

# BOLETIM DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Nº 2025/12/09 (236/2025)

9 de dezembro de 2025

## Sumário

Aviso.....	2
Códigos .....	2
TRIBUNAIS .....	6
Decisões judiciais relativas a processos de propriedade industrial .....	6
A sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual, juiz 1, relativa à marca nacional n.º 719453, indefere o recurso e mantém a concessão. O acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão, julga improcedente o recurso e mantém a concessão. ....	6
PATENTES DE INVENÇÃO .....	69
Pedidos - BBKA/1A.....	69
Patentes europeias vigentes em Portugal - FG4A.....	71
Recusas - FC4A .....	72
Caducidades por falta de pagamento de taxa - Patente europeia - MM4A .....	73
Averbamentos - PD1A, PD3A, PC1A, PC3A.....	74
MODELOS DE UTILIDADE .....	75
Recusas - FC4K .....	75
DESENHOS OU MODELOS .....	76
Pedidos - BB/CA1Y .....	76
REGISTO NACIONAL DE MARCAS.....	79
Pedidos .....	79
Concessões .....	100
Vigências por sentença.....	103
Recusas.....	104
Renovações .....	105
Averbamentos.....	106
Renúncias.....	108
Requerimentos indeferidos.....	109
Renovações Parciais.....	110
Pedidos e Avisos de Deferimento de Revalidação.....	111
REGISTO INTERNACIONAL DE MARCAS .....	112
Concessões .....	112
REGISTO DE LOGÓTIPOS .....	113
Pedidos .....	113
Concessões .....	115
Vigências por sentença.....	116
Renovações .....	117
Averbamentos.....	118
Pedidos e Avisos de Deferimento de Revalidação.....	119
AGENTES OFICIAIS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL .....	120
PROCURADORES AUTORIZADOS .....	142

## 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 — Insignia de estabelecimento.  
LOG — Logótipo.  
DNO — Denominação de Origem Nacional.  
DOI — Denominação de Origem Internacional.  
IGR — Indicação Geográfica.  
RCS — Recompensa.

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

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

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

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



VU — Vanuatu.

WO — OMPI — Organização Mundial da  
Propriedade Intelectual.

WS — Samoa.

YE — Iémen.

YU — Jugoslávia. (1)

ZA — África do Sul.

ZM — Zâmbia.

ZW — 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**

**A sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual, juiz 1, relativa à marca nacional n.º 719453, indefere o recurso e mantém a concessão. O acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão, julga improcedente o recurso e mantém a concessão.**

Assinado em 18-12-2024, por  
Marta Soares Cabral, Juiz de Direito



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

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

Recurso de Propriedade Industrial

**Sentença****I. Relatório:**

**CERVEJOLÂNDIA LDA**, NIPC 511066562, com sede no Caminho dos Marcos, 13, 9050 472 Funchal, veio, ao abrigo do disposto no art.º 38º e ss. do Código da Propriedade Industrial, interpor recurso do despacho do INPI, que concedeu o registo de marca nacional n.º 719453



Alega, em síntese que, há um risco elevado de erro ou confusão por parte dos consumidores e o deferimento do pedido de registo propiciaria concorrência desleal. O termo genérico tornou-se um sinal distintivo, tendo o uso prolongado e a notoriedade obtida pela expressão “BEERHOUSE” levado esta palavra a tornar-se uma marca distintiva e identificativa dos produtos e serviços da Recorrente.

Em consequência disso, essa expressão pode e deve beneficiar da ressalva contida no n.º 2, do art.º 209.º do CPI, isto é, da regra do *secondary meaning*, podendo ser considerada de uso exclusivo do titular da marca.

Juntou documentos.

\*

Cumprido o disposto no art.º 42º do Código da Propriedade Industrial o INPI remeteu o processo administrativo.

\*



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

Citada a recorrida, nos termos do disposto no art.º 43.º do Código da Propriedade Industrial, a mesma respondeu pugnando pela manutenção da decisão de não concessão.

\*

**II. Saneamento:**

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

Não existem nulidades que invalidem todo o processado.

As partes têm personalidade e capacidade judiciárias e são legítimas.

Não há outras excepções ou questões prévias que cumpra conhecer e que impeçam o conhecimento do mérito.

\*

**III. Questão a decidir:**

Apreciar se a decisão do INPI é de manter atenta a conclusão a que chegou de que o elemento BEERHOUSE, não imprime, por si só, qualquer capacidade distintiva a uma marca e, consequentemente, não pode ser individualmente apropriado por qualquer interessado, bem como, não pode a recorrente, reivindicar para si o seu uso exclusivo e, impedir a sua utilização por terceiros, visto a expressão pertencer ao domínio público.

Apreciar se a marca registanda possibilitará a prática de atos de concorrência desleal.

\*

**IV. Fundamentação de Facto:**

**1. Face à prova documental junta e a posição das partes, vertidas nos respectivos articulados, encontram-se assentes, com interesse para a decisão do recurso, os seguintes factos:**

**1.1** A requerida é uma sociedade comercial por quotas que tem como objecto social a exploração de hotéis com restaurante e similares; actividades de animação turística-ambiente; animação marítimo turístico e de animação turística geral; aluguer de veículos automóveis, quadriciclos e motocicletas, sem condutor. (cfr. certidão comercial permanente, junta com o processo administrativo).



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

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

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

**Recurso de Propriedade Industrial**

1.2 A 08.02.2024, a Recorrida deu entrada, junto do Instituto Nacional de Propriedade Industrial



(doravante “INPI”) do pedido de registo de marca nacional mista n.º 719453 para os produtos e serviços inseridos nas classes 32 “cervejas” e 43 “serviços de bar; serviços de bar de cerveja; serviços de restauração [alimentação e bebidas].” da Classificação de Nice. (Cfr. processo administrativo).

1.3 O pedido de registo supra referido foi publicado no Boletim da Propriedade Industrial n.º 104/2024, em 2024.05.29. (Cfr. processo administrativo e consulta do sítio do INPI)

1.4 O pedido de registo supra referido foi objeto de reclamação, apresentada em 21.03.2024, pela Recorrente, que, em síntese, alegou que a marca da Recorrida imitava a sua marca já registada,



nomeadamente a Marca Nacional n.º 312727, da classe 32 para designar “cerveja”, bem como a existência de concorrência desleal. (Cfr. processo administrativo).

1.5 A 27.03.2024, a Recorrida submeteu a sua contestação em resposta à reclamação da ora Recorrente, onde evidenciou os motivos pelos quais, no seu entendimento, as marcas em confronto não são suscetíveis de gerar qualquer tipo de confundibilidade no consumidor, inexistindo deste modo, motivos que obstassem à concessão do registo da marca. (Cfr. processo administrativo).

1.6 A 14.05.2024, o INPI proferiu despacho de concessão total do pedido de registo da marca aqui em crise, tendo o mesmo sido concedido para os produtos e serviços da classe 32 e 43 da Classificação de Nice. (Cfr. processo administrativo).



1.7 A recorrente é titular do registo da marca n.º 312727, pedida em 27.09.1995, vigente desde 15.01.1997 para assinalar “cerveja”, da Classe 32, da Classificação de Nice. (Cfr. certificado junto com o requerimento inicial).

1.8 A marca da recorrente identifica um estabelecimento de cervejaria inaugurado em 1996, pelo então Presidente do Governo Regional da Madeira, Dr. Alberto João Jardim (cfr. notícia de 9/2/1996, doc. n.º 2, junto com o requerimento inicial).

1.9 O estabelecimento da Recorrente, localiza-se na Avenida do Mar, na cidade do Funchal.



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

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

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

**Recurso de Propriedade Industrial**

**1.10** O estabelecimento da Recorrente produz cerveja artesanal.

**1.11** O estabelecimento da Recorrente encontra-se no Tripadvisor, Google e Facebook (cfr. documentos n.ºs 3, 4, 5, 6 11, juntos com o requerimento inicial).

**1.12** As palavras BEERHOUSE, BREWERY e RESTAURANT surgem na fachada do estabelecimento da Recorrente, sendo a primeira em letras maiores. (cfr. documentos n.º 7, junto com o requerimento inicial).

**1.13** Num escrito, com data de 11 de Fevereiro de 1996, sob o título SOCIEDADE, pode ler-se “BEERHOUSE” já abriu (Cfr. doc. n.º 8, junto com o requerimento inicial).

**1.14** Num escrito, com data não concretamente apurada, sob o título MARISCOS E CERVEJA, pode ler-se “O Beerhouse ali as especialidades com frutos-do-mar à produção de cerveja da casa. (Cfr. documento n.º 9, junto com a o requerimento inicial).

**1.15** No Diário de Notícias da Madeira, secção de publicidade, com data de 27 de Março de 1998, pode ler-se “Beerhouse aposta na inovação” (Cfr. documento n.º 10. Junto com o requerimento inicial).

**1.16** Na página da internet do sítio visit.funchal.pt pode ler-se *Beerhouse*

*É a Cervejaria mais conhecida da Cidade, que se destaca pela sua Cerveja Artesanal, e peça variada oferta de cervejas que dispõe.*

*A sua restauração aposta nos pratos tradicionais portugueses, tendo ao seu dispor especialidades de peixe e carne, elaborados com elevado rigor.*

*A sua privilegiada localização, permite uma extraordinária aproximação ao mar, sendo possível observar a chegada e partida dos barcos de pesca e dos Navios de Cruzeiros, enquanto disfruta de uma simples bebida ou de um prato elaborado com elevado rigor. (Cfr. documento n.º 11, junto com o requerimento inicial).*

**1.17** Num artigo do Jornal da Madeira, com data de 14 de Março de 2018, secção de Economia, pode ler-se “Bebidas serão apresentadas dia 24 num jantar no BeerHouse” e “O restaurante e cervejaria BeerHouse, no Funchal, prepara-se para apresentar cinco cervejas com ‘sabor’ e ‘cheiro’ a Madeira. A data escolhida foi 24 de Março.” (Cfr. documento n.º 13, junto com o requerimento inicial).

**1.18** Num envelope, sem data, surge como remetente *Presidência do Governo Regional* e como destinatário *Exmo. Sr. João Gramilho, Cervejaria Beerhouse, Pontão São Lázaro, Avenida do Mar, 9000-017 Funchal* (Cfr. documento n.º 14, junto com o requerimento inicial).





Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

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

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

**Recurso de Propriedade Industrial**

**1.19** Num escrito artigo do Jornal da Madeira, com data de 04 de Setembro de 2019, pode ler-se “BeerHouse: a ‘casa’ onde a cerveja é especial” (Cfr. documento n.º 15, junto com o requerimento inicial).

**1.20** Entre a APRAM – Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira, S.A. e a Cervejolândia, Lda foi assinado documento escrito, com data de 03 de Março de 2023, denominado *Contrato de concessão de utilização de uma parcela dominial sob jurisdição da APRAM – Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira, S.A.*

“Beer House” (Cfr. documento n.º 12, junto com o requerimento inicial).

**1.21** A imagem da marca da recorrente foi registada com uma imagem a preto e branco, mas



também é usada em cores com a seguinte aparência (Cfr. documento n.º 16, junto com o requerimento inicial).

**1.22** A ACIF – Associação Comercial e Industrial do Funchal – Câmara de Comércio e Indústria da Madeira, em 19.08.2024 (doc. 1); a APRAM – Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira, em 19.08.2024 (doc. 2); a ASSOCIAÇÃO MARINHAFUNCHAL, em 27.08.2024 (doc. 3); o CLUB NAVAL DO FUNCHAL, em 21.08.2024 (doc. 4); a INDUTORA ENERRGIA, LDA, em 19.08.2024 (doc. 5); a FRUTAS DOURADAS, LDA, em 19.08.2024 (doc. 6); a POST SCRIPTUM BREWERY UNIP, LDA, em 19.08.2024 (doc. 7); a RIM – ENGENHARIA E CONSTRUÇÕES, SA, em 19.08.2024 (doc. 8); a JUSTINO’S MADEIRA WINES, SA, em 19.08.2024 (doc. 9); a ENOMANIA GARRAFEIRA, LDA, em 19.08.2024 doc. 10); a MDS WIN BROKER MEDIAÇÃO DE SEGUROS UNIPessoal, LDA, em 25.08.2024 (doc. 11); a FERMENTUM ENGENHARIA DAS FERMENTAÇÕES, SA, em 19.08.2024 (doc. 12); a PLAILHA – COMÉRCIO DE PRODUTOS ALIMENTARES, LDA, em 19.08.2024 (doc. 13); a EMPRESA DE CERVEJAS DA MADEIRA, em 19.08.2024 (doc. 14); a DELICADO PROGRESSO UNIPessoal, LDA, em 19.08.2024 (doc. 15); a EXTERMÍNIO HIGIENE CONTROLE, LDA, em 20.08.2024 (doc. 16); a INEXLOBOS, CONSTRUÇÕES METÁLICAS, UNIP. LDA, em 19.08.2024 (doc. 17); a PÉROLA DOS



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

VINHOS, LDA, em 19.08.2024 (doc. 18); a AFIMADEIRA, COMÉRCIO E INDÚSTRIA, LDA, em 19.08.2024 (doc. 19); a PÁGINAS E QUADRÍCULAS, LDA, em 19.08.2024 (doc. 20); a MADEIRA CONNECTION TOURISM SERVICES UNPIESSOAL, LDA, em 19.08.2024 (doc. 21); a DICESA, LDA, em 19.08.2024 (doc. 22); a ANTÓNIO N NOBREGA II – INDÚSTRIA E COMÉRCIO ALIMENTAR, SA, em 19.08.2024 (doc. 23); ALBERTO JOÃO CARDOSO GONÇALVES JARDIM, em 21.08.2024 (doc. 24); JORGE INÁCIO FERNANDES CALDEIRA, em 19.08.2024 (doc. 25); FREDERICO REZENDE, em 19.08.2024 (doc. 26); SUSANA GRAMILHO, em 19.08.2024 (doc. 27) e ELISABETE MÓNICA ANDRADE VALÉRIO, em 19.08.2024 (doc. 28), assinaram um documento, intitulado “Declaração”, com o seguinte teor:

*Por ser do nosso conhecimento, declara-se que a sociedade CERVEJOLÂNDIA, LDA., explora um estabelecimento de restauração na Avenida do Mar, no Funchal, desde 1996, e que desde início identificou esse estabelecimento como nome "BEERHousE..*

*Devido à grande popularidade desse estabelecimento e dos produtos e serviços nele prestados, em especial da cerveja artesanal nele produzida e comercializada, esse estabelecimento é conhecido da generalidade dos consumidores madeirenses e dos turistas nacionais e estrangeiros como o "BEERHOUSE", bastando essa designação para o identificar.*

\*

Com interesse para a boa decisão da causa, não ficaram por provar quaisquer factos.

Os demais factos alegados pelas partes e supra não referidos, depois de análise crítica, revelaram-se sem interesse para a descoberta da verdade material e boa decisão da causa, conclusivos, repetidos e ou de direito, logo inatendíveis pelo Tribunal.

\*

**V. Fundamentação de direito:**

O artigo 1.º do Código da Propriedade Industrial, sob a epígrafe “Função da propriedade industrial” dispõe que *A propriedade industrial desempenha a função de garantir a lealdade da concorrência, pela atribuição de direitos privativos sobre os diversos processos técnicos de produção e desenvolvimento da riqueza.*



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

Um desses direitos privativos é a marca.

A marca é um sinal com função distintiva, que se destina, primordialmente, a orientar o consumidor, de modo claro e preciso, no processo de decisão com vista à aquisição de produtos.

Através da marca, o consumidor, sem necessidade de averiguações diferidas e delongadas, poderá discernir a origem do produto e recordar, no futuro, através de um mecanismo quase reflexo, a respetiva proveniência empresarial. Não basta, por isso, que a marca identifique um produto; é também necessário que o diferencie dos demais.

Paralelamente, a regulamentação das marcas destina-se a garantir a transparência e a lealdade de concorrência nas relações comerciais entre empresas, sendo esse, de resto, o fim último da propriedade industrial – cf. art. 1.º do C. de Propriedade Industrial (doravante CPI).

Como se refere no acórdão do TJUE no caso Canon, (...) *a função essencial da marca é garantir ao consumidor ou ao utilizador final a identidade de origem do produto que exibe a marca, permitindo-lhe distinguir, sem confusão possível, aquele produto de outros que tenham proveniência diversa e que, para que a marca possa desempenhar o seu papel de elemento essencial do sistema de concorrência leal que o Tratado pretende criar e manter, deve constituir a garantia de que todos os produtos que a ostentam foram fabricados sob o controlo de uma única empresa à qual possa ser atribuída a responsabilidade pela qualidade daqueles* (Cfr. o acórdão de 17 de Outubro de 1990, HAG II, C-10/89, Colect., p. I-3711, n.ºs 14 e 13) - Acórdão de 29. 9. 1998 — processo C-39/97 in <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/PT/TXT/PDF/?uri=ecli:ECLI%3AEU%3AC%3A1998%3A442>.

Decorre do disposto no art.º 208.º do Código de Propriedade Industrial, que a marca pode ser constituída por um sinal ou conjunto de sinais suscetíveis de representação gráfica, nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, números, sons, cor, a forma do produto ou da respetiva embalagem, ou por um sinal ou conjunto de sinais que possam ser representados de forma que permita determinar, de modo claro e preciso, o objeto da





Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

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

Pressuposto básico da marca é a sua função distintiva, pelo que se considera que não deverão gozar dos efeitos jurídicos que decorrem da titularidade de uma marca os sinais que: a) sejam desprovidos de qualquer carácter distintivo; b) sejam constituídos, exclusivamente, pela forma ou por outra característica imposta pela própria natureza do produto, pela forma ou por outra característica do produto necessária à obtenção de um resultado técnico ou pela forma ou por outra característica que confira um valor substancial ao produto; c) sejam constituídos, exclusivamente, por indicações que possam servir no comércio para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, a proveniência geográfica, a época ou meio de produção do produto ou da prestação do serviço, ou outras características dos mesmos; d) sejam constituídos, exclusivamente, por sinais ou indicações que se tenham tornado usuais na linguagem corrente ou nos hábitos leais e constantes do comércio, como dispõe o art.º 209.º do CPI.

Considera o Tribunal Geral da União Europeia que, nestes casos, existe um interesse em preservar a sua disponibilidade geral, devido não apenas à sua capacidade em pôr em evidência a qualidade ou outras propriedades dos produtos em causa, como também influir nas preferências dos consumidores, por exemplo, associando os produtos a um lugar que pode suscitar sentimentos positivos. (Cfr. Acórdão do Tribunal Geral da União Europeia de 20 de Novembro de 2018).

A jurisprudência do TJUE ajuda a definir, desde logo, a finalidade desta norma: *um objetivo de interesse geral, o qual implica que todos os sinais ou indicações que possam servir para designar características dos produtos ou dos serviços em causa para os quais o registo é pedido sejam deixados à livre disposição de todas as empresas, para que os possam utilizar através de uma descrição das mesmas características dos seus próprios produtos* (Cfr. Caso Moreno Marín, acórdão TJUE de 06.07.2017 (C-139/16), disponível em , § 23; Caso Linde, acórdão TJUE, de 08.04.2003 (C-53/01 a C-55/01), disponível em , § 75; Caso Koninklijke KPN Nederland, acórdão TJUE, de 12.02.2004 (C-363/99), disponível em , § 33 e §



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

34. a identificação desta finalidade tem também apoio na doutrina: veja-se, por exemplo, AAVV, Código de Propriedade Industrial Anotado, 2.ª ed., almedina, Coimbra, 2015, p. 396).

O art.º 209.º do CPI consagra solução idêntica à do art.º 7.º do Regulamento (UE) 2017/1001 do Parlamento Europeu e Do Conselho de 14 de Junho de 2017 sobre a marca da União Europeia, que, sob a epígrafe “Motivos absolutos de recusa”, estabelece que *1. É recusado o registo: a) Dos sinais que não estejam em conformidade com o artigo 4.º; b) De marcas desprovidas de carácter distintivo; c) De marcas compostas exclusivamente por sinais ou indicações que possam servir, no comércio, para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, a proveniência geográfica ou a época de fabrico do produto ou da prestação do serviço, ou outras características destes; (...)*

O artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento prossegue um objetivo de interesse público de que os sinais descritivos de características dos produtos ou serviços possam ser usados livremente por todos os agentes económicos.

Esta disposição impede, assim, que tais sinais e indicações sejam apropriados por uma empresa através do seu registo como marca (Cfr. acórdão de 6 de Outubro de 2017, Karelia/EUIPO (KARELIA), T-878/16, não publicado, UE: T:2017:702, n.º 14 e jurisprudência citada).

*Para a aplicação desta norma, à luz da finalidade acima indicada, podemos encontrar um critério jurisprudencial constante. A análise do carácter descritivo de uma marca deve ter em consideração: a) os produtos e/ou serviços que a marca visa identificar, e b) a perceção que o público relevante tem dela* (Cfr. Caso Moreno Marín, cit., § 24; Caso Linde, cit., § 75; Caso Koninklijke KPN Nederland, cit., § 33 e § 34; Caso Procter & Gamble / IHMI, acórdão TJUE, de 29.04.2004 (C-468/01 P a C-472/01 P), disponível em , § 33; Caso Smart Technologies / IHMI, acórdão TJUE, de 12.07.2012 (C-311/11 P), disponível em , § 24; e Caso Audi / IHMI, acórdão TJUE, de 21.01.2010 (C-398/08), disponível em , § 34. ).

