – 5º Esq., 1050-225 LISBOA
- Tel.: 213907373 – Fax: 213978754
- E-mail: mail@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: Av. Engenheiro Duarte Pacheco, 7, r/c - 1070-100 LISBOA
- Tel.: 21 78148 00 – Fax: 21 781 48 02
- E-mail: lidia.neves@mirandalawfirm.com

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/>

Joana Fialho Pinto

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

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: mail@rcf.pt
- Web: 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: Praça General Humberto Delgado, n.º 267, 4º Andar, Salas 5, 4000-288 PORTO
- 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 - Fax: 225322066
- E-mail: info@patents.pt
- Web: <http://patentree.eu/>

Vasco Stillwell 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, Edifício 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: alia.amada-36074l@adv-est.oa.pt

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@inventia.com
- Web: www.inventia.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@inventia.com
- Web: www.inventia.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 - 1.ºD - 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@inventia.com
- Web: www.inventia.pt

Ricardo Abrantes

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

Patrícia Marques

- Cartório: BBG, S.A., Rua Dr. Francisco Sá Carneiro n.º 475 C 4740-473 ESPOSENDE
- Tel.: 253968486
- E-mail: patricia.marques@hyline-bis.com

Márcia Martinho da Rosa

- Cartório: Rua Tomás Ribeiro, n.º 45 – 5.º Esq., 1050-225 LISBOA
- Tel.: (+351) 210 545 500 - Fax: (+351) 213 978 754
- E-mail: marcia.rosa@rcf.pt

Madalena Barradas

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

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@inventar.com
- Web: www.inventa.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: filipa.galvao@eyesee.pt

Jorge Manuel Vaz Machado

- Cartório: Mouzinho de Albuquerque nº113, 5º Andar 4100-359PORTO
- Tel.: 912325395
- E-mail: jmachado@inventar.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@inventar.com
- Web: www.inventa.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-45642l@adv.oa.pt

Luís Pinto Monteiro

- Cartório: Av. da Liberdade, 224 - 1250-148 LISBOA
- Tel.: 213197300 - Fax: 213197319
- E-mail: luis.pintomonteiro@plmj.pt

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: Vågsgaten, 43, 4306 SANDNES NO
- 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@inventia.com

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: Rua Castilho, 167, 2º - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 217 801 963 – Fax: 217 975 813
- 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: Rua D. Luís I, n.º 28 1200-151 LISBOA
- Tel.: 213113400 - Fax: 213113406
- E-mail: jcs@vda.pt

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@inventata.com
- Web: www.inventa.pt

João Francisco Sá

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

Sousa Ribeiro

- Cartório: Av. Álvares Cabral, n.º 47, 1.º andar - 1250-015 LISBOA
- Tel: 213806530 - Fax: 213806531
- E-mail: sousaribeiro-46899p@adv.oa.pt

Evangelino Marques Ribeiro

- Cartório: Praça de Portugal n.º. 7C - 1.ºD - 2910-640 SETÚBAL
- Tel: 265228685 e 932573091 - Fax: 265228637
- E-mail: marquesribeiro@marquesmarcas.com
- Web: www.marquesmarcas.com

Diogo Xavier Santos

- Cartório: Rua Castilho, 167, 2.º Andar - 1070-050 LISBOA
- Tel: 217801963 e 912628247 - Fax: 217975813
- E-mail: dxs@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

Saulo Chanoca

- Cartório: Rua Artilharia Um, n.º 51, Páteo Bagatela, Edifício 1, 4.º Andar - 1250-137 LISBOA
- Tel: 211554330 e 935274353
- E-mail: schanoca@bas.pt

Lígia Gata

- Cartório: Av. Dr. Mário Moutinho, Lt 1519, 7.º 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: Rua Dr. Bernardino Machado, n.º 30A, Vale Milhaços, 2855-437 CORROIOS
- Tel: 936256546
- E-mail: anaisabelneves@gmail.com

Ana Plácido Martins

- Cartório: Rua Feliciano de Castilho, 92, 4150- 311 PORTO
- Tel: 226097509
- E-mail: anaplacidomartins-21156l@adv.oa.pt

André Sarmento

- Cartório: Rua Damião de Góis, n.º 56, 4.º Andar, apt. 43, 4050-221 PORTO
- Tel: 223 751 032
- E-mail: andrevsarmento@gmail.com

Miguel Vaz Serra

- Cartório: Av. José Gomes Ferreira, 15 – 3.ºL, 1495-139 ALGÉS
- Tel: 917169727- Fax: 213422446
- E-mail: miguel.vazserra@agcunhaferreira.pt

Leila Teixeira

- Cartório: Rua 19, 231, 1.º Andar, 4500-256 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 Vitor Cordon, 10A – 1249 -103 LISBOA
- Tel.: 21 3475020
- E-mail: raquelantunes@jpcruz.pt
- Web: www. jpereiradacruz.pt

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 - 3º andar – 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@inventa.com

Inês Sequeira

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41, K21, Parque das Nações – 1990-207 LISBOA
- Tel.: 918860596
- E-mail: isequiera@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: Rua Castilho, 167 - 2º – 1070-050 LISBOA
- Tel.: 217801963 - Fax: 217975813
- 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

Marina Ciriani

- Cartório: Estrada Paço do Lumiar, Campus do Lumiar 1649-038 LISBOA
- Tel.: 935933071
- E-mail: ciriani.marinar@gmail.com

Miguel Bibe

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

Dulce de Fátima Varandas de Almeida Andrade

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

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

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, nº 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: Alameda dos Oceanos, 41K, 21 - Parque das Nações - 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213150970
- E-mail: jcoutinho@inventia.pt

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: Rua de Salazares, n.º 842 - 4149-002- porto
- Tel.: 220 028 916
- E-mail: info@patents.pt

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 - Fax: 225322066
- E-mail: info@patents.pt

Vitor Sérgio Moreira

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

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: publimarca@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@inventia.com
- Web: www.inventia.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