*A análise do carácter descritivo de uma marca realiza-se mediante a comparação do significado do sinal cujo registo é pretendido, de acordo com a perceção do consumidor relevante, com os produtos ou serviços que esse sinal visa*



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

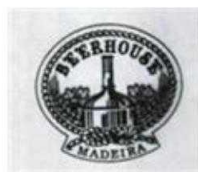
**Lisboa - Tribunal da Propriedade Intelectual**  
**Juízo da Propriedade Intelectual - Juiz 1**

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**

*identificar. Se o sinal descreve, direta e exclusivamente, características dos produtos ou serviços a assinalar, este deve ser considerado descritivo.*

*Para que possa ser considerado descritivo, para além de descrever exclusivamente as características dos produtos ou serviços a assinalar, o sinal tem também de descrever diretamente essas características. A descrição apenas será direta se o público interessado compreender num sinal, em relação a um produto ou serviço, “imediatamente e sem qualquer outra reflexão a descrição de uma das suas características” (Caso Taurus-Film/OHMI (Cine Action), acórdão TG, de 31.01.2001 (t-135/99), § 39), (Cfr. anotação ao Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 06.07.2017, Processo n.º 43-14.7YHLSB.l1-6, disponível em [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt) sobre o carácter distintivo das marcas e a aquisição de distintividade superveniente (secondary meaning) Caso marca “Colormix” Por João Pereira Cabral e Vítor Palmela Fidalgo, in Revista da Ordem dos Advogados).*



No caso dos autos são estas as marcas em confronto: , da recorrente e



, da recorrida pois apenas estas, e não outras, foram consideradas no despacho do Sr. Director do Serviço de Marcas do Instituto Nacional de Propriedade Industrial que concedeu protecção à marca nacional n.º 719453, da recorrida.

A Recorrida pediu o registo de uma marca mista para assinalar produtos das classes 32 (cerveja) e serviços da classe 43 (serviços de bar, serviços de bar de cerveja; serviços de restauração, alimentação e bebidas), sob o n.º 719453 e, pese embora a oposição da recorrente, o INPI entendeu que (...) *do confronto entre o sinal requerido e o prioritariamente registado não ressaltam semelhanças gráficas, fonéticas, figurativas ou outras suscetíveis de gerar o risco de confusão ou de associação.*

*Efetivamente, apesar da existência de elementos nominativos em comum, os mesmos são termos indistintos, para assinalar os produtos e serviços aqui em causa, pelo que devem ser ignorados no exame confrontativo dos sinais, não*





Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

*conduzindo, por isso, a uma constatação de semelhança entre os sinais, sendo estes, considerando os seus conjuntos, distintos, estando neutralizados os elementos comuns.*

*Com efeito, reiteramos que a semelhança existente, é totalmente irrelevante, porquanto os elementos BEERHOUSE são meramente indicativos de um estabelecimento dedicado à venda e, por vezes, à produção de cerveja para consumo no local.*

*Assim sendo, não imprimindo os elementos supra indicados, de per si qualquer capacidade distintiva a uma marca, nos termos da alínea c) do n.º 1 do artigo 209º do CPI e, conseqüentemente não poderem ser individualmente apropriados por qualquer interessado, face ao disposto no n.º 2 do mesmo artigo, a reclamante não pode, também, reivindicar para si o seu uso exclusivo e, impedir a sua utilização por terceiros, visto a expressão pertencer ao domínio público.*

*Todavia, alega a recorrente que ... estas considerações do Senhor Examinador — que, à partida, parecem acertadas e conformes com a disciplina jurídica das marcas — deverão ser revistas à luz dos factos, que demonstram que a expressão “BEERHOUSE”, face ao uso prolongado que dela foi feito pela Recorrente, deixou de ser um elemento genérico, tendo adquirido a eficácia distintiva de que originalmente podia carecer.*

Entende a recorrente que a única questão a apreciar neste litígio é saber se as marcas em confronto

apresentam semelhanças suficientes para gerar um risco de confusão por parte dos consumidores. Centra a sua argumentação no elemento comum a ambos os sinais “BEERHOUSE”, entendendo-o como sendo o elemento dominante ou mais saliente em ambas, motivo pelo qual não se pode comparar ambas as marcas como se tal elemento não existisse. E, tanto existe que, deixou de ser um elemento genérico, tendo adquirido a eficácia distintiva de que originalmente podia carecer.

Vejamos.

Obtido o registo da marca — que tem natureza constitutiva — o respetivo titular adquire o direito de propriedade e do exclusivo da marca para os produtos e serviços a que se destina (art.º 210.º do CPI), conferindo-lhe o direito de impedir terceiros, sem o seu consentimento, de usar, no exercício de atividades económicas, qualquer sinal se: a) Esse sinal for idêntico à marca e for



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

usado em relação a produtos ou serviços idênticos aos produtos ou serviços abrangidos pelo registo; b) Esse sinal for idêntico à marca e for usado em relação a produtos ou serviços afins aos produtos ou serviços abrangidos pelo registo ou se esse sinal for semelhante à marca e for usado em relação a produtos ou serviços idênticos ou afins aos produtos ou serviços abrangidos pelo registo, caso exista um risco de confusão ou associação no espírito do consumidor; c) Esse sinal for idêntico ou

semelhante à marca e for usado em relação a produtos ou serviços abrangidos ou não pelo registo,

caso a marca goze de prestígio em Portugal ou na União Europeia, se for uma marca da União Europeia, e o uso do sinal tire partido indevido do caráter distintivo ou do prestígio da marca ou possa prejudicá-los (Cfr. art.º 249.º, n.º 1 do CPI).

Para além disso, e como salvaguarda dos direitos de propriedade e exclusivo da marca para os produtos e serviços a que se destina, a lei prevê no art.º 231.º e 232.º do CPI a possibilidade de recusa do registo de uma marca, nomeadamente, nas seguintes situações-tipo:

- a) Reprodução de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços idênticos;
- b) Reprodução de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços afins ou a imitação, no todo ou em parte, de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços idênticos ou afins, que possa induzir em erro ou confusão o consumidor ou que compreenda o risco de associação com a marca registada; (sublinhado nosso)
- c) Reprodução de logótipo anteriormente registado por outrem para distinguir uma entidade cuja atividade seja idêntica aos produtos ou serviços a que a marca se destina;
- d) Reprodução de logótipo anteriormente registado por outrem para distinguir uma entidade cuja atividade seja afim aos produtos ou serviços a que a marca se destina ou a imitação, no todo ou em parte, de logótipo anteriormente registado por outrem para distinguir uma entidade cuja atividade seja idêntica ou afim aos produtos ou serviços a que a marca se destina, se for suscetível de induzir o consumidor em erro ou confusão.



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

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

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

**Recurso de Propriedade Industrial**

Em conformidade com a alínea b), n.º 1, do artigo 232.º do CPI, é objeto de recusa o pedido de registo de marca que constitua imitação de outra, o que à luz do n.º 1, do artigo 238.º do mesmo diploma, sucede quando, cumulativamente:

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

A possibilidade de concorrência desleal, na aceção do artigo 311.º do CPI, também constitui fundamento de recusa, ao abrigo da alínea h) do n.º 1 do artigo 232.º do mesmo diploma.


Aqui chegados e como bem refere a recorrente (art.º 20. do requerimento inicial), é pacífica a prioridade da marca da Recorrente relativamente à marca registanda, como também o é identidade ou afinidade entre os produtos e serviços a que as mesmas respeitam.

Mostram-se preenchidos os requisitos das als. a) e b) do supra referido n.º 1, do artigo 238.º do CPI.

Resta analisar o disposto na al. c) da supra referida disposição legal.

Quanto a esta alínea, considera o INPI que, *do confronto entre o sinal requerido*



*prioritariamente registado*  *não ressaltam semelhanças gráficas, fonéticas, figurativas ou outras suscetíveis de gerar o risco de confusão ou de associação.*

De acordo com o Ac. do TRL de 08.01.2024, Proc. n.º 179/23.3YHLSB.L1, disponível em [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt) ... *Em matéria de propriedade intelectual, não é mister que estejamos perante cópia integral para se poder falar da violação do direito pré-existente;*



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

*Na análise a realizar, a abordagem que releva é a globalizante já que é assim que o consumidor vê os produtos na escolha pouco profunda que realiza;*

*Sendo o conjunto composto por letras e imagens, os diversos elementos dos signos mistos contribuem, ainda que com distintos relevos, para a formação da impressão global, concretizada de forma ligeira, no acto de compra, pelos destinatários dos produtos, sendo que o que consumidor mais e melhor recorda são as palavras que constituem as marcas em comparação.*

A recorrente partilha deste entendimento quando refere *A “regra de ouro” da comparação entre marcas é que esta deve fazer-se através de uma impressão de conjunto, sem dissecação de pormenores, como sublinha a jurisprudência europeia, ao declarar que o consumidor médio apreende normalmente uma marca como um todo e não procede a uma análise das suas diferentes particularidades* (Acs. do T. Justiça de 11/11/1997 (C-251/95, SABEL/PUMA, Col. p. I-6191), de 22/06/1999 (C-342/97, LLOYD SCHUHFABRIK, Col. p. I-3819) e do TPI da UE, de 22/10/2003 (T-311/01, ASTERIX,)). Na mesma linha, o Supremo Tribunal de Justiça entende que é por intuição sintética e não por dissecação analítica que deve proceder-se à comparação das marcas, pois o que importa ter em conta é a impressão global, de conjunto, própria do público consumidor, que, desvalorizando pormenores, se concentra nos elementos fundamentais dotados de maior eficácia distintiva (Ac. de 18/03/2003 (Proc. nº 03A545, in dgsi.pt), e também ac. de 26/04/2001, in CJ-STJ, T. II, p. 39. No mesmo sentido, entre muitos outros, acs. RL de 8/02/2018 (P. 70/12.2YHLSB), RL de 26/01/2017 (P. 227/12.2YHLSB), RL de 11/01/2016 (P. 347/15.1YHLSB) e RL de 24/04/2014 (P. 199/13.6YHLSB). FERRER CORREIA, Lições de Direito Comercial, p. 331, COUTO GONÇALVES, Manual de Direito Industrial, p. 258, CARLOS OLAVO, Propriedade Industrial, p. 102, CHAVANNE e BURST, Droit de la Propriété Industrielle, pp. 660 e 661 e ANDRÉ BERTRAND, La Propriété Intellectuelle, Livre II, p. 448).

Ora, salvo o devido respeito, a impressão de conjunto, sem dissecação de pormenores, entre o

signal da recorrente



e o signal da recorrida



, permite dizer que não são confundíveis.





Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

Do ponto de vista visual ressalta imediatamente à vista que o sinal da recorrente se apresenta a preto e branco e o da recorrida a cores, o rendilhado do círculo que delimita a marca recorrida não se confunde com uma corda que se encontra no interior do círculo que delimita a marca da recorrente, sendo que as figuras que se encontram dentro de cada círculo são completamente distintas: uma evoca a produção de cerveja e a outra piscinas naturais.

No local em que a marca da recorrente exhibe, como única palavra, BEERHOUSE, a marca recorrida exhibe duas palavras, NATURAL POOLS, sendo que a grafia correspondente aos dois sinais é completamente diferente.

Na marca da recorrida as palavras BEER HOUSE surgem por baixo do círculo, nitidamente separadas e com cores distintas, naquilo a que se poderá chamar uma espécie de fita, por cima do círculo, enquanto a recorrente, na sua marca, tem a palavra Madeira, inserida no próprio círculo, por baixo do nó figurado pela corda.

Na medida em que o consumidor médio apreende normalmente uma marca como um todo e não procede a uma análise das suas diferentes particularidades, a verdade é que o sinal da recorrida se distancia do sinal da recorrente, sendo completamente distinto e causando uma maior impressão, na medida em que surge como uma imagem clara, simples e totalmente perceptível, em todos os seus elementos.

E, se é verdade que em ambos os sinais a palavra BEERHOUSE ou BEER HOUSE soam exactamente iguais, as palavras Natural Pools, constantes do sinal da recorrida, surgem suficientemente destacadas para contextualizar as palavras BEER HOUSE, o que não sucede no sinal da recorrente, sendo certo que, a palavra BEERHOUSE, significa o mesmo em qualquer lugar do Mundo, isto é casa da cerveja, na sua tradução literal, o que conceptualmente afasta os sinais em causa nos presentes autos, porquanto o sinal da recorrida não evoca uma casa da cerveja, mas sim piscinas naturais.





Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

Perante o exposto e ao contrário da recorrente, entende-se que as marcas em confronto não apresentam uma semelhança visual, nem conceptual e a semelhança fonética surge contextualizada, o que nos permite concluir pela inexistência de risco de erro ou confusão, mesmo para o consumidor mais desatento.

Na verdade, qualquer consumidor deste tipo de produto, cerveja, sabe o que consome e normalmente tem os seus gostos definidos. Por outro lado, sabe onde se localizam os estabelecimentos onde normalmente consome este tipo de produto, não confundindo com facilidade (nem mesmo muito ébrio) o estabelecimento da recorrente (único existente na marina da ilha da Madeira), com qualquer piscina natural que não se localiza na marina do Funchal.

Aqui chegados e não ocorrendo risco de imitação ou confusão entre os sinais em causa, chama-se novamente, à colação o disposto no art.º 209.º do CPI.

Nos termos deste artigo 1 - *Não satisfazem as condições do artigo anterior:*

- a) *As marcas desprovidas de qualquer carácter distintivo;*
  - b) *Os sinais constituídos, exclusivamente, pela forma ou por outra característica imposta pela própria natureza do produto, pela forma ou por outra característica do produto necessária à obtenção de um resultado técnico ou pela forma ou por outra característica que confira um valor substancial ao produto;*
  - c) *Os sinais constituídos, exclusivamente, por indicações que possam servir no comércio para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, a proveniência geográfica, a época ou meio de produção do produto ou da prestação do serviço, ou outras características dos mesmos;*
  - d) *As marcas constituídas, exclusivamente, por sinais ou indicações que se tenham tornado usuais na linguagem corrente ou nos hábitos leais e constantes do comércio.*
- 2 - *Os elementos genéricos referidos nas alíneas a), c) e d) do número anterior que entrem na composição de uma marca não serão considerados de uso exclusivo do requerente, exceto quando, na prática comercial, os sinais tiverem adquirido eficácia distintiva.* (sublinhado nosso)
- 3 - *A pedido do requerente ou do reclamante, o INPI, I. P., indica, no despacho de concessão, quais os elementos constitutivos da marca que não ficam de uso exclusivo do requerente.*



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

Alega a recorrente que *O uso prolongado e a notoriedade obtida levaram a expressão “BEERHOUSE” a tornar-se uma marca distintiva e identificativa dos produtos e serviços da Recorrente.*

*A capacidade distintiva de uma marca pode modificar-se ao longo do tempo, id est, a percepção que o público relevante tem desse mesmo sinal distintivo pode aumentar ou diminuir consoante o caso concreto. Esta alteração pode ter efeitos jurídicos significativos. Um sinal que antes era dotado de capacidade distintiva pode vir a perdê-la. Por outro lado, um sinal antes privado de distintividade pode vir a adquiri-la. No primeiro caso fala-se em degeneração ou vulgarização da marca. No segundo, estamos perante a aquisição de carácter distintivo, também denominado pela expressão anglo-saxónica *secondary meaning*. (Cfr. anotação ao Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 06.07.2017, Processo n.º 43-14.7YHLSB.11-6, disponível em [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt) sobre o carácter distintivo das marcas e a aquisição de distintividade superveniente (*secondary meaning*) Caso marca “Colormix” Por João Pereira Cabral e Vítor Palmela Fidalgo, in Revista da Ordem dos Advogados).*

Nos termos do art.º 209.º, n.º 1, do CPI, não são suscetíveis de se constituir como marcas os sinais sem qualquer capacidade distintiva. O art.º 231.º, do CPI, que trata dos motivos absolutos de recusa, vem complementar esta disposição, ao estipular, no seu n.º 1, que as marcas sem capacidade distintiva devem ser recusadas. Existe aqui um interesse público subjacente, que é o de permitir que determinados sinais permaneçam no domínio público e não sejam alvo de um monopólio privado por parte de nenhum agente económico (Cfr. Couto Gonçalves, Manual de Direito Industrial, 7.ª ed., Almedina, Coimbra, 2017, p. 199, as proibições absolutas “visam proteger interesses supra-individuais, como sejam o interesse público em sentido estrito ou o interesse de grupos relativamente homogéneos, mais ou menos extensos (concorrentes ou consumidores).

Não obstante, o n.º 2 do art.º 231.º do CPI vem salvaguardar a validade da marca, se a mesma tiver adquirido carácter distintivo. No mesmo sentido aponta o art.º 259.º, n.º 2, do mesmo Código, que impede a nulidade da marca, caso a mesma tenha adquirido um *secondary meaning*. Neste último caso, existirá uma verdadeira sanação da nulidade por falta de capacidade distintiva.



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

*Se, por um lado, faz todo o sentido prever um regime onde um agente económico possa arguir pela distintividade superveniente de um sinal que era, ab initio, carente de capacidade distintiva, por outro lado, a demonstração dessa mesma capacidade distintiva não poderá circunscrever à mera prova do seu uso.*

*Naturalmente que a ausência de uso da marca, por ser um fator elementar, nunca permitirá a aquisição de capacidade distintiva superveniente. Contudo, o uso será apenas o ponto de partida para qualquer outro elemento probatório a ter em conta. Com efeito, o uso, per se, sem qualquer outro elemento adicional de prova, tão-pouco poderá determinar a convalidação do sinal.*

*Tem cabido à jurisprudência da União Europeia (Cfr. Caso Windsurfing Chiemsee, cit., § 50; Caso Nestlé, acórdão TJUE, de 07.07.2005 (C-353/03), § 31.), a determinação de alguns elementos que devem ser tidos em conta na apreciação do secondary meaning. (Marc Levy, «From Genericism to Trademark Significance: Deconstructing the de Facto Secondary Meaning Doctrine», TMR, vol. 95, n.º 6, 2005, p. 1197, ss).*

Com respeito ao uso, interessa, desde logo, analisar a intensidade e a duração do mesmo, que será mais exigente quanto menos capacidade distintiva tiver o sinal.

Como segundo fator, será ainda importante, para a demonstração de aquisição superveniente de capacidade distintiva, a quota de mercado atribuída ao sinal.

Este fator irá refletir a intensidade do uso, sendo que, quanto maior for a quota de mercado relativa aos produtos ou serviços assinalados, maior será a probabilidade de o sinal ter adquirido distintividade.

Como terceiro fator, devemos mencionar o investimento publicitário e promocional do agente económico na marca.

Apesar de este fator assumir uma grande relevância, pois será, porventura, a forma mais direta de permitir que um sinal adquira, de forma superveniente, capacidade distintiva, é importante referir que a sua menor dimensão não resultará, sem mais, numa exclusão do carácter distintivo superveniente da marca. Com efeito, o conhecimento pelos interessados da marca poderá advir de outras circunstâncias, nomeadamente da qualidade do produto assinalado.

Este conhecimento pelos interessados da marca será o último dos fatores a ter em conta. Deverá realizar-se um estudo e verificar-se qual a percentagem dos meios interessados do sector em causa que identifica o produto ou o serviço como tendo origem empresarial graças à marca.





Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

Este fator, que será influenciado, naturalmente, por alguns ou todos os elementos referidos anteriormente — e provará, indubitavelmente, que a designação tem sido usada enquanto marca (Caso Philips, acórdão TJUE, de 18.06.2002 (C-299/99), § 64) —, deverá ter em conta os consumidores dos produtos ou serviços, os revendedores dos mesmos e ainda os seus concorrentes.

Questiona-se qual será a proporção de conhecimento dos sectores interessados exigida, para que se possa falar numa aquisição superveniente de capacidade distintiva. de acordo com o TJUE, será suficiente que o tribunal chegue à conclusão de que uma “fração significativa” dos sectores interessados identifica o produto assinalado pela marca como tendo uma origem empresarial (Cfr. Caso Windsurfing Chiemsee, cit., § 54. A decisão refere o seguinte: *se a autoridade competente considerar que uma fração significativa dos meios interessados identifica graças à marca um produto como proveniente de uma empresa determinada, deve, em todo o caso, daí concluir que a condição imposta para o registo da marca está preenchida.* (Cfr. ainda Scuffi, Massimo/Franzosi, Mario, Diritto Industriale Italiano, Tomo I, Cedam, Padova, 2014, p. 169.).

Por fim, são ainda referidas as declarações das câmaras de comércio e da indústria, ou de outras associações profissionais como um fator a ter em conta (Caso Windsurfing Chiemsee, cit., § 51).

Apesar de não ser um elemento determinante, o mesmo pode relevar para entender o quão conhecida é a marca pelos agentes económicos, o que concorrerá, sem dúvida, para preencher este último fator. (Cfr. anotação ao Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 06.07.2017, Processo n.º 43-14.7YHLSB.L1-6, disponível em [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt), sobre o carácter distintivo das marcas e a aquisição de distintividade superveniente (secondary meaning) Caso marca “Colormix” Por João Pereira Cabral e Vítor Palmela Fidalgo, *in* Revista da Ordem dos Advogados).

Neste sentido, veja-se ainda o decidido pelo Ac. da Relação de Lisboa, em 10.03.2023, relatado pela Senhora Desembargador Paula Pott, no âmbito do proc n.º 393/22.9YHLSB.L1-PICRS, disponível em [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt).

(...)Para saber se uma marca adquiriu secondary meaning o Tribunal leva em conta os seguintes critérios, que resultam uma jurisprudência constante do TJUE — cf. C- 353/03, parágrafos 26 a 31:



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

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

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

**Recurso de Propriedade Industrial**

*§ O carácter distintivo de uma marca pode ser adquirido em consequência do uso dessa marca enquanto parte de uma marca registada ou em consequência do uso de uma marca distinta, em conjugação com uma marca registada;*

*§ Em qualquer dos casos, basta que os meios interessados (o consumidor médio daquele tipo de produtos) tenha, em consequência desse uso, uma percepção efectiva do produto ou serviço designado unicamente pela marca cujo registo foi pedido, como sendo proveniente de uma empresa determinada;*

*§ Os elementos susceptíveis de demonstrar que a marca se tornou apta a identificar o produto ou serviço em causa devem ser apreciados globalmente;*

*§ Os elementos que podem ser tomados em consideração pelo Tribunal para fazer essa apreciação são, e.g., a quota de mercado detida pela marca, a intensidade, a área geográfica, a duração do uso dessa marca, a importância dos investimentos feitos pela empresa para a promover, a proporção dos meios interessados que identifica o produto ou o serviço como proveniente de uma empresa determinada graças à marca, as declarações das câmaras de comércio e de indústria ou de outras associações profissionais que revelem a duração ou intensidade da utilização do sinal. (...)*

No caso dos autos, a marca da recorrente que, sendo constituída unicamente pelos termos verbais “BEERHOUSE” – termo indicativo da natureza dos produtos comercializados no seu estabelecimento e da tipologia do estabelecimento em si – e “MADEIRA” – termo indicativo da proveniência do produto – à partida, não cumpriria com os pressupostos necessários para merecer a proteção jurídica conferida às marcas.

Contudo encontra-se registada, mas será que pode impedir que outros utilizem o termo “BEERHOUSE”/“BEER HOUSE”?

Desde já se adianta que a documentação junta pela recorrente não se revela suficiente para provar o uso do sinal aqui em cotejo, assim como a intensidade e duração desse uso, à luz dos pressupostos necessários para se verificar a exceção do “secondary meaning”, uma vez que a sua análise não demonstra a existência de uma ligação entre o sinal e os produtos e serviços para os quais este foi pedido e não estabelece que a categoria pertinente de pessoas ou, pelo menos, uma fração significativa destas identificam, graças à marca, os produtos e serviços como provenientes de uma determinada empresa.



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

Isto porque e desde logo não é legítimo a recorrente possa aproveitar-se do facto de prestar serviço de cervejaria/restauração que é um serviço compreendido na classe 43 e que não se encontra abrangido no registo da marca da recorrente que apenas possui o registo na classe 32 para “cerveja”, para beneficiar da distintividade que invoca.

Concorda-se com a recorrida quando refere que ... *não pode a Recorrente vir agora arrogar-se da exceção prevista no art.º 209.º, n.º 2 in fine do CPI, relativamente a uma categoria de serviços que nem sequer se encontra contemplada no seu registo de marca, sob pena de se operar, pela via judicial, um alargamento do seu direito de exclusivo sem fundamento legal (e com as inerentes consequências negativas no que concerne com a segurança jurídica dos titulares de marcas registadas que o próprio regime legal da propriedade industrial e, em particular no que aqui concerne, a figura da marca registada, visa garantir e tutelar – nomeadamente através do princípio da tipicidade).*

Tem-se aliás por seguro que a recorrida será conhecida, mais pelos serviços de restauração do que pela cerveja por si só, não sendo razoável que, financeiramente subsista, até aos dias de hoje, tendo por base a venda de cerveja.

Entende-se ainda que as publicações não são suficientes para comprovar, de modo claro e conciso, a aquisição de “secondary meaning” relativamente à expressão “BEERHOUSE”, isto é, que esta é indubitavelmente reconhecida e associada, tanto pelos consumidores locais como pelos turistas nacionais e estrangeiros, aos produtos e serviços “cerveja”, comercializados pela recorrente, até porque, no caso dos turistas nacionais e estrangeiros, tal reconhecimento e associação revela-se ainda mais improvável, na medida em que este tipo de consumidor, enquanto visitante temporário do local em causa, não foi exposto ao alegado uso prologando e intensivo, *conditio sine qua non*, para a aquisição de eficácia distintiva da expressão “BEERHOUSE”, por via do “secondary meaning”.

Igualmente se retira dos doc. n.ºs 7 a 15 juntos pela recorrente, o uso da expressão “BEERHOUSE” no tráfego comercial, o que, salvo melhor opinião, não é suficiente para provar a aquisição de eficácia distintiva desta expressão, na medida em que o teor destes documentos,





Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

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

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

**Recurso de Propriedade Industrial**

em momento algum, revela qualquer tipo de reconhecimento ou associação por parte dos consumidores da expressão “BEERHOUSE” aos produtos comercializados pela recorrente.

Sendo o único estabelecimento designado Beerhouse na marina do funchal, qualquer comunicação lá chegaria.

No que respeita às 28 declarações apresentadas pela recorrente com o intuito de provar que a “BEERHOUSE” é um estabelecimento conhecido da generalidade dos consumidores madeirenses e dos turistas, entende-se, à semelhança da recorrida, com o devido respeito, que à exceção das declarações emitidas pela Associação Comercial e Industrial do Funchal – Câmara do Comércio e Indústria da Madeira e pela APRAM – Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira, não é possível aferir, quanto às restantes declarações, se as mesmas foram emitidas por um terceiro independente ou uma pessoa, individual ou coletiva, que possui algum tipo de relação pessoal ou profissional com a recorrente.

No que respeita ao valor probatório das declarações, cumpre referir o Acórdão do Tribunal Geral da União Europeia, de 27.11.2012, proferido no âmbito do Processos T-338/116 que indica que:

*No que diz respeito, em segundo lugar, à declaração sob juramento do director do serviço jurídico da recorrente, importa recordar que, para apreciar o valor probatório de um tal documento, é necessário, em primeiro lugar, verificar a plausibilidade e a veracidade das informações que contém. A este respeito, há que ter em conta, designadamente, a origem do documento, as circunstâncias da sua elaboração, a parte a quem é dirigido e o facto de o seu conteúdo parecer sensato e fiável (v. acórdão Shape of a lighter, já referido, n.º 78 e jurisprudência referida).*

*Na medida em que esta declaração não foi feita por um terceiro, mas por uma pessoa ligada à recorrente por uma relação de trabalho, não pode, por si só, constituir prova suficiente de que a marca pedida adquiriu carácter distintivo pelo uso. Por conseguinte, deve ser tratada como meramente indicativa e deve ser corroborada por outros elementos de prova (v., neste sentido, o acórdão Shape of a lighter, n.º 79).*

Nestes termos, estas declarações não podem constituir, por si só, prova suficiente de que a expressão “BEERHOUSE” adquiriu carácter distintivo pelo uso. Ainda se diga que a esmagadora maioria tem a mesma data, 19.08.2024 e todas o mesmo teor e algumas delas contêm parte da minuta que lhes foi entregue para subscrever e, pelo menos uma subscritora tem o mesmo



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

apelido que o dono da recorrente. Atenta a localização do estabelecimento da recorrente, a pequena dimensão da ilha e os interesses em jogo, estas declarações deveriam ser corroboradas por outros elementos de prova, o que não sucede.

Acresce que, ainda que se concebesse que as declarações e, até a restante documentação, se revelavam suficientes para provar a aquisição de eficácia distintiva relativamente à expressão “BEERHOUSE”, esta eficácia distintiva estaria circunscrita apenas à cidade do Funchal, atendendo a que a prova apresentada, em momento algum, faz referência a uma possível aquisição de eficácia distintiva desta expressão fora deste âmbito territorial.

Sendo a marca válida para todo o território nacional, não se afigura admissível permitir a apropriação, no tráfego comercial à escala nacional, do elemento genérico “BEERHOUSE”, com fundamento numa alegada aquisição de eficácia distintiva relativamente a esta expressão que, a existir, apenas se verifica numa cidade localizada no arquipélago da Madeira.

É verdade que a recorrente vem utilizando a expressão “BEERHOUSE” desde 1996, mas cabe-lhe, alegar e provar que o seu sinal - que à partida não seria distintivo - é, afinal, capaz de individualizar, aos olhos do público, os produtos e serviços por ele designados. Para tal não basta provar que o sinal está a ser usado no mercado, sendo, ao invés, imprescindível demonstrar que os consumidores o reconhecem como marca, isto é, como identificador de produtos e serviços pertencentes a uma única entidade.

A recorrente não se refere, em momento alguma a investimento em publicidade. Também não refere a quota de mercado. A identificação do consumidor é apenas a que se refere ao consumidor do Funchal, atenta a localização do estabelecimento da recorrente, pois dizer que se vai à BEERHOUSE no Funchal, e dizer o mesmo em Portugal Continental, é totalmente diferente, sendo certo que a BEERHOUSE do Funchal não é conhecida da generalidade da população portuguesa, pelo que, deve ter-se em consideração a necessidade de preservação desta expressão, tendo em atenção a necessidade das empresas concorrentes do setor.





Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

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

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

**Recurso de Propriedade Industrial**

No presente caso está em causa um sinal descritivo, mais concretamente, e como já foi analisado supra, estamos perante um sinal que designa a espécie de serviços que é assinalada pela marca recorrente (“Beer” “House” ou “Casa” da “Cerveja”), para a classe 32, sendo que, ainda que constitua um neologismo, o mesmo não se afasta, de forma perceptível, dos elementos que o compõem. A esmagadora maioria da população, especialmente num destino turístico como é o Funchal, sabe o significado de “BEERHOUSE”, inexistindo nos autos qualquer característica distintiva por banda da recorrente e, se é verdade que a duração do uso é considerada, pois prova-se que o sinal vem sendo usado desde 1996, aparentemente de forma ininterrupta, verifica-se ainda, a inexistência de prova quanto à dimensão por parte dos sectores interessados no que diz respeito à origem do serviço assinalado pela marca e bem assim a inexistência de qualquer estudo de opinião e de mercado para que se pudesse apurar a implementação do sinal no circuito dos interessados.

A recorrente, como era seu ónus, não logrou demonstrar a aquisição de capacidade distintiva superveniente.

A expressão “BEERHOUSE”/”BEER HOUSE” continua a ser entendida como um sinal descritivo dos serviços em causa, não havendo suficiente implementação no circuito dos interessados para que o sinal da recorrente seja reconhecido como tendo uma origem empresarial por uma fração significativa dos sectores interessados e que a utilização do mesmo termo por parte dos concorrentes levaria, provavelmente, à confusão do público relevante, uma vez que o destinatário típico deste género de produtos e serviços, que se dirige a um estabelecimento como o da recorrente, corresponde a um público que os pode consumir e sabe bem o que quer consumir, prestando atenção aquando da compra deste tipo de bens de consumo, cujo preço não se apurou, nem sequer foi alegado, mas não pode, de maneira nenhuma considerar-se reduzido, num destino turístico como o Funchal e no local onde os mesmos são prestados, na sua marina. Nestes caso, o ato de consumo destes produtos e serviços envolve, normalmente, uma análise atenta e detalhada das suas características, correspondendo a uma escolha ponderada, atendendo ao seu custo, o que afasta o risco de erro ou confusão.



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

**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**

\*

**Da concorrência desleal:**

Nos termos do artigo 232.º, n.º 1, al. h), do Código da Propriedade Industrial, constitui fundamento de recusa do registo de marca “o reconhecimento de que o requerente pretende fazer concorrência desleal, ou de que esta é possível independentemente da sua intenção”.

O artigo 311.º, n.º 1, do Código da Propriedade Industrial trata da concorrência desleal, estabelecendo que constitui concorrência desleal todo o acto de concorrência contrário às normas e usos honestos de qualquer ramo de actividade económica, nomeadamente, os actos susceptíveis de criar confusão com a empresa, o estabelecimento, os produtos ou os serviços dos concorrentes, qualquer que seja o meio empregue – cfr. al. a), do n.º 1.

A concorrência desleal é, desde logo, concorrência. Ou seja, existe sempre que se verifica a virtualidade de transferir ou desviar clientes de uma determinada empresa ou estabelecimento para outra que oferece produtos ou serviços da mesma natureza, ou que respondem à mesma necessidade, ou necessidades sucedâneas.

A referência a *normas e usos honestos de qualquer ramo da actividade económica* não se reconduz a normas ou códigos externos, ou qualquer tipo de legislação, regulamento ou estatuto. Traduz-se numa consciência de práticas correctas e adequadas, por contraponto a práticas abusivas ou ilegítimas, que a todos os comerciantes é acessível pelo raciocínio, simples, necessário e evidente, que devem fazer das suas práticas, e que é o seguinte: ver as práticas na perspectiva inversa. Do outro comerciante. Do concorrente. E interpretá-las desse ponto de vista, a fim de aferir da lealdade ou não das mesmas. Se, do ponto de vista do outro, elas se afiguram como traiçoeiras, como afectando de forma ilegítima o comércio do outro, então o comerciante está no campo da concorrência desleal e deve repudiar essas práticas.

Com este enquadramento, em mente, qualquer acto praticado no sentido de causar confusão com a empresa, com o estabelecimento, com os produtos ou com os serviços dos concorrentes, deve ser repudiado.



Processo: 323/24.3YHLSB  
Referência: 602683

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

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

**Recurso de Propriedade Industrial**

Ora, como se concluiu, no presente caso não se verifica imitação entre a marca da recorrida e a marca da recorrente, pelo que ficou afastado qualquer risco de confusão para os potenciais consumidores.

Por outro lado, não há notícia nos autos de factos que nos levem a concluir que existe da parte da recorrida qualquer propósito de praticar actos de concorrência desleal, no quadro da utilização da marca que registou a seu favor, ou mesmo a possibilidade de aquela ocorrer, independentemente de intenção.

Assim, não se tendo apurado factos que integrem o apontado fundamento de recusa de registo, há que concluir que também nesta parte a pretensão da recorrente deve improceder.

\*

**IV. Decisão:**

Por tudo e que ficou exposto e ao abrigo das normas legais invocadas, indefere-se o recurso apresentado, mantendo-se o despacho recorrido que concedeu o registo da marca nº 719453



\*

Valor da causa: €30.000,01 (trinta mil Euros e um centimo) atento o facto de estarem em causa direitos imateriais, cfr. arts. 303º, 1, e 306º, 1 e 2, do CPC.

Registe e notifique.

Custas pela Recorrente.

\*

Após trânsito da sentença, cumpra-se o estabelecido no n.º 5 do artigo 34.º do CPI (artigo 46.º do mesmo código).

\*



**Processo:** 323/24.3YHLSB  
**Referência:** 602683

**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](mailto:tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt)

Recurso de Propriedade Industrial

Lisboa, 17 de Dezembro de 2024.

Assinado em 15-07-2025, por  
Bernardino Tavares, Juiz Desembargador

Assinado em 15-07-2025, por  
Carlos M. G. de Melo Marinho, Juiz Desembargador

Assinado em 15-07-2025, por  
José Paulo Abrantes Registo, Juiz Desembargador



**Processo:** 323/24.3YHLSB.L1  
**Referência:** 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

\*\*\*

Tribunal Recorrido: Tribunal da Propriedade Intelectual de Lisboa.

Recorrente: Cervejolândia, Lda.

Recorrida: Emoções e Paladares – Serviços Turísticos, Lda.

\*\*

Sumário:

- Um sinal misto composto por parte de uma marca anterior é suscetível de gerar risco de confusão, quando o sinal anterior não se diluir no novo, em termos de imagem de conjunto, mantendo assim autonomia relativamente à restante parte do sinal novo;
- O risco de confusão não se verifica na medida em que existem elementos diversos de maior impacto ao nível da «visão» e da «audição» que, em termos globais, originam uma significativa diferença entre as marcas, suscetíveis de transmitir uma impressão diversa que, mesmo um consumidor médio normalmente distraído em relação aos pormenores, afasta a possibilidade de associação da marca da Recorrente com a marca da Recorrida;
- O reconhecimento de uma marca prestigiada, só por isso, não basta para se concluir pelo risco sério de diluição, degradação ou parasitismo, para se poder recusar o registo de marca posterior;
- Depende, também, da prova de factos de que se possa inferir que, do uso da marca ulterior, resulte um aproveitamento desse valor distintivo e prestígio ou reputação, ou o possa afetar.

\*\*

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

\*





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

**I - Relatório**

**Cervejolândia, Lda** intentou recurso, ao abrigo do disposto nos artigos 38.º e seguintes do Código da Propriedade Industrial, do despacho do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), de 14 de maio de 2024, que deferiu o



pedido de registo da marca nacional n.º 719453 “**BEER HOUSE**”, pedindo que o mesmo fosse recusado.

\*

Cumprido o disposto no artigo 42.º do Código da Propriedade Industrial, o INPI remeteu o processo administrativo.

\*

O Tribunal da Propriedade Intelectual proferiu a seguinte **decisão**:

*“Por tudo e que ficou exposto e ao abrigo das normas legais invocadas, indefere-se o recurso apresentado, mantendo-se o despacho recorrido que concedeu o registo da marca n.º 719453”*

\*

Inconformada com tal decisão, veio a Recorrente **Cervejolândia, Lda** interpor recurso de apelação, apresentando as seguintes **conclusões**:

*“I. A sentença recorrida confirmou a decisão do INPI de conceder o registo da marca mista “BEER HOUSE NATURAL POOLS”, para assinalar cervejas e serviços de bar de cerveja e de restauração, apesar da preexistência da marca mista “BEER HOUSE MADEIRA”, para designar cerveja, e de ambas as partes terem sede na Madeira.*

*II. Desvalorizando o elemento comum “BEERHOUSE” (que reputou de “elemento genérico”) e as semelhanças visuais, fonéticas e concetuais entre os dois sinais, o tribunal a quo entendeu que não existe “qualquer risco de confusão para os potenciais consumidores”, nem possibilidade de a recorrida “praticar atos de concorrência desleal”.*



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*III. Salvo o devido respeito, a Recorrente discorda desta decisão, pelos seguintes motivos: — Entre os sinais em confronto há semelhanças suficientes para causar risco de confusão ou associação;*

*— A presença nas duas marcas da expressão “BEERHOUSE” não pode ser ignorada, não só porque não é “negligenciável”, mas também porque a mesma adquiriu eficácia distintiva através do uso (“secondary meaning”);*

*— Independentemente disso, atenta a semelhança entre os sinais e notoriedade da marca anterior na região da Madeira, há um risco sério de concorrência desleal, agravado por ambas as partes terem sede na Madeira.*

*IV. A sentença recorrida, apesar de reconhecer que a “regra de ouro” da comparação entre marcas é que ela deve fazer-se através da impressão de conjunto, sem dissecação de pormenores, dedicou-se precisamente a dissecar os pormenores, acabando por não atender à dita impressão de conjunto, que impunha que se considerasse, do ponto de vista visual, a “mancha” causada pelas duas marcas (que é idêntica), do ponto de vista fonético, a palavra dominante e comum (“BEERHOUSE”) e, conceitualmente, a principal ideia que as marcas transmitem (“Casa da Cerveja”/Cervejaria).*

*V. Como sublinhou o Tribunal Geral no caso LAM – LINEAS AEREAS DEL MEDITERRANEO, embora seja verdade que, regra geral, o público não considera um elemento descritivo que faz parte de uma marca como sendo o elemento distintivo e dominante na impressão de conjunto produzida por esta, o certo é que o fraco carácter distintivo de um elemento de uma marca não implica necessariamente, tendo em conta, nomeadamente, a sua dimensão ou a sua posição no sinal, que o referido elemento seja negligenciável na impressão de conjunto produzida pela marca.*

*VI. Por isso, como referiu o Tribunal de Justiça no caso LIMONCHELLO, no quadro do exame da existência de um risco de confusão, a apreciação da semelhança entre duas marcas não se pode limitar a ter em consideração apenas um componente de uma marca complexa e a compará-lo com outra marca. Pelo contrário, é necessário operar tal comparação mediante o exame das marcas em causa, cada uma delas considerada no seu conjunto, o que não exclui que a impressão de conjunto produzida na memória do público pertinente por uma*



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*marca complexa possa, em determinadas circunstâncias, ser dominada por um ou vários dos seus componentes.*

*VII. Aplicando estes princípios no caso concreto, não se pode ignorar que a marca da Recorrente contém a palavra “BEERHOUSE”, que não é um componente negligenciável desse sinal, sendo até o seu elemento dominante, o mesmo sucedendo com a marca da Recorrida, em que a expressão “BEERHOUSE” assume um relevo inquestionável.*

*VIII. Por isso, não se podem comparar estas marcas como se tal palavra não existisse...*

*IX. De resto, como entendem os nossos tribunais, no caso de marcas mistas, isto é, compostas simultaneamente por elementos figurativos e nominativos, a experiência demonstra que o elemento nominativo é, em regra, o mais importante para a apreciação do risco de confusão.*

*X. Isto é especialmente importante quando estão em causa produtos de consumo corrente, como cerveja, que o consumidor pede verbalmente, o que agrava o risco de confusão.*

*XI. Um cliente que pretenda adquirir cerveja da Recorrente dirá que quer cerveja “BEERHOUSE”, sem outra indicação; que queira ir ao estabelecimento onde se prestam os serviços da Recorrida dirá, também, que vai à “BEERHOUSE”...*

*XII. Segundo o tribunal a quo, a expressão “BEERHOUSE” não é passível de gerar confusão, porque o consumidor sabe onde se localizam os estabelecimentos onde normalmente consome este tipo de produto, não confundindo com facilidade (nem mesmo muito ébrio) o estabelecimento da recorrente (único existente na marina da ilha da Madeira), com qualquer piscina natural que não se localiza na marina do Funchal. 7*

*XIII. O TPI parece esquecer que a marca registanda não se destina a assinalar piscinas, mas sim cerveja e serviços de bar de cerveja e restauração, e que a cerveja assinalada pelas duas marcas pode ser consumida em qualquer local, sendo que os serviços de bar de cerveja têm manifesta afinidade com... cerveja.*

*XIV. Por outro lado, sublinhe-se que “BEERHOUSE” não é uma palavra meramente descritiva de uma cervejaria, pois a expressão inglesa é brewery ou pub (consoante se refira uma fábrica de cerveja ou a um local de consumo — cf. dicionário online Linguee, in <https://www.linguee.com.br/portugues-ingles/traducao/cervejaria.html>).*

*XV. Isto mostra que a expressão BEERHOUSE tem um certo grau de arbitrariedade e, consequentemente, carácter distintivo (como a expressão “CASA DA MÚSICA”, que identifica*





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*inequivocamente a sala de concertos do Porto), tendo o próprio TPI reconhecido que se trata de um “neologismo”.*

*XVI. O tribunal a quo confundiu marcas sugestivas com marcas descritivas ou genéricas.*

*XVII. Como refere COUTO GONÇALVES, “as marcas sugestivas, que tanto podem sugerir o nome do produto como as suas características, são marcas perfeitamente válidas embora o regime de proteção seja mais ténue, especialmente no tocante ao juízo de confundibilidade.”*

*XVIII. O facto de um componente duma marca ter uma menor eficácia distintiva não permite ao examinador desconsiderá-lo totalmente — como fez o TPI — sobretudo quando tal componente é o elemento dominante das marcas em confronto, como sucede com a expressão “BEERHOUSE”.*

*XIX. Do ponto de vista visual as marcas têm uma elevada semelhança, sendo ambas um círculo com letras em arco encimando uma faixa inferior com mais letras, pelo que a imagem que se retém é a de um círculo com um segmento inferior, havendo ainda a salientar a coincidência de o contorno rendilhado da marca posterior se assemelhar ao contorno em corda da marca anterior.*

*XX. Do ponto de vista fonético, como o elemento verbal dominante nas duas marcas é a expressão “BEERHOUSE” — devido ao destaque dado em ambas, até pela dimensão dos caracteres —, a comparação deve centrar-se nesta palavra (abstraindo das palavras em caracteres menores), pelo que a semelhança fonética é muito elevada, claramente acima da média.*

*XXI. Ao nível concetual, a identidade é quase total, pois ambas as marcas transmitem a ideia de uma “cervejaria”, pese embora as restantes expressões tenham significados diferentes (“Madeira”/“Natural pools”).*

*XXII. Em síntese, as marcas em confronto apresentam uma semelhança visual elevada, uma semelhança fonética muito elevada e uma semelhança concetual elevada; pelo que, no cômputo geral, o grau de similitude entre estes sinais é claramente elevado, acima da média.*

*XXIII. O destinatário típico deste género de produtos e serviços (cerveja, serviços de restauração) corresponde ao público em geral, que presta relativamente pouca atenção aquando da compra de bens de consumo corrente, de preço reduzido.*



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*XXIV. O ato de consumo destes produtos e serviços não envolve, normalmente, uma análise atenta e detalhada das suas características, correspondendo a uma escolha momentânea, não precedida de comparação de alternativas, pelo que o consumidor médio está mais exposto a riscos de erro ou confusão.*

*XXV. Face ao exposto, tendo em conta:*

*— o grau de semelhança dos sinais (superior à média);*

*— o perfil do consumidor médio (relativamente desatento); e*

*— a natureza dos produtos e serviços (de consumo corrente e de preço baixo);*

*deve concluir-se que neste caso há um risco elevado de erro ou confusão por parte dos consumidores — o que constitui fundamento para a recusa do registo, à luz do disposto nos arts. 232.º/1/b) e 238.º/1/c) do CPI.*

*XXVI. De qualquer modo, a expressão “BEERHOUSE” — devido a um uso intenso e prolongado, durante 28 anos, com grande exposição nos meios de comunicação e de referência turística e um elevado índice de satisfação por parte dos consumidores —, granjeou uma reputação e notoriedade que reforçaram a menor eficácia distintiva que originalmente possuía.*

*XXVII. Em consequência disso, essa expressão pode e deve beneficiar da ressalva contida no art. 209.º/2 do CPI, isto é, da regra do secondary meaning, devendo ser considerada de uso exclusivo do titular da marca.*

*XXVIII. Apesar dos abundantes e variados meios de prova que a Recorrente juntou aos autos, o TPI tudo desvalorizou, sublinhando que tal prova apenas se refere ao consumidor do Funchal, atenta a localização do estabelecimento da recorrente, pois dizer que se vai a BEERHOUSE no Funchal, e dizer o mesmo em Portugal Continental, é totalmente diferente, sendo certo que a BEERHOUSE do Funchal não é conhecida da generalidade da população portuguesa.*

*XXIX. A lei não exige que o secondary meaning ocorra em 100% do território nacional, do Minho ao Algarve, passando pelos Açores e a Madeira.*

*XXX. Se a função das marcas é identificar produtos e evitar a confusão dos consumidores, essa confusão deve evitar-se seja em Lisboa, no Alentejo, ou no Funchal.*



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*XXXI. Para que o secondary meaning funcione, como desbloqueador do registo de marcas genéricas, basta que se verifique numa área significativa do território nacional, como é o caso da ilha da Madeira, que também é Portugal.*

*XXXII. De resto, o argumento do TPI esquece o facto (evidente) de que a Madeira e o Funchal são visitados anualmente por milhões de turistas, nacionais e estrangeiros, muitos dos quais passam diante do estabelecimento da Recorrente, ficando expostos à sua marca ou entrando para consumir os seus produtos.*

*XXXIII. O TPI desconsiderou ainda a fortíssima exposição decorrente da presença nas páginas de Internet como o TRIPADVISOR, o Google e o Facebook, que multiplicam a notoriedade dos produtos e serviços neles divulgados e comentados e o número de consumidores confrontados com a marca da Recorrente.*

*XXXIV. Face ao exposto, mal andou o tribunal a quo ao concluir que a documentação junta pela recorrente não se revela suficiente para provar o uso do sinal aqui em cotejo, assim como a intensidade e duração desse uso.*

*XXXV. Outro erro da primeira instância reside em afirmar que “não é legítimo a recorrente possa aproveitar-se do facto de prestar serviço de cervejaria/restauração que é um serviço compreendido na classe 43 e que não se encontra abrangido no registo da marca da recorrente que apenas possui o registo na classe 32 para “cerveja”, para beneficiar da distintividade que invoca.”*

*XXXVI. Como é sabido, a tutela das marcas não está sujeita ao espartilho das classes de registo, que são relevantes apenas para efeitos tributários, com aliás refere expressamente o n.º 2 do art. 238º do CPI.*

*XXXVII. Por isso, é irrelevante saber se os produtos e serviços em confronto pertencem ou não à mesma classe de Nice: como é óbvio, a notoriedade da cerveja da Recorrente aproveita ao seu estabelecimento e a fama do seu estabelecimento aproveita à cerveja que nele se vende...*

*Por fim,*

*XXXVIII. Mesmo que, em contrário que ficou dito, se admitisse que a marca da Recorrente só era conhecida no Funchal e que não havia fundamento para reconhecer o secondary meaning a uma marca menos conhecida fora da ilha da Madeira, sempre haveria*





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*que reconhecer a existência do risco de concorrência desleal, nos termos da alínea h) do n.º 1 do art. 232º do CPI.*

*XXXIX. Na verdade, à luz do que ficou provado, é inegável que a marca da Recorrente e o seu estabelecimento têm grande notoriedade no Funchal e na Madeira e que o seu estabelecimento é conhecido, simplesmente, por BEERHOUSE;*

*XL. A Recorrente e a Recorrida têm ambas sede na ilha da Madeira (cf. docs. juntos no processo administrativo do INPI).*

*XLI. Por isso, se o registo da marca da Recorrida for aceite, os seus serviços e o seu estabelecimento serão também conhecidos como “BEERHOUSE”, pois é essa a expressão mais saliente daquele sinal.*

*XLII. Aliás, mesmo que os consumidores também reparem na expressão “Natural Pools”, serão levados a pensar que é mais um estabelecimento da Recorrente, dona da primeira cervejaria “BEERHOUSE”, da Marina do Funchal, que já conhecem.*

*XLIII. Isto vale por dizer que há condições objetivas para a prática de atos de concorrência desleal, nas modalidades prevista nas als. a) e c) do n.º 1 do art. 311º do CPI (atos suscetíveis de criar confusão com a empresa, o estabelecimento, os produtos ou os serviços de um concorrente; e invocações e referências feitas como fim de beneficiar do crédito ou reputação de um nome, estabelecimento ou marca alheios).*

*XLIV. De resto, não é plausível que, numa ilha de “pequena dimensão” (como refere o TPI), os responsáveis da Recorrida (também da Madeira) ignorassem o nome pelo qual é conhecido o estabelecimento da Recorrente.*

*XLV. Até porque, não sendo “BEERHOUSE” a designação inglesa de cervejaria (mas sim uma marca sugestiva, como vimos), a Recorrida não precisava dessa designação para identificar o seu estabelecimento.*

*XLI. Por isso, dá que pensar por que motivo a Recorrida incluiu na sua marca, com o maior destaque, a expressão BEERHOUSE”.*

*XLII. Se não tinha a intenção de fazer concorrência desleal, é o que parece...*

*XLIII. Face ao exposto, o tribunal a quo errou, ao ter concluído pela impossibilidade de vir a haver concorrência desleal, no quadro da utilização da marca registanda.*





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

— *A douta sentença recorrida violou, pois, o disposto nos arts. 209.º/2, 232.º/1/b) e h) e 238.º/1 e 2 do CPI.*

*Termos em que, julgando-se procedente o recurso, revogando-se a douta sentença recorrida e anulando-se o despacho de concessão do registo da marca n.º 719453, com as legais consequências, far-se-á JUSTIÇA.”*

\*

**Emoções e Paladares – Serviços Turísticos, Lda.**, respondeu ao recurso, tendo apresentado as seguintes conclusões:

*“1. Tendo em conta o sinal em apreço e, bem assim, o direito aplicável, sustenta a Recorrida que o registo de marca nacional in casu deve ser concedido;*

*2. A expressão “BEERHOUSE”, quando utilizada de forma isolada num sinal destinado a assinalar produtos e serviços relacionados com a produção e comercialização de cerveja, carece da capacidade distintiva exigida pelo art.º 208.º do CPI, sendo, portanto, considerado um termo meramente indicativo, desprovido de qualquer tipo de tutela jurídica, à luz da alínea c) do n.º 1 do art.º 209.º do CPI.*

*3. Todavia, uma marca pode ser considerada distintiva, mesmo que contenha termos meramente descritivos ou indicativos, caso estes sejam integrados num sinal que contém outros elementos que, no seu conjunto, sejam suscetíveis de cumprir com o requisito da distintividade da marca.*

*4. Ora, é precisamente isto que acontece com a marca da Recorrente que, sendo constituída unicamente pelos termos verbais “BEERHOUSE” – termo indicativo da natureza do produto comercializado e tipologia do estabelecimento especializado na sua comercialização – e “MADEIRA” – termo indicativo da proveniência do produto – à partida, não cumpriria com os pressupostos necessários para merecer a proteção jurídica conferida às marcas, no entanto, os elementos figurativos que integram esta, conferem, no seu conjunto, a eficácia distintiva necessária para que a mesma goze de proteção jurídica.*

*5. De acordo com o preconizado no n.º 2 do art.º 209.º do CPI, mesmo que os elementos genéricos entrem na composição de uma marca, não serão considerados de uso exclusivo do requerente, a menos que, na prática comercial, os sinais tiverem adquirido eficácia distintiva.*



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

6. No entanto para que seja aplicada a exceção do “secondary meaning”, prevista na parte final do preceito legal supra referido, não basta que a Recorrente alegue que uma marca adquiriu eficácia distintiva pelo uso, mas antes que prove que um sinal - que à partida não seria distintivo – é, afinal, capaz de individualizar, aos olhos do público, os produtos e serviços por ele designados.

7. No que se refere ao âmbito de apreciação e nível da prova, veja-se o Acórdão proferido pelo Venerando Tribunal da Relação de Lisboa em 10.03.2023, no âmbito do Processo n.º 393/22.9YHLSB.L1-PICRS, o qual evidencia os elementos que devem ser tidos em conta na ponderação para a verificação que a marca se tornou apta a identificar o produto ou serviço em causa

8. Ora, no caso em apreço, a Recorrente, em sede dos articulados 2 a 14 do seu Recurso, juntou documentação no intuito de provar a aquisição de eficácia distintiva da expressão “BEERHOUSE”, através do seu uso.

9. Todavia, s.m.o, a documentação junta pela Recorrente não se revela suficiente para provar o uso do sinal aqui em cotejo, bem como a intensidade e duração desse uso à luz dos pressupostos necessários para que se verifique a exceção do “secondary meaning”.

10. Ademais, a marca da Recorrente apenas possui o registo na classe 32 para “cerveja”, sendo que serviços de cervejaria (no inglês, “BEERHOUSE”) encontram-se compreendidos na classe 43, que não existe no registo da marca da Recorrente, pelo que, a verificação de aquisição de eficácia distintiva pelo uso relativamente à marca da Recorrente deverá forçosamente encontrar-se circunscrita ao produto (cerveja) para a qual a mesma se encontra registada.

11. Admitir-se o contrário configuraria uma extrapolação sem qualquer tipo de fundamento no direito positivado e, bem assim, no regime jurídico da propriedade industrial, contrária ao próprio racional do legislador subjacente a esse mesmo regime e com efeitos prejudiciais aos valores que se visam tutelar através da limitação dos direitos de exclusivo atribuídos à marca, nomeadamente a segurança jurídica dos titulares de marcas registadas no comércio que é tutelada pelo princípio da tipicidade.

12. Nestes termos e s.m.o, toda a documentação destinada a comprovar a aquisição de eficácia distintiva da expressão “BEERHOUSE” em relação à prestação de serviços de



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*cervejaria, não deverá ser considerada para os efeitos que a Recorrente pretende produzir, mormente a alegada verificação da exceção de “secondary meaning” que invoca em sede do presente Recurso.*

*13. Numa análise mais concreta, os documentos n.º 3 a 6 juntos pela Recorrente, consubstanciam, apenas e tão só, publicações de opinião dos visitantes do estabelecimento da Recorrente, as quais não são suficientes para comprovar, de modo claro e conciso, a aquisição de “secondary meaning” relativamente à expressão “BEERHOUSE”, isto é, que esta é indubitavelmente reconhecida e associada, tanto pelos consumidores locais como pelos turistas nacionais e estrangeiros, aos produtos e serviços comercializados pela Recorrente.*

*14. De igual modo, os doc. n.º 7 a 15 juntos pela Recorrente, apenas evidenciam o uso da expressão “BEERHOUSE” no tráfego comercial, não sendo suficientes para provar a aquisição de eficácia distintiva desta expressão, na medida em que o teor destes documentos, em momento algum, revela qualquer tipo de reconhecimento ou associação por parte dos consumidores da expressão “BEERHOUSE” aos produtos comercializados pela Recorrente.*

*15. Por fim, e no que respeita às 28 declarações apresentadas pela Recorrente com o intuito de provar que a “BEERHOUSE” é um estabelecimento conhecido da generalidade dos consumidores madeirenses e dos turistas, entende a Recorrida, com o devido respeito, estas declarações não podem constituir, por si só, prova suficiente de que a expressão “BEERHOUSE” adquiriu carácter distintivo pelo uso. Consequentemente, s.m.o, estas declarações devem ser tratadas como meramente indicativas, devendo ser corroboradas por outros elementos de prova – porquanto não deixam de se tratar de 28 declarações exaradas num círculo pessoal e profissional restrito e particularmente localizado.*

*16. Considerando a globalidade da prova apresentada, na ótica da Recorrida, a Recorrente falha em provar que a expressão “BEERHOUSE” adquiriu eficácia distintiva através do uso.*

*17. Não obstante, ainda que se concebesse que a prova apresentada pela Recorrente é considerada suficiente para provar a aquisição de eficácia distintiva relativamente à expressão “BEERHOUSE” (o que não se concede), esta eficácia distintiva estaria*





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*circunscrita apenas à cidade do Funchal, atendendo a que a prova apresentada, em momento algum, faz referência a uma possível aquisição de eficácia distintiva desta expressão fora deste âmbito territorial.*

**18.** *Assim, é forçoso reforçar que a documentação junta pela Recorrente também não se revela suficiente para provar o uso do sinal “BEERHOUSE MADEIRA” à luz da exceção do “secondary meaning”, tendo em consideração os elementos de ponderação para a verificação que a marca se tornou apta a identificar o produto ou serviço em causa evidenciados pelo douto Acórdão do Venerando Tribunal da Relação de Lisboa, melhor identificado no articulado 22 da presente Resposta, mormente no que diz respeito ao elementos referentes “à quota de mercado detida pela marca” e a “área geográfica”.*

**19.** *Assim, atendendo à ratio da proibição legal plasmada na alínea c) do n.º 2, do art.º 209.º e da exceção prevista no art.º 209.º, n.º 2 in fine, ambos do CPI não se afigura admissível permitir a apropriação, no tráfego comercial do elemento genérico “BEERHOUSE”, com fundamento numa alegada aquisição de eficácia distintiva relativamente a esta expressão que, a existir, apenas se verifica numa povoação localizada no arquipélago da Madeira, sendo assim desconhecida pela generalidade dos consumidores portugueses.*

**20.** *Um exemplo consagrado na doutrina e jurisprudência nacional de uma marca que adquiriu eficácia distintiva através do uso, diz respeito à expressão “CAIXA”. Com efeito, o Colendo Supremo Tribunal de Justiça proferiu no Acórdão de 10.09.2009, no âmbito do processo n.º 118/09.4YFLSB, cujo Relator é Santos Bernardino que o termo “CAIXA”, utilizado pela Instituição bancária Caixa Geral de Depósitos, mesmo desacompanhada de outros elementos, tem capacidade distintiva, satisfazendo a função distintiva da marca, devido ao uso intenso e reiterado que lhe foi dado durante muitos anos, permitiram que esta expressão fosse conhecida e utilizada pela generalidade da população portuguesa, para fazer referência a esta Instituição bancária.*

**21.** *Com efeito, verifica-se que a expressão “CAIXA” adquiriu eficácia distintiva por si só, dado que é um termo destinado a assinalar serviços bancários comercializados de forma transversal em Portugal (e não numa povoação apenas), o que permitiu o reconhecimento e associação desta expressão a um serviço e entidade específicos, por parte da generalidade dos consumidores nacionais.*





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

22. Assim, a associação produzida para efeitos de “secondary meaning” não pode ser um fenómeno com efeitos puramente locais ou regionais, visto o direito de exclusivo em questão vigorar em todo o território nacional, motivos pelos quais, o critério para aferir a prova de uma exceção não pode ser, de modo algum, inferior.

23. Tendo em conta o que antecede, deve ter-se em consideração a necessidade preservação da expressão “BEERHOUSE”, tendo em atenção a necessidade das empresas concorrentes do setor.

24. Ao exposto acresce que, a marca é direito exclusivo concedido ao nível nacional, com abrangência territorial nacional, cujo regime não se pode compadecer de fenómenos localmente circunscritos, em particular numa escala que, neste caso em concreto, até é menor que regional, e, mesmo que tal fosse admitido, resumir-se-ia a uma particularidade presente numa única povoação.

25. Tendo em conta o que antecede, a exceção do “secondary meaning” não deverá ser aplicável ao caso sub judice, motivos pelos quais não é possível que a expressão “BEERHOUSE” seja considerada de uso exclusivo da Recorrente, nos termos do disposto no art.º 209.º, n.º 2 in fine do CPI.

26. Ainda que se conceba que se encontram verificados os dois primeiros requisitos previstos art.º 238.º do CPI, necessários para que se esteja perante uma imitação de marca, na ótica da Recorrida e s.m.o., não se verifica o último pressuposto legal estabelecido pelo art.º 232.º, n.º 1 al. b) do CPI;

27. A respeito da análise comparativa de sinais atendendo à sua impressão de conjunto, veja-se os doutos ensinamentos carreados por LUÍS COUTO GONÇALVES, o qual refere que a análise deve ter em consideração a composição do sinal como um todo, sem recorrer à dissecação de pormenores;

28. No mesmo sentido, importa referir o douto entendimento do Venerando Tribunal da Relação de Lisboa, melhor identificado no articulado 57 da presente Resposta, o qual evidencia que “(...) consumidor médio apreende normalmente uma marca como um todo e não procede a uma análise das diferentes particularidades (...)”.

29. Neste conspecto, não colocando em questão a necessidade de carrear a análise comparativa dos sinais em confronto tendo em consideração a impressão do seu conjunto,



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*não pode a Recorrida assentar com o alcance que a Recorrente pretende retirar com a aplicação deste princípio.*

*30. Na verdade, a Recorrente chega até a ser algo incongruente quando alega que o INPI descurou por completo o princípio da impressão de conjunto na análise comparativa das marcas ao negligenciar e desprezar a existência do termo “BEERHOUSE” nas duas marcas em confronto, mas depois, na sua fundamentação relativa à comparação dos sinais, negligencia, por completo, os termos “NATURAL POOLS” presentes na marca registanda.*

*31. Ora, a comparação deve abranger os sinais no seu conjunto, pelo que, é, consequentemente, incorreto descartar a comparação de elementos de sinais apenas por serem, por exemplo, mais pequenos que outros elementos desses sinais ou por serem desprovidos de carácter distintivo.*

*32. Neste sentido já se pronunciou o Tribunal de Justiça (Terceira Secção) no âmbito do processo C-334/05 P, onde refere que a necessidade de proceder ao exame das marcas, considerando cada uma delas no seu conjunto, não podendo a apreciação de semelhança limitar-se a ter em consideração apenas um elemento da marca complexa e compará-lo com outra marca.*

*33. No mesmo sentido cumpre ainda referir a jurisprudência nacional, mais concretamente o douto Acórdão proferido pelo Venerando Tribunal da Relação de Lisboa no âmbito do processo 232/21.8YHLSB.L1-PICRS, melhor identificado no articulado 63 da presente Resposta, o qual reforça a ideia da necessidade de atender à estrutura dos sinais como um todo no âmbito da apreciação do risco de confusão entre os mesmos.*

*34. Em face do exposto, por aplicação do princípio da análise comparativa tendo por referência a impressão de conjunto, e contrariamente ao que a Recorrente alega, a comparação dos sinais deve ser feita tendo em consideração todos os elementos que os compõe.*

*35. Do confronto entre a marca pedida a registo e as marcas prioritariamente registadas não ressaltam, contrariamente ao alegado pela Recorrente, quaisquer semelhanças gráficas, fonéticas ou outras suscetíveis de gerar o risco de confusão ou de associação*



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*necessário para que se considere preenchido o conceito jurídico de imitação, ou mesmo, de favorecer situações de concorrência desleal contra a Recorrente;*

*36. A Recorrida salienta, desde logo, sem prejuízo do exposto no capítulo supra, a verdade é que, ambas as marcas são marcas mistas que apresentam, no seu elemento figurativo, características diferenciadoras que permitem a total distinção entre si.*

*37. Neste conspecto, os sinais em confronto são totalmente dissemelhantes entre si, do ponto de visto figurativo, sendo tais dissemelhanças facilmente perceptíveis pelos consumidores.*

*38. Por outro lado, da análise das marcas em confronto do ponto de vista verbal e fonético, a Recorrida destaca, uma vez mais, a importância e relevância da expressão “NATURAL POOLS” que antecede a expressão “BEERHOUSE” e que não se encontra reproduzido no sinal obstativo.*

*39. Em bom rigor, mesmo que se admitisse – o que não se concede – que o elemento dominante que compõe o sinal da Recorrida seria a expressão “BEERHOUSE”, ainda assim, partindo da análise da marca pela sua impressão de conjunto, a presença da expressão “NATURAL POOLS” presente na marca registanda é relevante para efeitos verificação de dissemelhança entre as marcas em conflito, principalmente em termos verbais e fonéticos, e, portanto, deve ser considerada na análise comparativa dos sinais aqui em discussão*

*40. Dito isto, o facto de existir alguma coincidência entre os sinais não conduz necessariamente a uma conclusão de semelhança, especialmente quando a parte coincidente não é percebida de forma independente na impressão global das marcas.*

*41. É precisamente este o caso do sinal da Recorrida, em que a expressão “BEERHOUSE” acompanha e não pode ser dissociada da expressão “NATURAL POOLS”, pois o elemento nominativo deve ser lido de forma contínua e não separadamente, isto é, o elemento verbal que integra o sinal da Recorrida e que, portanto, deverá ser tido em consideração no âmbito da análise comparativa entre os sinais aqui em cotejo é precisamente a expressão “NATURAL POOLS BEERHOUSE”.*

*42. Ao exposto acresce que, nos sinais nominativos ou nos que contêm um elemento nominativo, a primeira parte do sinal é, geralmente, aquela que mais capta a atenção do consumidor e, consequentemente, a que este retém com mais clareza na memória.*





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*43. Quanto ao início dos sinais na comparação visual e fonética, cumpre referir o Acórdão do Tribunal de Primeira Instância das Comunidades Europeias, proferido a 25.03.2009, no âmbito do processo T-412/08, “Spa Therapy”, que refere que “Antes de mais, cumpre observar que o consumidor presta geralmente maior atenção ao início de uma marca do que ao seu fim [acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 7 de Setembro de 2006, Meric/IHMI – Arbora & Ausonia (PAM-PIM’S BABY-PROP), T-133/05, Colect., p. II-2737, n.º 51]. (...)”*

*44. Verifica-se, deste modo, que não existem semelhanças, tanto do ponto de vista verbal como fonético, suscetíveis de criar no consumidor, qualquer tipo de confusão ou associação entre a marca registanda e as marcas alegadamente obstativas;*

*45. Quanto a este aspeto, cumpre referir o acórdão proferido em 20.10.2020 na Secção da Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão do Tribunal da Relação de Lisboa, no âmbito do Processo n.º 294/19.8YHLSB.L1, cujo Relator é Carlos M. G. de Melo Marinho, no qual é indicado que o consumidor, na análise global das marcas, retém com mais atenção as diferenças existentes entre estas ao invés das semelhanças;*

*46. Por fim, do ponto de vista concetual também inexistente qualquer relação de semelhança suscetível de criar risco de confusão no consumidor – pelo contrário, as diferenças são manifestas.*

*47. Tendo em consideração o que antecede, analisadas na sua integralidade e globalidade, a verdade é que, na ótica da Recorrida e s.m.o., as marcas ora em apreço possuem inúmeras diferenças bastante perceptíveis, de modo que não será possível outra conclusão senão a dissemelhança entre as marcas;*

*48. Por seu turno, no âmbito dos produtos e serviços assinalados pelas marcas em crise, mesmo que se admitisse uma possível identidade entre os produtos assinalados pelas marcas aqui em análise, não se afigura legítimo equacionar a possibilidade do consumidor médio estabelecer uma associação entre a marca da Recorrida e as marcas detidas pela Recorrente;*

*49. Quanto a este aspeto, veja-se o douto, Acórdão do Tribunal de Justiça da União Europeia proferido a 29.09.1998, no âmbito do processo C-39/97 “Canon”, que estabelece*





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*critérios de comparação e afirma que todos os fatores relevantes relacionados com os bens/serviços em causa devem ser tomados em consideração;*

*50. De igual modo, na senda do princípio da interdependência alegado pela Recorrente, veja-se o Acórdão do Tribunal de Justiça da União Europeia proferido a 26.03.2020, no âmbito do processo T- 343/19 , " Sonance/Conlance" no qual o Tribunal estabeleceu que nada impede a conclusão, tendo em conta as circunstâncias de um processo específico, de inexistência de risco de confusão, mesmo que produtos idênticos estejam envolvidos e exista um determinado grau de semelhança entre as marcas em causa;*

*51. Neste conspecto, no que respeita aos produtos comercializados por ambas as marcas e aos seus canais de distribuição e público relevante, importa evidenciar que a Recorrente comercializa o seu produto, de forma exclusiva, no seu estabelecimento situado no Funchal.*

*52. Ao passo que a Recorrida, comercializa a sua cerveja, em exclusivo, no seu estabelecimento sito em Porto Moniz.*

*53. Neste conspecto, cumpre ainda referir, que a cerveja comercializada sob a marca "NATURAL POOLS BEERHOUSE" é produzido unicamente pela Recorrida, em Porto de Moniz, região na qual não se encontra a empresa da Recorrente, considerando que esta apenas desenvolve a sua atividade comercial na cidade do Funchal.*

*54. Pelo que inexistente qualquer tipo de possível coincidência no que diz respeito ao produtor dos produtos comercializados pelas marcas aqui em confronto;*

*55. Por outro lado, no que diz respeito aos serviços assinalados pela classe 43 da marca registanda, s.m.o, não é possível conceber sequer a existência uma possível afinidade ou complementaridade entre estes serviços e o produto comercializado pela Recorrente.*

*56. Isto porque, a cerveja comercializada pela Recorrente possui um canal de distribuição único, pelo que, em circunstância alguma, a Recorrida irá comercializar cerveja da marca "BEERHOUSE MADEIRA" no seu estabelecimento de restauração.*

*57. Em face de todo o exposto, não se verifica qualquer tipo de identidade e/ou elo de ligação suscetível criar no consumidor médio, qualquer tipo de confundibilidade relativamente à origem comercial das marcas em confronto;*



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*58. No entanto, mesmo que se venha a decidir por entendimento diverso ao ante exposto, ainda assim, a dissemelhança gráfica, fonética, figurativa e conceptual é tão evidente que é por si só suficiente para afastar um eventual risco de erro ou confusão no consumidor relativamente à marca registanda e às marcas obstativas, consagrando-se deste modo, o princípio basilar da interdependência;*

*59. Motivos pelos quais, s.m.o, não se verifica o preenchimento cumulativo dos requisitos legais plasmados no artigo 238.º do CPI que atestam a verificação do conceito de imitação de marca e, em consequência, inexistente qualquer tipo de fundamento que obste à concessão do pedido de registo da marca da Recorrente;*

*60. Sem prescindir, cumpre referir que inexistem fundamentos suficientes que permitam sustentar a recusa da marca pedida a registo, fundada na tese de atuação em pura concorrência desleal, mesmo que de modo não intencional;*

*61. Com relevo para a presente demanda, cumpre referir o entendimento plasmado no Acórdão do Venerando Tribunal da Relação de Lisboa de 07.03.2019, proferido no âmbito do Proc. 150/17.4YHLSB.L1-8, que indica os pressupostos necessários para a verificação de atos de concorrência desleal;*

*62. Ora, fazendo uma remissão para todo o arrazoadado ao longo da presente Resposta, verifica-se que as marcas em confronto são tão distintas entre si, que não é sequer equacionável a possibilidade de os consumidores caírem no erro grosseiro de atribuírem aos produtos e serviços que as marcas em questão se destinam a assinalar a mesma origem comercial, ou que pensem que existam relações comerciais, económicas ou de organização entre a Recorrente e a Recorrida, motivos pelos quais, inexistente qualquer possibilidade de se vir a verificar um desvio ou redução da clientela desta última;*

*63. Até porque, as atividades comerciais prosseguidas por ambas as partes encontram-se localizadas em polos geográficos opostos, nomeadamente, a Recorrente comercializa os seus produtos na cidade do Funchal, localizada na costa sul da Ilha da Madeira e a Recorrida, prossegue a sua atividade comercial em Porto Moniz, concelho localizado no extremo norte da Ilha da Madeira.*

*64. Neste sentido, nunca poderá ser equacionada uma possível situação de concorrência desleal em face do caso sub judice;*



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

*65. Tendo em conta todo o arrazado ao longo da presente Resposta, não se mostra concebível, s.m.o, equacionar uma eventual recusa do pedido de registo da marca da Recorrida para os produtos assinalados pela classe 33 e 43, tendo em consideração todos os fatores e vicissitudes referidas, que permitem a destrição entre os sinais prioritários e o sinal em análise;*

***NESTES TERMOS E NOS MELHORES DE DIREITO, QUE VOSSA EXCELÊNCIA DOUTAMENTE SUPRIRÁ, DEVERÁ O RECURSO SER JULGADO TOTALMENTE IMPROCEDENTE, E EM CONSEQUÊNCIA SER INTEGRALMENTE MANTIDO O DESPACHO PROFERIDO PELO INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL QUE CONCEDEU O REGISTO DA MARCA NACIONAL N.º 719453***



\*

Colhidos os vistos, cumpre apreciar e decidir.

\*

## **II - Questões a decidir**

O objeto do recurso é balizado pelas conclusões do apelante, sem prejuízo das questões que sejam de conhecimento oficioso e daquelas cuja decisão fique prejudicada pela solução dada a outras, não estando o tribunal obrigado a apreciar todos os argumentos apresentados pelas partes para sustentar os seus pontos de vista, sendo o julgador livre na interpretação e aplicação do direito, conforme resulta dos artigos 5.º, n.º 3, 635.º, n.ºs 3 e 4, 639.º, n.º 1, e 608.º, todos do CPC.

Assim, importa, no caso, apreciar e decidir:






Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)



- se deve ser recusado o registo da marca n.º 719453 , da Recorrida;
- se a marca registanda possibilitará a prática de atos de concorrência desleal.

\*

## **II – Fundamentação**

### **A – Factos provados**

A decisão recorrida declarou como provados os seguintes factos:

“1.1 A requerida é uma sociedade comercial por quotas que tem como objecto social a exploração de hotéis com restaurante e similares; actividades de animação turística-ambiente; animação marítimo turístico e de animação turística geral; aluguer de veículos automóveis, quadriciclos e motociclos, sem condutor. (cfr. certidão comercial permanente, junta com o processo administrativo).

1.2 A 08.02.2024, a Recorrida deu entrada, junto do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (doravante “INPI”) do pedido de registo de marca nacional mista n.º 719453



para os produtos e serviços inseridos nas classes 32 “cervejas” e 43 “serviços de bar; serviços de bar de cerveja; serviços de restauração [alimentação e bebidas].” da Classificação de Nice. (Cfr. processo administrativo).

1.3 O pedido de registo supra referido foi publicado no Boletim da Propriedade Industrial n.º 104/2024, em 2024.05.29. (Cfr. processo administrativo e consulta do sitio do INPI)





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

**1.4** O pedido de registo supra referido foi objeto de reclamação, apresentada em 21.03.2024, pela Recorrente, que, em síntese, alegou que a marca da Recorrida imitava a sua marca já registada, nomeadamente a Marca Nacional n.º 312727



, da classe 32 para designar “cerveja”, bem como a existência de concorrência desleal. (Cfr. processo administrativo).

**1.5** A 27.03.2024, a Recorrida submeteu a sua contestação em resposta à reclamação da ora Recorrente, onde evidenciou os motivos pelos quais, no seu entendimento, as marcas em confronto não são suscetíveis de gerar qualquer tipo de confundibilidade no consumidor, inexistindo deste modo, motivos que obstassem à concessão do registo da marca. (Cfr. processo administrativo).

**1.6** A 14.05.2024, o INPI proferiu despacho de concessão total do pedido de registo da marca aqui em crise, tendo o mesmo sido concedido para os produtos e serviços da classe 32 e 43 da Classificação de Nice. (Cfr. processo administrativo).



**1.7** A recorrente é titular do registo da marca n.º 312727, pedida em 27.09.1995, vigente desde 15.01.1997 para assinalar “cerveja”, da Classe 32, da Classificação de Nice. (Cfr. certificado junto com o requerimento inicial).

**1.8** A marca da recorrente identifica um estabelecimento de cervejaria inaugurado em 1996, pelo então Presidente do Governo Regional da Madeira, Dr. Alberto João Jardim (cfr. notícia de 9/2/1996, doc. n.º 2, junto com o requerimento inicial).

**1.9** O estabelecimento da Recorrente, localiza-se na Avenida do Mar, na cidade do Funchal.

**1.10** O estabelecimento da Recorrente produz cerveja artesanal.



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

**1.11** O estabelecimento da Recorrente encontra-se no Tripadvisor, Google e Facebook (cfr. documentos n.ºs 3, 4, 5, 6 11, juntos com o requerimento inicial).

**1.12** As palavras BEERHOUSE, BREWERY e RESTAURANT surgem na fachada do estabelecimento da Recorrente, sendo a primeira em letras maiores. (cfr. documentos n.º 7, junto com o requerimento inicial).

**1.13** Num escrito, com data de 11 de Fevereiro de 1996, sob o título SOCIEDADE, pode ler-se “BEERHOUSE” já abriu (Cfr. doc. n.º 8, junto com o requerimento inicial).

**1.14** Num escrito, com data não concretamente apurada, sob o título MARISCOS E CERVEJA, pode ler-se “O Beerhouse ali as especialidades com frutos-do-mar à produção de cerveja da casa. (Cfr. documento n.º 9, junto com a o requerimento inicial).

**1.15** No Diário de Notícias da Madeira, secção de publicidade, com data de 27 de Março de 1998, pode ler-se “Beerhouse aposta na inovação” (Cfr. documento n.º 10. Junto com o requerimento inicial).

**1.16** Na página da internet do sítio visit.funchal.pt pode ler-se *Beerhouse*  
*É a Cervejaria mais conhecida da Cidade, que se destaca pela sua Cerveja Artesanal, e peça variada oferta de cervejas que dispõe.*

*A sua restauração aposta nos pratos tradicionais portugueses, tendo ao seu dispor especialidades de peixe e carne, elaborados com elevado rigor.*

*A sua privilegiada localização, permite uma extraordinária aproximação ao mar, sendo possível observar a chegada e partida dos barcos de pesca e dos Navios de Cruzeiro, enquanto disfruta de uma simples bebida ou de um prato elaborado com elevado rigor. (Cfr. documento n.º 11, junto com o requerimento inicial).*



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

**1.17** Num artigo do Jornal da Madeira, com data de 14 de Março de 2018, secção de Economia, pode ler-se “Bebidas serão apresentadas dia 24 num jantar no BeerHouse” e “O restaurante e cervejaria BeerHouse, no Funchal, prepara-se para apresentar cinco cervejas com ‘sabor’ e ‘cheiro’ a Madeira. A data escolhida foi 24 de Março.” (Cfr. documento n.º 13, junto com o requerimento inicial).

**1.18** Num envelope, sem data, surge como remetente *Presidência do Governo Regional* e como destinatário *Exmo. Sr. João Gramilho, Cervejaria Beerhouse, Pontão São Lázaro, Avenida do Mar, 9000-017 Funchal* (Cfr. documento n.º 14, junto com o requerimento inicial).

**1.19** Num escrito artigo do Jornal da Madeira, com data de 04 de Setembro de 2019, pode ler-se “BeerHouse: a ‘casa’ onde a cerveja é especial” (Cfr. documento n.º 15, junto com o requerimento inicial).

**1.20** Entre a APRAM – Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira, S.A. e a Cervejolândia, Lda foi assinado documento escrito, com data de 03 de Março de 2023, denominado *Contrato de concessão de utilização de uma parcela dominial sob jurisdição da APRAM – Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira, S.A.*

“Beer House” (Cfr. documento n.º 12, junto com o requerimento inicial).

**1.21** A imagem da marca da recorrente foi registada com uma imagem a preto e branco, mas também é usada em cores com a seguinte aparência



(Cfr. documento n.º 16, junto com o requerimento inicial).





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

**1.22** A ACIF – Associação Comercial e Industrial do Funchal – Câmara de Comércio e Indústria da Madeira, em 19.08.2024 (doc. 1); a APRAM – Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira, em 19.08.2024 (doc. 2); a ASSOCIAÇÃO MARINHAFUNCHAL, em 27.08.2024 (doc. 3); o CLUB NAVAL DO FUNCHAL, em 21.08.2024 (doc. 4); a INDUTORA ENERGIA, LDA., em 19.08.2024 (doc. 5); a FRUTAS DOURADAS, LDA., em 19.08.2024 (doc. 6); a POST SCRIPTUM BREWERY UNIP., LDA, em 19.08.2024 (doc. 7); a RIM – ENGENHARIA E CONSTRUÇÕES, SA, em 19.08.2024 (doc. 8); a JUSTINO’S MADEIRA WINES, SA., em 19.08.2024 (doc. 9); a ENOMANIA GARRAFEIRA, LDA, em 19.08.2024 doc. 10); a MDS WIN BROKER MEDIAÇÃO DE SEGUROS UNIPESSOAL, LDA, em 25.08.2024 (doc. 11); a FERMENTUM ENGENHARIA DAS FERMENTAÇÕES, SA., em 19.08.2024 (doc. 12); a PLAILHA – COMÉRCIO DE PRODUTOS ALIMENTARES, LDA, em 19.08.2024 (doc. 13); a EMPRESA DE CERVEJAS DA MADEIRA, em 19.08.2024 (doc. 14); a DELICADO PROGRESSO UNIPESSOAL, LDA, em 19.08.2024 (doc. 15); a EXTERMÍNIO HIGIENE CONTROLE, LDA, em 20.08.2024 (doc. 16); a INEXLOBOS, CONSTRUÇÕES METÁLICAS, UNIP. LDA, em 19.08.2024 (doc. 17); a PÉROLA DOS VINHOS, LDA, em 19.08.2024 (doc. 18); a AFIMADEIRA, COMÉRCIO E INDÚSTRIA, LDA, em 19.08.2024 (doc. 19); a PÁGINAS E QUADRÍCULAS, LDA, em 19.08.2024 (doc. 20); a MADEIRA CONNECTION TOURISM SERVICES UNPIESSOAL, LDA, em 19.08.2024 (doc. 21); a DICESA, LDA, em 19.08.2024 (doc. 22); a ANTÓNIO N NOBREGA II – INDÚSTRIA E COMÉRCIO ALIMENTAR, SA, em 19.08.2024 (doc. 23); ALBERTO JOÃO CARDOSO GONÇALVES JARDIM, em 21.08.2024 (doc. 24); JORGE INÁCIO FERNANDES CALDEIRA, em





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

19.08.2024 (doc. 25); FREDERICO REZENDE, em 19.08.2024 (doc. 26); SUSANA GRAMILHO, em 19.08.2024 (doc. 27) e ELISABETE MÓNICA ANDRADE VALÉRIO, em 19.08.2024 (doc. 28), assinaram um documento, intitulado “Declaração”, com o seguinte teor:

*Por ser do nosso conhecimento, declara-se que a sociedade CERVEJOLÂNDIA, LDA., explora um estabelecimento de restauração na Avenida do Mar, no Funchal, desde 1996, e que desde início identificou esse estabelecimento como nome "BEERHousE..*

*Devido à grande popularidade desse estabelecimento e dos produtos e serviços nele prestados, em especial da cerveja artesanal nele produzida e comercializada, esse estabelecimento é conhecido da generalidade dos consumidores madeirenses e dos turistas nacionais e estrangeiros como o "BEERHOUSE", bastando essa designação para o identificar.*

\*

Com interesse para a boa decisão da causa, não ficaram por provar quaisquer factos.

Os demais factos alegados pelas partes e supra não referidos, depois de análise crítica, revelaram-se sem interesse para a descoberta da verdade material e boa decisão da causa, conclusivos, repetidos e ou de direito, logo inatendíveis pelo Tribunal.”

\*

**B - Factos não apurados**

A decisão recorrida não os declarou.

\*

**III - Do mérito do recurso**



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Como referido supra, os presentes autos reportam-se a um pedido de registo de marca nacional, no caso, o n.º 719453, cujo regime legal se mostra previsto no Código de Propriedade Industrial (CPI).

Vejamos as questões suscitadas.

\*

Da concessão do registo da marca nacional n.º 719453.

O presente recurso vem interposto da sentença que confirmou o despacho

do INPI que deferiu o pedido de registo da marca nacional n.º 719453 .

A sentença proferida pelo tribunal *a quo* identifica convenientemente a questão *sub judice*.

Também, em resumo, qualifica as marcas como mistas; declara como prioritária a marca da titularidade da Recorrida; atesta que os produtos/ serviços incluídos em ambas as marcas são idênticos ou afins; reconhece a similitude da palavra “Beer House” que compõe os sinais registando e prioritário; mas salienta as diferenças visuais, gráficas e conceituais que, no seu entender, permitem ao consumidor distinguir as marcas sem que exista perigo de confusão; mais salienta que os sinais possuem elementos suficientemente fortes para afastar o risco de confusão do consumidor médio; e conclui que numa apreciação global das marcas e da impressão de conjunto, face aos elementos referidos, inexistente imitação de marcas; declara ainda que quer a expressão comum, quer o nome “Madeira” carecem de capacidade distintiva e que, seguramente, também não a adquiriram pelo uso; conclui ainda que inexistem os requisitos legais para a possibilidade de prática de atos de concorrência desleal.



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

A Recorrente, por reporte à imitação, começa por identificar as marcas em confronto da seguinte forma “BEER HOUSE NATURAL POOLS” e “BEER HOUSE MADEIRA”.

Porém, não vemos que a ordem pela qual descreve a marca da Recorrida esteja correta.

Efetivamente, para além de ser uma marca mista, com o respetivo elemento figurativo, as palavras que a compõe lidas de cima para baixo e da esquerda para a direita, como julgamos ser mais comum na língua portuguesa, corresponde antes a “NATURAL POOLS BEER HOUSE”, e a da Recorrente, que também tem um elementos figurativo, a expressão escrita corresponde antes a “BEERHOUSE MADEIRA”.

Aliás, confrontado o pedido de registo da marca registanda junto aos autos, consta a ordem a que nos referimos.

Naturalmente que se pode questionar o destaque das letras/ expressões/ vocábulos, mas, como referido, o solicitado, em termos de registo é inequivocamente diverso do que a Recorrente indica.

Logo, como é bom de ver, a comparação a efetuar, reportada aos dizeres, parte de uma ordem diversa.

A Recorrente também crítica a sentença por, no seu entender, não ter analisado as marcas em obediência à “impressão de conjunto”, mas, antes dissecando os respetivos pormenores.

A respeito da apreciação teórica, a posição da Recorrente, salvo o devido respeito, nada difere da apreciação também efetuada pelo tribunal *a quo*, sendo, pois, reflexo do regime previsto no CPI, em particular nos artigos 231.º, 232.º, 238.º, 249.º, 208.º 209.º e 210.º.



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Contudo, apreciação efetuada, seja reportada à parte gráfica, figurativa e fonética é efetivamente diversa da decisão em crise.

Antes de se avançar para o estatuído na alínea c) do n.º 1 do artigo 238.º do CPI, ou seja, de se aquilatarem as semelhanças gráfica, figurativa, fonética ou outra, não podemos deixar de dar conta que também foi esse o “caminho” encetado pela sentença em crise e, aliás, também pela Recorrente, pelo que, salvo o devido respeito, não se alcança aquela crítica, sendo que, naturalmente, já se compreende a discórdia quanto à apreciação efetuada, seja reportada às semelhanças, seja à sua individualização e seja à conclusão em termos do conjunto.

Prosseguindo.

Em termos de imagem.

As duas marcas são distintas, diferenciam-se em termos de cor, figura/desenho e mesmo as expressões escritas, enquanto imagem.

Efetivamente, em termos das expressões escritas, na registanda a palavra “BEER HOUSE” acaba por ter um impacto visual assinalável, enquanto que na obstativa tal não se verifica, pois apesar de as letras do “BEERHOUSE” serem de tamanho superior ao nome “Madeira”, eventualmente pela cor das mesmas e do demais, mas nenhuma se destaca ou sobressai.

Ao que acresce o facto de o tipo de letras/ a grafia também ser diversa.

Dito de outra forma, concordamos que em termos de imagem as duas marcas não apresentam semelhanças significativas, pelo contrário, são mais significativas as diferenças.

Em termos de fonética.





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Considerando a ordem pelas quais devem ser lidas as duas marcas, tal como nos referimos supra, também não vemos que as semelhanças se sobreponham às diferenças.

Porém, já se atendermos aos elementos dominantes, que admitimos no caso da marca registanda ser o “Beer House”, mas que já não é assim tão evidente no caso da obstativa, então, temos de admitir maior semelhança.

Em termos concetuais.

Concordamos que a mensagem que passa é semelhante, ou seja, que estamos perante um estabelecimento de cerveja, ou melhor, a vulgarmente designada cervejaria que num caso será a Cervejaria Madeira e no outro a Natural Pools Cervejaria.

Neste caso, discordamos, pois, da decisão em crise, pois que temos para nós que em ambos se evoca uma cervejaria, no entanto, diríamos que cervejarias diversas.

Dito isto, temos para nós que em termos da impressão de conjunto temos marcas suficientemente diversas que justificam a conclusão que inexiste o risco, muito menos fácil, de o consumidor ser induzido em erro ou confusão, ou até mesmo de associação com a marca anteriormente registada.

Naturalmente que temos presente que o elemento nominativo, reportado às marcas mistas, é, em regra, dominante; no entanto, ao contrário da Recorrente, não vemos que o cerne da questão esteja no facto de o consumidor “pedir” cerveja, em particular BEERHOUSE (MADEIRA).

Aliás, julgamos mesmo que tal dificilmente poderá ocorrer, pois que, ao que parece das posições assumidas pelas partes, não estamos a comparar marcas de produtos que se vendem em diversos locais e que, por isso, o consumidor tenha oportunidade de escolher entre uma e outra.



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

A haver o referido destaque do elemento nominativo, ele será reportado à escolha do estabelecimento, pois que o consumidor pode pensar no “Beerhouse”, no caso, o da marina do Funchal e, eventualmente, pensar também no das Piscinas, agora, ao que parece, em Porto Moniz.

Tal como referimos supra, concordamos que a marca registanda não se destina a assinalar piscinais, nem foram esses os produtos e serviços requeridos junto do INPI, o que foi requerido foram (classe 32) “cervejas” e (classe 43) “serviços de bar; serviços de bar de cerveja; serviços de restauração (alimentação e bebidas).

Porém, como também referimos, sendo as diferenças mais expressivas, em particular aquelas que se apreendem pela visão, que no caso, por estarmos perante diferentes espaços, que em português são cervejarias, não vemos que o sinal registando, como um todo, suscite o assinalado erro ou confusão, muito menos que este seja, como já referimos, fácil.

Prosseguindo.

A Recorrente justifica ainda a sua posição, reportada à confundibilidade entre as marcas, no facto de discordar do tribunal *a quo* quando considera que “Beer House” é descritivo, sendo que, no seu entender, é antes sugestiva.

A relevância da questão, como assinala a sentença, diz respeito ao regime previsto no artigo 209.º do CPI e em particular à impossibilidade de serem apropriados por qualquer interessado, dito de outra forma, por a expressão pertencer ao domínio público.

Ao contrário da Recorrente, também aqui concordamos com a decisão em crise.

Efetivamente, estamos perante marcas descritivas ou genéricas, no caso, tal como previsto na alínea c) do referido artigo 209.º, pois que servem no



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

comércio para designar a espécie do produto ou do serviço prestado, no caso um local de venda/ consumo de cerveja.

É, pois, inequívoco que aos olhos do público relevante que as marcas objeto dos autos se reportam a locais de venda/ consumo de cerveja, não sendo, necessário qualquer tipo de reflexão a esse respeito.

Porém, mesmo que se admitisse a classificação pretendia, ou seja, que se estava perante marcas sugestivas, em termos de confundibilidade, pois é disso que se trata, não vemos que se alterasse a conclusão a que chegamos supra.

Efetivamente, sempre se teria que reportar ao todo e, por isso, aos olhos de um nacional, estaríamos perante uma Casa da Cerveja “Madeira” ou Cervejaria “Madeira” e no outro perante “Natural Pools” Casa da Cerveja ou “Natural Pools” Cervejaria e, aos olhos de um estrangeiro, perante a mesma comunicação, estaríamos perante Casa da Cerveja “Madeira” e “Natural Pools” Casa da Cerveja, sendo que reportada a locais onde existe/ consome cerveja.

Ainda a respeito do artigo 209.º, a Recorrente invoca o seu n.º 2, ou seja, a figura do *secondary meaning*, e, na sua perspetiva, em face do uso intenso e prolongado, o grau de exposição nos meios de comunicação e de referenciação turística e de um elevado índice de satisfação por parte do consumidor, ela serve para justificar a aquisição de eficácia distintiva para a sua marca.

Naturalmente que se concorda com parte dos argumentos avançados pela Recorrente, nomeadamente não ser exigível o conhecimento da marca em 100% do território nacional.

Porém, assim sendo, a questão que se tem de colocar é, então, qual a respetiva percentagem?

Vamos admitir que em Viana do Castelo existe um estabelecimento semelhante aos dos autos, tendo a marca registada, naturalmente para os





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

mesmos produtos e serviços, e com a designação “Beer House Cabedelo”, sendo que, a título meramente informativo, esta última corresponde a uma praia conhecida junto de Viana do Castelo, e que a referida marca é conhecida, seja no distrito de Viana do Castelo, seja mesmo no Minho.

Quid juris?

Teria esta adquirido uso exclusivo da marca por ser bastante conhecida na circunscrição administrativa em causa?

Julgamos que não.

Aliás, a não ser assim, vamos agora admitir que a mesma expandia a sua atividade para o Funchal.

Em face daquele registo, na perspetiva da Recorrente, por a marca ter adquirido capacidade distintiva passava a ser de uso exclusivo no Funchal e de outra qualquer cidade deste país.

Daí que se concorde que estando em causa um registo nacional, a mesma pressupõe um uso abrangente, diríamos mesmo, o mais abrangente possível, sob pena de espoletarmos, no exemplo dado, situações de apropriação inaceitáveis.

Pegando na “Casa da Música”, exemplo avançado pela Recorrente a respeito de outra temática, é inequívoco que a mesma é conhecida, se não por todos, pela maioria dos Portugueses e, por isso, sim, merece(ria) a exceção a que se reporta o n.º 2 do artigo 209.º

Finalmente, também não se diga que a divulgação na “net”, reportada ao caso em análise, lhe confere a pretendida exclusividade.

Aliás, a ser conhecida será pois no Funchal e, eventualmente, em outros locais da Madeira, e o uso/ busca nos motores de busca certamente se circunscreve a esse mesmo território, seja por residentes seja por turistas.

Prosseguindo.





Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

A Recorrente critica também a sentença por considerar que, não tendo registo de serviço de cervejaria/ restauração (pois que só tem o registo para cerveja – 32), não poderia beneficiar da distintividade que arroga.

Mais refere que a tutela das marcas não está sujeita ao espartilho das classes de registo, que são relevantes apenas para efeitos tributários.

Concordando que as classes da classificação de Nice não encerrem em si mesmo o âmbito de “incidência” das marcas, pois que pode reportar-se a uma determinada classificação e apenas abranger parte da mesma, daí que o que releva é a descrição do registo.

Nessa medida, existindo no âmbito da classe 43) o serviço de cervejaria/ restauração, julgamos ser difícil estender, em termos de marca, pois é disso que se trata, a distinção para um uso diverso daquele que efetivamente está registado.

Aliás, ocorre-nos um exemplo que seguramente não pode merecer a dita extensão, pois que se uma marca estiver registada para “rodas” ou até “radiadores” será que pode pugnar pela sua defesa para veículos, julgamos que não.

Ainda assim, com muitas reservas, tenderíamos a admitir ligação de cerveja a cervejaria.

Porém, esta matéria, face ao decidido relativamente ao n.º 2 do artigo 209.º, já se mostra afastada a possibilidade de fazer funcionar a *secondary meaning*.

Finalmente, a respeito do risco de concorrência desleal.

No que diz respeito à última questão, saber se o registo da marca da Recorrida é suscetível de gerar concorrência desleal, importa chamar à colação o disposto no artigo 232.º do CPI.



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Estabelece o citado artigo, sob a epígrafe “*Outros fundamentos de recusa*”, que (n.º 1) “*constitui ainda fundamento de recusa do registo de marca*” (h) “*o reconhecimento de que o requerente pretende fazer concorrência desleal ou de que esta é possível independentemente da sua intenção.*”

A respeito da concorrência desleal importa ainda fazer apelo ao disposto no artigo 311.º do referido diploma legal.

Dispõe o aludido artigo, sob a epígrafe “*Concorrência desleal*”, que (1) “*constitui concorrência desleal todo o ato de concorrência contrário às normas e usos honestos de qualquer ramo de atividade económica, nomeadamente*” (a) “*os atos suscetíveis de criar confusão com a empresa, o estabelecimento, os produtos ou os serviços dos concorrentes, qualquer que seja o meio empregue.*”

A Recorrente pugna pela sua verificação e, para o efeito, destaca a notoriedade da marca e estabelecimento na Madeira, sendo simplesmente conhecido por “Beer House”, o facto de ambas estarem implantadas na Madeira, ilha de “pequena dimensão”, havendo a possibilidade objetiva de criar confusão e/ ou beneficiar do crédito ou reputação do nome da Recorrida.

No caso, como vimos, não obstante os sinais se reportarem a produtos/ serviços idênticos ou afins, a verdade é que os mesmos não se revelam suscetíveis de induzir o respetivo consumidor em confusão/ risco de associação, pelo que, inexistente a possibilidade de desvios de clientela.

Mais uma vez julgamos oportuno recordar que estamos num destino turístico, aliás, inequivocamente um dos mais conhecidos do nosso país além-fronteiras, por isso mais se compreende o recurso ao estrangeirismo, em particular o inglês.

Dito isto, na senda da argumentação da Recorrida, dizer que a Recorrida não precisava ou que precisava de adotar a expressão “Beer House” não



Processo: 323/24.3YHLSB.L1  
Referência: 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

corresponde ao cerne da questão, apesar de admitirmos do ponto de vista da transmissão da mensagem para os potenciais destinatários, certamente na maioria estrangeiros, que seja uma opção mais racional que a utilização do termo “Cervejaria” ou até, numa tradução literal, “Casa da Cerveja”.

Nessa medida, tendo também presente a conclusão a que chegados supra, reportada à inexistência de risco de confusão, não vemos motivos para discordar da sentença em crise.

Finalmente, importa ainda referir que a matéria de facto provada de modo algum permite concluir de forma diversa, ou seja, que o requerente da marca registanda pretende fazer concorrência desleal ou de que esta é possível independentemente da sua intenção.

\*

Por todo o exposto, ao abrigo dos artigos 208.º, 232.º e 238.º, todos do CPI, entendemos que deve ser concedido o registo da marca nacional n.º 719453, mantendo-se a decisão do Tribunal *a quo*.

\*

#### **IV - Decisão**

Pelo exposto, acordam os juízes deste Tribunal da Relação em julgar improcedente o recurso e, mantendo-se a decisão recorrida, conceder o registo



da marca nacional n.º 719453 requerido por Emoções e Paladares – Serviços Turísticos, Lda.

Custas pela Recorrente (artigo 527.º do CPC).

\*



**Processo:** 323/24.3YHLSB.L1  
**Referência:** 23453825

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

Apelações em processo comum e especial (2013)

Lisboa, 15 de julho de 2025

Bernardino Tavares

José Paulo Abrantes Registo

Carlos M. G. de Melo Marinho



## PATENTES DE INVENÇÃO

### Pedidos - BBKA/1A

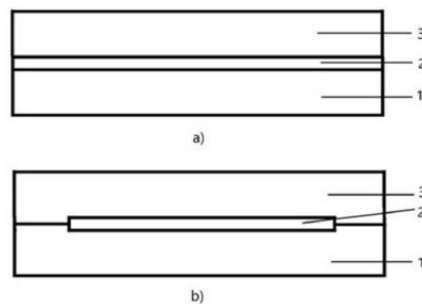
A publicação dos pedidos de patentes de invenção a seguir indicados é efetuada nos termos do disposto no artigo 69.º do Código da Propriedade Industrial; da data de publicação do presente aviso começa a contar-se o prazo de dois meses para a apresentação de reclamações de quem se julgar prejudicado pela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

- (11) **119507**  
(22) 2024.06.06  
(30)  
(71) **PT RAIZ - INSTITUTO DE INVESTIGAÇÃO DA FLORESTA E PAPEL**  
**PT UNIVERSIDADE DE COIMBRA**  
(72) **LICÍNIO MANUEL GANDO DE AZEVEDO**  
**FERREIRA**  
**MANORMA SHARMA**  
**PAULA CRISTINA DE OLIVEIRA RODRIGUES PINTO**  
(51) **Int. Cl.**  
**D21C 11/00 (2006.01) C08H 8/00 (2010.01)**  
**C08B 37/14 (2006.01) C07C 43/184 (2006.01)**  
(54) **PROCESSO PARA A SEPARAÇÃO DE HEMICELULOSES DO LICOR NEGRO**  
(57) A PRESENTE INVENÇÃO REFERE-SE A UM PROCESSO PARA A SEPARAÇÃO DE HEMICELULOSES DO LICOR NEGRO (LN), RECORRENDO À ADIÇÃO DE UM SOLVENTE ORGÂNICO, O ÉTER CICLOPENTILMETÍLICO (CPME), SEGUIDO DE ACIDIFICAÇÃO COM O ÁCIDO ACÉTICO GLACIAL. O CPME É UM SOLVENTE VERDE CONSIDERADO COMO UMA ALTERNATIVA AO DIOXAN (CARCINOGENICO), ESTE ÚLTIMO REFERENCIADO NA LITERATURA COMO UM AGENTE DE EXTRAÇÃO E DE DISSOLUÇÃO DE LENHINA A PARTIR DE BIOMASSA LENHOCELULÓSICA. O PROCESSO PROPOSTO PERMITE RECUPERAR O SOLVENTE TESTADO, CONTRIBUINDO ASSIM PARA TORNAR O PROCESSO DE RECUPERAÇÃO DE HEMICELULOSES MAIS SUSTENTÁVEL.

[Ver Fascículo Completo](#)

- (11) **119510**  
(22) 2024.06.06  
(30)  
(71) **PT IMPRENSA NACIONAL - CASA DA MOEDA, SA**  
**PT UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA**  
(72) **ANDREIA CRISTINA JÓIA ARAÚJO CARDOSO**  
**MANUEL JOÃO DE MOURA DIAS MENDES**  
**ANTÓNIO MIGUEL TEIXEIRA VICENTE**  
**SOFIA BARROSO MELO DE OLIVEIRA**

- (13) A (51) **Int. Cl.**  
**C09D 11/03 (2014.01) B42D 25/387 (2014.01)**  
(54) **COMPOSIÇÃO DE TINTA OPTICAMENTE VARIÁVEL NA FAIXA DO ULTRAVIOLETA PARA IMPRESSÕES DE SEGURANÇA E/OU DE VALOR, DOCUMENTO DE SEGURANÇA E/OU DE VALOR E PROCESSOS DE PREPARAÇÃO ASSOCIADOS**  
(57) A INVENÇÃO REFERE-SE A UMA COMPOSIÇÃO DE TINTA OPTICAMENTE VARIÁVEL NA FAIXA DO ULTRAVIOLETA PARA IMPRESSÕES DE SEGURANÇA E/OU DE VALOR COMPREENDENDO NANOPARTÍCULAS DIELÉTRICAS, UM DISPERGENTE COMPREENDENDO ETANOL, UM CO-DISPERGENTE COMPREENDENDO ETILENOGLICOL E UM DISPERSANTE DAS NANOPARTÍCULAS DIELÉTRICAS COMPREENDENDO POLIVINILPIRROLIDONA. A INVENÇÃO TAMBÉM INCLUI O PROCESSO DE PREPARAÇÃO DA COMPOSIÇÃO DE TINTA E UM DOCUMENTO DE SEGURANÇA E/OU DE VALOR COMPREENDENDO UMA CAMADA REVESTÍVEL (1), REVESTIDA POR UMA CAMADA (2), FEITA DA COMPOSIÇÃO DE TINTA, E OPCIONALMENTE COBERTA POR UMA SEGUNDA CAMADA FLEXÍVEL (2). A COMPOSIÇÃO DE TINTA É COMPATÍVEL COM VÁRIAS TÉCNICAS DE IMPRESSÃO E APRESENTA UMA AGREGAÇÃO MÍNIMA E UMA RESPOSTA ÓTICA INTENSA NA GAMA DO ULTRAVIOLETA UVA, QUE SÃO ATRIBUTOS RELEVANTES PARA A CONCRETIZAÇÃO DE TINTAS DE SEGURANÇA OCULTAS FIÁVEIS E ÚNICAS. ADICIONALMENTE, O TEMPO DE SECAGEM DA COMPOSIÇÃO DE TINTA É CURTO, OQUE É RELEVANTE PARA PROCESSOS DE IMPRESSÃO MAIS RÁPIDOS, TÍPICAMENTE AO NÍVEL INDUSTRIAL.



**Figura 1**

[Ver Fascículo Completo](#)

- (11) **119514** (13) A  
(22) 2024.06.08  
(30)  
(71) PT INSTITUTO DE TELECOMUNICAÇÕES  
PT UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA  
PT COFAC - COOPERATIVA DE  
FORMAÇÃO E ANIMAÇÃO CULTURAL,  
CRL  
(72) DANIEL MACEDO DINIS  
DIOGO MIGUEL BATISTA DE SOUSA  
CORREIA DA COSTA  
JOÃO FRANCISCO MARTINHO LÊDO  
GUERREIRO  
RUI MIGUEL HENRIQUES DIAS MORGADO  
DINIS  
PAULO MIGUEL ARAÚJO BORGES  
MONTEZUMA DE CARVALHO  
(51) **Int. Cl.**  
**H04L 12/00 (2006.01)**  
(54) **UM MÉTODO E UM DISPOSITIVO PARA  
UM RECETOR DE SINAIS DE  
MULTIPLEXAÇÃO POR DIVISÃO DE  
FREQUÊNCIA ORTOGONAL COM FORTES  
EFEITOS DE DISTORÇÃO NÃO LINEAR**  
(57) UM MÉTODO E DISPOSITIVO PARA UM RECETOR  
ITERATIVO PARA SINAIS DE MULTIPLEXAÇÃO POR DIVISÃO  
DE FREQUÊNCIA ORTOGONAL COM FORTES EFEITOS DE  
DISTORÇÃO NÃO LINEAR, QUE APROVEITA A DISPERSÃO DO  
SINAL ASSOCIADO A UMA DADA SUBPORTADORA ATRAVÉS  
DE TODAS AS SUBPORTADORAS PELA OPERAÇÃO NÃO  
LINEAR NO TRANSMISSOR. ESTE RECETOR ESTIMA  
ITERATIVAMENTE O SINAL ASSOCIADO A UMA DADA  
SUBPORTADORA UTILIZANDO AS CONTRIBUIÇÕES DOS  
SINAIS RECEBIDOS ASSOCIADOS A TODAS AS  
SUBPORTADORAS, BEM COMO AS ESTIMATIVAS DOS SINAIS  
TRANSMITIDOS DESSAS SUBPORTADORAS DAS ITERAÇÕES  
ANTERIORES.

[Ver Fascículo Completo](#)

Patentes europeias vigentes em Portugal - FG4A

Processo	Início de vigência	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	Pais resid.	Classificação principal	Observações
3449972	2016.06.20	2025.12.02	MEDTRACE PHARMA A/S	DK	<b>A61M 39/22</b> (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3808562	2015.07.31	2025.12.02	UNILIN BV	BE	<b>B32B 38/14</b> (2021.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
4423413	2022.10.20	2025.11.28	BONTAZ CENTRE	FR	<b>F16K 11/85</b> (2023.01)	ART. 84º DO C.P.I.:

**Recusas - FC4A**

Processo	Data do pedido	Data da recusa	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classificação principal	Observações
116516	2020.06.22	2025.12.03	ARKA , EUROPE, S.A.	PT	<b>B65D 83/08</b> (2006.01)	recusado nos termos do art. 75.º n.º 1 al. a) e e) com referência ao art. 70.º n.º 9 do cpi.



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

Processo	Início de vigência	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	Pais resid.	Observações
1994996	2008.05.26	2025.11.26	INFRASOIL-SYSTEMS GMBH	DE	
2577209	2011.05.26	2025.11.26	ALFA LAVAL CORPORATE AB	SE	
3464361	2017.05.26	2025.11.26	ABBVIE BIOTHERAPEUTICS INC.	US	
3626050	2017.05.26	2025.11.26	CHRISTIAENS GROUP B.V.	NL	
3632617	2018.05.26	2025.11.26	MSE CO., LTD.	KR	
4098421	2022.05.26	2025.11.26	DALLAN S.P.A.	IT	

Averbamentos - PD1A, PD3A, PC1A, PC3A

Transmissões

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
120617	2025.11.28	JOÃO DANIEL MONTEIRO DUARTE	PT	CRYPTOCHRIST IT'S ALIVE!, UNIPESSOAL LDA	PT	
120664	2025.11.28	JOÃO DANIEL MONTEIRO DUARTE	PT	CRYPTOCHRIST IT'S ALIVE!, UNIPESSOAL LDA	PT	

MODELOS DE UTILIDADE

Recusas - FC4K

Processo	Data do pedido	Data da recusa	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classificação principal	Observações
12412	2025.09.01	2025.12.03	ESPA 2025, S.L.	ES		recusado nos termos do art. 129.º n.º 5 do cpi.

## DESENHOS OU MODELOS

### Pedidos - BB/CA1Y

A publicação dos pedidos de desenhos ou modelos a seguir indicados é efetuada nos termos do artigo 188.º, n.º 1; 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 concessão dos mesmos, de acordo com o artigo 17.º, n.º 1 do Código da Propriedade Industrial.

(11) **7470** (12) **Y**

(22) 2025.11.26

(30)

(71) **PT INSTITUTO SUPERIOR DE  
ENGENHARIA DE LISBOA**

(72) **MÁRIO CORREIA NUNES  
TIAGO GORJÃO CLARA CHARTERS DE  
AZEVEDO  
MÁRIO JOSÉ GONÇALVES CAVACO  
MENDES**

(51) **LOC (10) CL. 15-99**

(54) **ROBÔS [NÃO COM FUNÇÕES  
ESPECÍFICAS]**

(28) 1

(57) (55)

PRODUTO 1: ROBÔ PEIXE LONGADO COM SIMETRIA BILATERAL EM FORMA DE FUZIL COM ENCAIXES PARA ACTUADORES; CABEÇA DE PERFIL ELIPSOIDAL; CORPO COM ARTICULAÇÕES PROFUNDAS, FLEXÍVEIS NUMA SÉRIE DE SEGMENTOS RÍGIDOS, LIGADOS, ESTENDENDO-SE E DIMINUINDO PROGRESSIVAMENTE EM DIREÇÃO À CAUDA; CAUDA COM ESTREITAMENTO NÃO SEGMENTADO COM EXTREMIDADE ARREDONDADA EM FORMA DE PÁ.

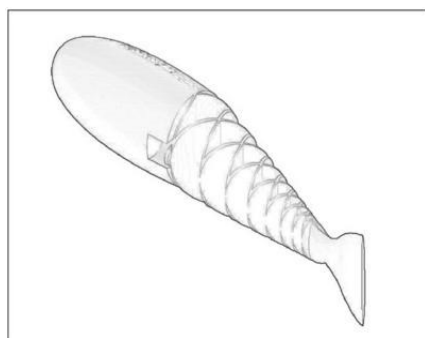


Figura 1.1

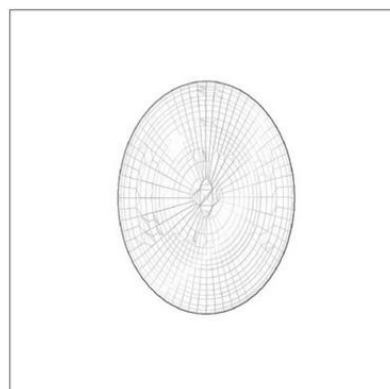


Figura 1.2

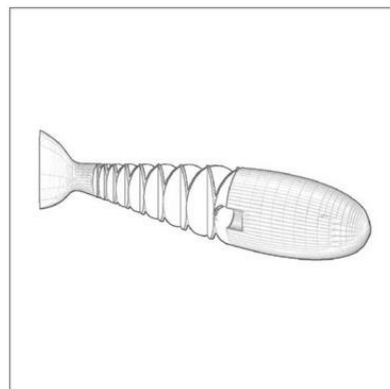


Figura 1.3

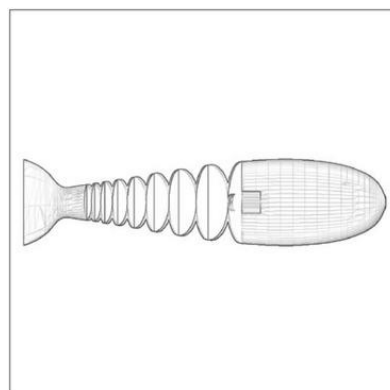


Figura 1.4



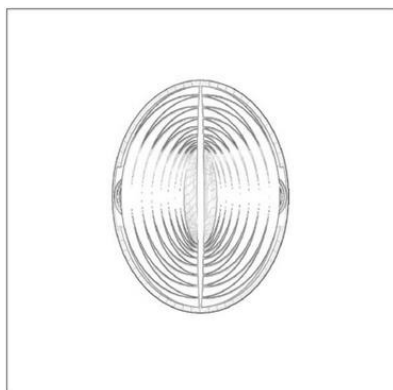


Figura 1.5

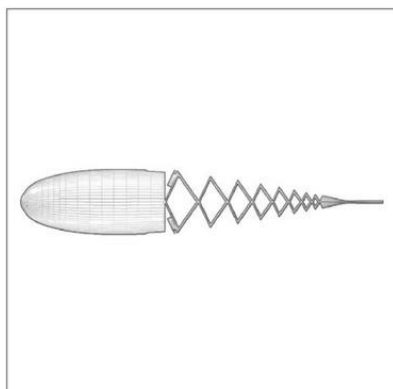


Figura 1.6

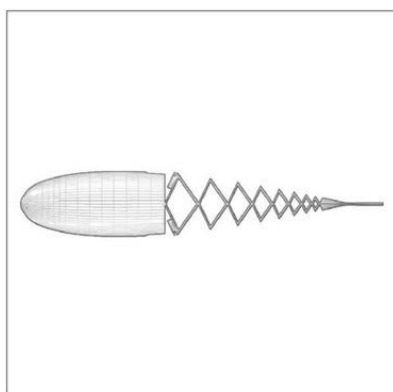


Figura 1.7

(28) 1  
(57) (55)

PRODUTO 1: CÉLULA DE FILTRAÇÃO DE BLOCO COM PERFIL RETANGULAR E FLANGE DE MONTAGEM COM FUROS PASSANTES, ENTRADAS E SAÍDAS LATERAIS ROSCADAS, REENTRÂNCIA RETANGULAR NA SUPERFÍCIE SUPERIOR COM MATRIZ DENSA DE MICRO-CANAIIS PARALELOS, RETILÍNEOS E CANAL DE ESCOAMENTO; SUPERFÍCIE INFERIOR COM CÂMARA DE DISPERSÃO PLANA E LISA COM CANAIS DE ESCOAMENTO.

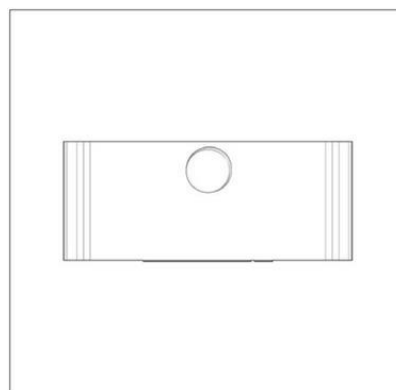


Figura 1.1

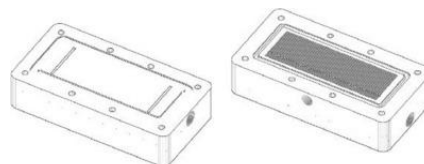


Figura 1.2

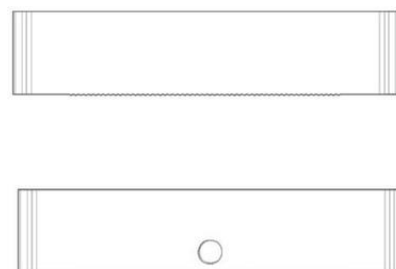


Figura 1.3

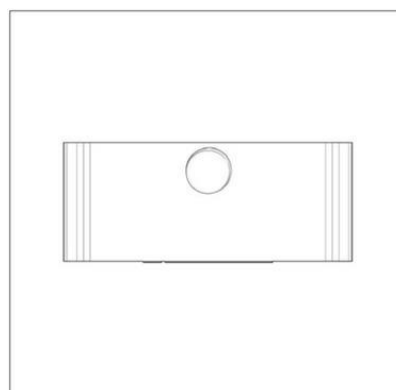
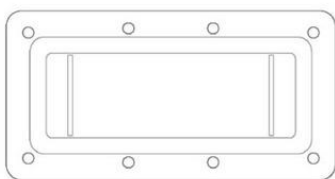
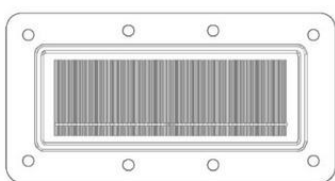


Figura 1.4

- |      |  |        |
|------|--|--------|
| (11) | 7471   | (12) Y |
| (22) | 2025.11.26   |        |
| (30) |  |        |
| (71) | PT INSTITUTO SUPERIOR DE<br>ENGENHARIA DE LISBOA<br>PT INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA                                     |        |
| (72) | TIAGO GORJÃO CLARA CHARTERS DE<br>AZEVEDO<br>ANA SOFIA FIGUEIREDO<br>LUÍS MIGUEL MINHALMA<br>NUNO GUERREIRO MONGE DA SILVA |        |
| (51) | LOC (10) CL. 24-01   |        |
| (54) | APARELHOS E EQUIPAMENTOS FIXOS<br>PARA LABORATÓRIOS  |        |



**Figura 1.5**



**Figura 1.6**

**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) **757172** MNA

(220) 2025.11.16

(300)

(730) **PT MARIA DE FÁTIMA DE JESUS DA CUNHA DE ARAÚJO**

(511) 35 SERVIÇOS DE MERCHANDISING.

41 COACHING [FORMAÇÃO].

(591) ROSA; BRANCO; LILÁS; LARANJA.

(540)



(531) 1.15.9 ; 26.7.4 ; 27.99.4

*por ter sido publicado com inexatidão no boletim n.º 2025/12/02, novamente se publica este pedido ressalvando-se o direito de prioridade à data da sua apresentação, 2025/11/17.*

(531) 27.5.10 ; 27.5.13 ; 29.1.5 ; 29.1.98

(210) **757494** MNA

(220) 2025.11.18

(300)

(730) **PT RETREAT2PAUSE UNIPessoal LDA**

(511) 43 SERVIÇOS HOTELEIROS; SERVIÇOS HOTELEIROS DE COMPLEXOS TURÍSTICOS; SERVIÇOS DE ALOJAMENTO EM COMPLEXOS HOTELEIROS.

(591)

(540)

**BALAIA - SOL**

(210) **757188** MNA

(220) 2025.11.17

(300)

(730) **PT MARIA FILIPA FERREIRA DA SILVA PIAS**

(511) 41 EXPOSIÇÕES EM MUSEUS; APRESENTAÇÃO DE EXPOSIÇÕES EM MUSEUS.

(591)

(540)

(210) **757543** MNA

(220) 2025.11.21

(300)

(730) **PT MARCOS ANDRADE OLIVEIRA**

(511) 41 CRIAÇÃO [ESCRITA] DE PODCASTS; PRODUÇÃO DE PODCASTS; CRIAÇÃO [ESCRITA] DE CONTEÚDOS EDUCATIVOS PARA PODCASTS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE PODCAST;

SERVIÇOS DE PRODUÇÃO E GRAVAÇÃO DE  
CONTEÚDOS DE ÁUDIO; SERVIÇOS DE  
PUBLICAÇÃO DE CONTEÚDOS DE  
ENTRETENIMENTO DE VÍDEO, ÁUDIO E  
MULTIMÉDIA.

(591)  
(540)



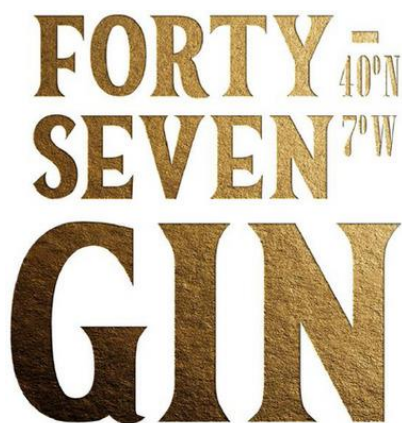
(531) 2.1.98

(210) **757544** MNA  
(220) 2025.11.21  
(300)

(730) PT MARIA MANUELA DE ALMEIDA  
FERNANDES MARQUES  
PT JOSÉ CARLOS DOS PRAZERES LUCAS

(511) 33 BEBIDAS ESPIRITUOSAS DESTILADAS; BEBIDAS  
ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA); BEBIDAS  
ALCOÓLICAS EXCETO CERVEJA.

(591) PANTONE 8642 C; API METAFOL 4003  
(540)



(531) 27.5.10

(210) **757547** MNA  
(220) 2025.11.21  
(300)  
(730) PT JOSÉ CARLOS DOS PRAZERES LUCAS

PT MARIA MANUELA DE ALMEIDA  
FERNANDES MARQUES

(511) 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA);  
BEBIDAS ALCOÓLICAS EXCETO CERVEJA;  
BEBIDAS ESPIRITUOSAS DESTILADAS.

(591) PANTONE 8045 C.  
(540)



(531) 1.1.99 ; 26.4.19 ; 27.7.1

(210) **757548** MNA

(220) 2025.11.21

(300)

(730) PT ROGÉRIO SALVADOR MARQUES

(511) 09 CONTEÚDOS GRAVADOS E DESCARREGÁVEIS.  
38 SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO INFORMÁTICA.  
41 EDUCAÇÃO.

(591)  
(540)



**CRL da HISTÓRIA**

(531) 18.3.21 ; 18.3.23

(210) **757556** MNA

(220) 2025.11.21

(300)

(730) PT GTSA LDA

(511) 39 ESTACIONAMENTO E ARMAZENAMENTO DE  
VEÍCULOS.

(591) #1c3a70; #64de01

(540)



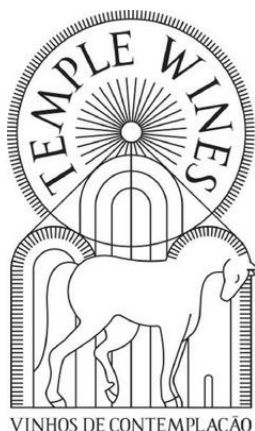
(531) 18.5.1 ; 24.17.24 ; 27.5.4 ; 27.99.16 ; 29.1.3 ; 29.1.4

(210) **757562** MNA  
(220) 2025.11.21  
(300)  
(730) PT TEMPLE WINES, LDA.



- (511) 39 SERVIÇOS DE DISTRIBUIÇÃO RELACIONADOS COM BEBIDAS, TAIS COMO, BEBIDAS ALCOÓLICAS..
- 41 PRODUÇÃO DE EVENTOS DE CARÁCTER CULTURAL E/OU RECREATIVO
- 43 SERVIÇOS DE RESTAURAÇÃO (ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS), SERVIÇOS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS, SERVIÇOS DE BAR; BARES; BARES DE COCKTAILS; PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS; SERVIÇOS DE FORNECIMENTO DE BEBIDAS PARA CLIENTES; SERVIÇOS DE FORNECIMENTO DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS EM CARRINHAS; SERVIÇOS RELACIONADOS COM A PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS; SERVIÇOS DE FORNECIMENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS PARA CLIENTES; SERVIÇOS DE FORNECIMENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS EM RESTAURANTES E BARES; PREPARAÇÃO E FORNECIMENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS PARA CONSUMO IMEDIATO; SERVIÇOS DE BAR DE COCKTAILS; SERVIÇOS DE BARES; BARES..

(591)  
(540)



(531) 3.3.1 ; 25.1.25

- (210) **757564** MNA
- (220) 2025.11.21
- (300)
- (730) PT RV. PERMILAGEM CONDOMINIOS, UNIPESOAAL, LDA
- (511) 29 CARNE E PRODUTOS À BASE DE CARNE.
- (591) HEX C79C56 199 R 156 G; 86 B; PRETO
- (540)



(531) 1.15.5 ; 3.4.18 ; 29.1.97

- (210) **757565** MNA
- (220) 2025.11.21
- (300)
- (730) PT LEANDRO DAVID ARIEIRA ALVES
- (511) 42 SERVIÇOS DE ARQUITETURA INTERIOR; SERVIÇOS DE DESIGN PARA ARQUITETURA; SERVIÇOS DE ENGENHARIA E ARQUITETURA; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA EM ARQUITETURA; DESIGN DE INTERIORES; DESIGN DE EDIFÍCIOS.

(591)  
(540)



(531) 27.5.10

- (210) **757567** MNA
- (220) 2025.11.21
- (300)
- (730) PT RAFAEL JOSÉ PALMA GORDINHO ALMEIDA
- (511) 35 SERVIÇOS DE ENCOMENDAS ON-LINE NA ÁREA DE RESTAURANTES DE COMIDA PARA LEVAR E DE ENTREGA AO DOMICÍLIO.
- 39 ENTREGA DE COMIDA.
- 43 SERVIÇOS DE RESTAURANTES; SERVIÇOS DE FORNECIMENTO DE COMIDA PARA FORA (TAKEAWAY); SERVIÇOS DE RESTAURANTES TAKE-AWAY; SERVIÇOS DE COMIDA PARA FORA; SERVIÇOS DE RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA; FORNECIMENTO DE ALIMENTOS EM ROULOTES.

(591)  
(540)



(531) 8.7.10 ; 17.5.2

- (210) **757568** MNA
- (220) 2025.11.21
- (300)
- (730) PT FELIPE FULCHER CRUVINEL
- (511) 28 JOGOS; JOGOS EDUCATIVOS; JOGOS ELETRÓNICOS; BRINQUEDOS; BRINQUEDOS, JOGOS E ARTIGOS DE BRINCAR; APARELHOS

PARA FEIRAS E RECREIOS; DECORAÇÕES FESTIVAS, ARTIGOS DE FANTASIA E ÁRVORES DE NATAL ARTIFICIAIS.

(591)  
(540)



(531) 3.7.6 ; 21.1.9

(210) **757570** **MNA**  
(220) 2025.11.22  
(300)  
(730) IT **MARIA CYNTHIA BALDERRAMA CHIAPPE**

(511) 14 CAIXAS DE JOIAS E CAIXAS DE RELÓGIOS; PEDRAS PRECIOSAS, PÉROLAS E METAIS PRECIOSOS, E SUAS IMITAÇÕES; PORTA-CHAVES E CORRENTES PARA CHAVES, E RESPECTIVOS BERLOQUES; ARTIGOS DE JOALHARIA; PRODUTOS DE JOALHARIA; ITENS DE JOALHARIA; ALFINETES ORNAMENTAIS PARA CHAPÉUS; ARTIGOS DECORATIVOS [BIJUTERIA OU JOALHARIA] PARA USO PESSOAL; BERLOQUES DE BRONZE; BERLOQUES REVESTIDOS DE METAIS PRECIOSOS; CAIXAS COMEMORATIVAS EM METAIS PRECIOSOS; CAIXAS DECORATIVAS EM METAIS PRECIOSOS; CAIXAS EM METAIS PRECIOSOS; CHAPAS DE IDENTIFICAÇÃO EM METAIS PRECIOSOS; CONTAS PARA MEDITAÇÃO; DISCOS DE CERÂMICA PARA USO COMO VALORES; ETIQUETAS EM METAIS PRECIOSOS PARA COSTURAR USO EM VESTUÁRIO; FICHAS DE JOGO EM COBRE [TENTOS DE COBRE]; CONJUNTOS DE MOEDAS DESTINADOS A COLECIONADORES.

18 BAGAGENS, MALAS, CARTEIRAS E OUTRAS BOLSAS DE TRANSPORTE; CHAPÉUS DE CHUVA E CHAPÉUS DE SOL; BENGALAS; GUARDA-CHUVAS E GUARDA-SÓIS; SELARIA, CHICOTES E VESTIMENTAS PARA ANIMAIS; ACESSÓRIOS DE ARREIOS; ARREIOS FEITOS DE COURO; BANDOLEIRAS [CORREIAS] EM COURO; CAIXAS EM COURO; CAIXAS EM COURO OU EM CARTÃO-COURO [COURO ARTIFICIAL]; CAIXAS EM IMITAÇÃO DE COURO PARA CHAPÉUS; CAIXAS EM COURO OU EM CARTÃO-COURO [IMITAÇÃO DE COURO]; CARTÃO-COURO [IMITAÇÃO DO COURO]; CINTAS EM COURO; COBERTURAS PARA MOLAS [EM COURO]; CORDÕES EM COURO; CORREIAS DE COURO.

25 PARTES DE VESTUÁRIO, CALÇADO E CHAPELARIA; CHAPELARIA; VESTUÁRIO; ARTIGOS DE CHAPELARIA; CALÇADO.

35 SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E PROMOCIONAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE PROMOÇÃO E DE MARKETING; ADMINISTRAÇÃO COMERCIAL DO LICENCIAMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA TERCEIROS; ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS; AGÊNCIAS DE IMPORTAÇÃO-EXPORTAÇÃO; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES SOBRE PRODUTOS AO CONSUMIDOR ATRAVÉS DA

INTERNET; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM VENDAS COMERCIAIS; INFORMAÇÕES SOBRE A CLASSIFICAÇÃO DAS VENDAS DE PRODUTOS; SERVIÇOS DE INTERMEDIACÃO E ASSESSORIA DE NEGÓCIOS NO DOMÍNIO DA VENDA DE PRODUTOS E DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES; SERVIÇOS DE TELEMARKETING; SERVIÇOS INTERMEDIÁRIOS RELATIVOS A PUBLICIDADE; CONSULTORIA EM GESTÃO DE VENDAS; COMPRA DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA OUTRAS EMPRESAS; AQUISIÇÃO DE PRODUTOS POR CONTA DE EMPRESAS.

42 DESIGN DE MODA; SERVIÇOS DE DESIGN DE MODA; DESIGN DE ACESSÓRIOS DE MODA; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EM DESIGN DE MODA; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE SERVIÇOS DE DESIGN DE MODA; DESIGN DE PRODUTOS; DESIGN DE PRODUTOS INDUSTRIAIS; DESIGN DE NOVOS PRODUTOS; DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS; SERVIÇOS DE DESIGN DE PRODUTOS; DESIGN DE PRODUTOS DE CONSUMO; ANÁLISE DE DESIGN DE PRODUTOS; AVALIAÇÃO DE DESIGN DE PRODUTOS; DESIGN DE PRODUTOS DE ENGENHARIA; SERVIÇOS DE DESIGN DE PRODUTOS TÊXTEIS PARA ACABAMENTOS INTERIORES DE VEÍCULOS MOTORIZADOS.

(591)  
(540)



(531) 26.1.4 ; 26.1.11 ; 26.1.21

(210) **757572** **MNA**  
(220) 2025.11.22  
(300)  
(730) PT **ANTONIO JOSE PINTO FONTES ALVES**  
(511) 36 SERVIÇOS IMOBILIÁRIOS.  
(591)  
(540)



(531) 7.3.11

(210) **757575** MNA  
 (220) 2025.11.22  
 (300)  
 (730) **PT DÚVIDAVENTUREIRA,LDA**  
 (511) 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA).  
 (591)  
 (540)



(531) 4.1.4 ; 27.3.15 ; 27.5.10

(210) **757582** MNA  
 (220) 2025.11.22  
 (300)  
 (730) **PT CLÁUDIA SOFIA DOS SANTOS ORTIZ MASSANO**

(511) 30 APERITIVOS FEITOS DE PÃO RALADO; BATATAS FRITAS À BASE DE ARROZ; CHAMUÇAS; CREPES CHINESES [DE VEGETAIS]; CROSTA DE ARROZ; EMPADAS; EMPADAS [SALGADOS]; EMPADAS CONTENDO CARNE; EMPADAS DE FRANGO; FOLHADOS DE SALSICHA; PASTÉIS CONTENDO LEGUMES E PEIXE; PASTÉIS CONTENDO LEGUMES E CARNE DE AVES; PASTÉIS CONTENDO LEGUMES E CARNE; PASTÉIS CONGELADOS RECHEADOS COM CARNE E LEGUMES; PASTÉIS CONGELADOS RECHEADOS COM CARNE; SANDES DE CACHORRO QUENTE; SANDUÍCHES CONTENDO CARNE; SANDUÍCHES CONTENDO FRANGO; ALIMENTOS QUE CONTÊM CACAU [COMO ELEMENTO PRINCIPAL]; ALIMENTOS QUE CONTÊM CHOCOLATE [COMO ELEMENTO PRINCIPAL]; COELHOS DE CHOCOLATE; CONFEITARIA COM SABOR A CHOCOLATE; INGREDIENTES À BASE DE CACAU PARA PRODUTOS DE CONFEITARIA; CHURROS; CONFEITARIA DE FARINHA; EMPADAS SEM CARNE; EMPADAS, DOCES OU SALGADAS; EMPADAS DE CARNE PREPARADAS; EMPADAS DE CARNE; FOLHADOS DE SALSICHA FRESCOS; PASTELARIA SALGADA.

(591)  
 (540)



(531) 8.7.10

(210) **757583** MNA  
 (220) 2025.11.22  
 (300)  
 (730) **PT CARLA CRISTINA FERNANDES GOMES**  
 (511) 41 FORNECIMENTO DE CURSOS EDUCATIVOS NO DOMÍNIO DA ALIMENTAÇÃO E DOS CUIDADOS DE SAÚDE.  
 44 SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO RELACIONADOS COM CUIDADOS DE SAÚDE; CONSULTADORIA PROFISSIONAL RELACIONADA COM SERVIÇOS DE CUIDADOS DE SAÚDE; CONSULTADORIA E ACONSELHAMENTO EM ESTILO DE VIDA PARA FINS MÉDICOS.

(591)  
 (540)



(531) 2.9 ; 5.3.14 ; 27.5.10

(210) **757585** MNA  
 (220) 2025.11.22  
 (300)  
 (730) **PT IDEALGEST - SERVIÇOS IMOBILIÁRIOS, LDA**

(511) 36 MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA; GESTÃO IMOBILIÁRIA; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA; GESTÃO DE PROPRIEDADES IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS RELACIONADOS COM A GESTÃO IMOBILIÁRIA; GESTÃO IMOBILIÁRIA DE CASAS DE FÉRIAS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA

RELACIONADOS COM IMÓVEIS COMERCIAIS;  
CONSULTADORIA IMOBILIÁRIA; SERVIÇOS DE  
AGÊNCIAS IMOBILIÁRIAS; AGÊNCIAS  
IMOBILIÁRIAS; GESTÃO DE PROPRIEDADES  
[SERVIÇOS PRESTADOS POR IMOBILIÁRIAS];  
AVALIAÇÕES IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS DE  
ASSESSORIA RELACIONADOS COM AVALIAÇÕES  
IMOBILIÁRIAS; ARRENDAMENTO DE IMÓVEIS.

(591)  
(540)



(531) 27.5.10

(210) **757590**

**MNA**

(220) 2025.11.23

(300)

(730) **PT JOÃO MESQUITA SANTOS CARVALHO**

(511) 35 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE  
PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E  
MARKETING PRESTADOS ATRAVÉS DAS REDES  
SOCIAIS; SERVIÇOS DE GESTÃO DE  
COMUNIDADES EM LINHA; MARKETING;  
SERVIÇOS DE MERCHANDISING.

41 FORMAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO PESSOAL;  
SERVIÇO DE EDUCAÇÃO NO ÂMBITO DO  
COACHING; COACHING [FORMAÇÃO];  
ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE EVENTOS  
DESPORTIVOS; ORIENTAÇÃO PESSOAL  
[FORMAÇÃO]; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE  
PALESTRAS.

(591) rgba(130, 130, 130); rgba(0, 0, 0)

(540)



(531) 27.99.5 ; 28.7

(210) **757588**

**MNA**

(220) 2025.11.22

(300)

(730) **PT INDAGROP-INDUSTRIA AGRO  
PORTUGUESA LDA.**

(511) 05 SUPLEMENTOS DIETÉTICOS DE PROTEÍNA;  
SUPLEMENTOS DIETÉTICOS E NUTRICIONAIS.

29 SNACKS À BASE DE LEGUMES, HORTALIÇAS OU  
VERDURAS; LEGUMINOSAS ENLATADAS;  
LEGUMINOSAS SECAS; LEGUMINOSAS EM  
CONSERVA; GRÃOS DE LEGUMINOSAS  
TRANSFORMADOS; FRUTOS, FUNGOS, VEGETAIS,  
OLEAGINOSAS E LEGUMINOSAS PROCESSADOS.

30 FARINHA VEGETAL; FARINHA; FARINHA DE  
LEGUMINOSAS PARA USO ALIMENTAR.

(591)

(540)



(531) 4.5.5

(210) **757594**

**MNA**

(220) 2025.11.23

(300)

(730) **PT REALME, LDA**

(511) 03 COSMÉTICOS; CREMES COSMÉTICOS; LEITES  
[COSMÉTICOS]; HIDRATANTES COSMÉTICOS;  
COSMÉTICOS NATURAIS; TÓNICOS [COSMÉTICOS];  
LOÇÕES FACIAIS [COSMÉTICOS]; ESFOLIANTES  
FACIAIS [COSMÉTICOS]; CREMES FACIAIS  
[COSMÉTICOS]; HIDRATANTES FACIAIS  
[COSMÉTICOS]; TÓNICOS FACIAIS [COSMÉTICOS];  
GELES HIDRATANTES [COSMÉTICOS]; CREMES  
AUTOBRONZEADORES [COSMÉTICOS]; CREMES  
TONIFICANTES [COSMÉTICOS]; ÓLEOS  
BRONZEADORES [COSMÉTICOS]; ÓLEOS MINERAIS  
[COSMÉTICOS]; PROTETORES SOLARES  
[COSMÉTICOS]; CREMES FLUIDOS [COSMÉTICOS];  
LEITES BRONZEADORES [COSMÉTICOS];  
PREPARAÇÕES HIDRATANTES [COSMÉTICOS];  
COSMÉTICOS CONTENDO PANTENOL;  
COSMÉTICOS CONTENTO QUERATINA;  
PREPARAÇÕES EMOLIENTES [COSMÉTICOS];  
CREMES DE NOITE [COSMÉTICOS]; PRODUTOS  
PARA LIMPEZA FACIAL; PREPARAÇÕES  
COSMÉTICAS PARA O ROSTO; LOÇÕES PARA A  
PELE; LOÇÕES HIDRATANTES PARA A PELE  
[COSMÉTICOS]; CREMES PARA A PELE; CREMES  
PARA CLAREAR A PELE; CREMES HIDRATANTES  
PARA A PELE [COSMÉTICOS]; CREMES PARA A  
LIMPEZA DA PELE [NÃO MEDICINAIS]; SÉRUM  
CALMANTE PARA A PELE; SÉRUM PARA A PELE



COM AÇÃO CALMANTE [PRODUTO COSMÉTICO]; SÉRUM FACIAL PARA USO COSMÉTICO; SÉRUM ANTIENVELHECIMENTO PARA USO COSMÉTICO; ESSÊNCIAS PARA OS CUIDADOS DA PELE; PRODUTOS PARA OS CUIDADOS DA PELE; PRODUTOS COSMÉTICOS PARA OS CUIDADOS DA PELE; COSMÉTICOS PARA OS CUIDADOS DA PELE; CREMES PARA OS CUIDADOS DA PELE [COSMÉTICOS]; ÓLEOS PARA OS CUIDADOS DA PELE [COSMÉTICOS]; COSMÉTICOS E PREPARAÇÕES COSMÉTICAS; PREPARAÇÕES COSMÉTICAS PARA OS CUIDADOS FACIAIS; PREPARAÇÕES DE HIGIENE QUE SEJAM PRODUTOS DE TOILETTE; HIDRATANTE CORPORAL; PRODUTOS PARA LIMPEZA CORPORAL E CUIDADOS DE BELEZA; CREMES PARA O CORPO [COSMÉTICOS]; CREMES PARA O CORPO; LOÇÕES E CREMES PERFUMADOS PARA O CORPO; CREMES PARA O ROSTO E PARA O CORPO; LOÇÕES PARA O CORPO PERFUMADAS; LOÇÕES HIDRATANTES PARA O CORPO [COSMÉTICAS]; LOÇÕES PARA O CORPO PERFUMADAS [PREPARAÇÕES DE TOILETTE]; LOÇÕES PARA OS CUIDADOS DO ROSTO E DO CORPO; LOÇÕES TONIFICANTES PARA O ROSTO, O CORPO E AS MÃOS; ESFOLIANTE PARA O CORPO; PRODUTOS ESFOLIANTES PARA O CORPO; ESFOLIANTES COSMÉTICOS PARA O CORPO; ESFOLIANTES FACIAIS; HIDRATANTES CORPORAIS; LOÇÃO RETARDADORA DO ENVELHECIMENTO; LEITES CORPORAIS; SÉRUM CONTRA O ENVELHECIMENTO; SÉRUM CORRETOR PARA O CONTO RNO DOS OLHOS.

- 05 SÉRUM PARA A PELE COM AÇÃO CALMANTE [MEDICINAL]; SÉRUM CALMANTE PARA A PELE [MEDICINAL].
- 21 RECIPIENTES PARA COSMÉTICOS.
- 35 SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS; AGÊNCIAS DE IMPORTAÇÃO-EXPORTAÇÃO; AQUISIÇÃO DE CONTRATOS DE COMPRA E VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS; SERVIÇOS DE VENDA A RETALHO ON-LINE RELACIONADOS COM PRODUTOS COSMÉTICOS E DE BELEZA; SERVIÇOS DE LOJAS DE VENDA A RETALHO ONLINE RELACIONADOS COM PRODUTOS COSMÉTICOS E DE BELEZA; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE RELATIVOS A COSMÉTICOS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E PROMOCIONAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE PROMOÇÃO E DE MARKETING; AFIXAÇÃO DE CARTAZES PUBLICITÁRIOS; AGENTES PUBLICITÁRIOS; AGÊNCIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS; AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE; AMOSTRAGEM DE PRODUTOS; ANGARIAÇÃO DE PATROCÍNIO; ANÁLISE DA REAÇÃO À PUBLICIDADE.
- 39 ARMAZENAMENTO DE COSMÉTICOS.
- 44 CUIDADOS DE HIGIENE E DE BELEZA PARA SERES HUMANOS; CUIDADOS DE HIGIENE E BELEZA PARA SERES HUMANOS; CUIDADOS HIGIÊNICOS E DE BELEZA PARA PESSOAS; SERVIÇOS DE HIGIENE CORPORAL E DE BELEZA PARA PESSOAS; SERVIÇOS PARA CUIDADOS DE HIGIENE PESSOAL E DE BELEZA PARA PESSOAS; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO RELACIONADOS COM BELEZA; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO RELACIONADOS COM TRATAMENTOS DE BELEZA; SERVIÇOS PARA OS CUIDADOS DA PELE; SERVIÇOS DE TRATAMENTO COSMÉTICO FACIAL E CORPORAL.

(591)

(540)

GEORGETA

(210) 757595

MNA

(220) 2025.11.23

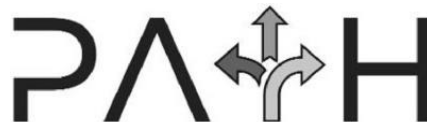
(300)

(730) PT BRUNO MIGUEL AGOSTINHO SILVA

- (511) 09 SOFTWARE PARA MONITORIZAÇÃO DA SAÚDE; SOFTWARE INFORMÁTICO RELACIONADO COM O DOMÍNIO MÉDICO; APLICAÇÕES INFORMÁTICAS EDUCATIVAS.
- 42 INVESTIGAÇÃO MÉDICA NA ÁREA DA ONCOLOGIA.
- 44 SERVIÇOS DE CUIDADOS DE SAÚDE PARA PESSOAS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO SOBRE SAÚDE; ACONSELHAMENTO EM SAÚDE.

(591)

(540)



(531) 24.15.3 ; 27.3.15 ; 27.5.25 ; 27.99.20

(210) 757604

MNA

(220) 2025.11.21

(300)

(730) PT BALNESS SPA, LDA.

- (511) 35 SERVIÇOS RETALHISTAS E/OU GROSSISTAS RELATIVOS A EQUIPAMENTOS PARA TERMAS, ESTABELECIMENTOS DE SPA E GINÁSIOS, PRESTADOS A TERCEIROS, INCLUINDO INSTALAÇÕES DE BANHO, PISCINAS DE SPA, MINI PISCINAS, APARELHOS PARA BANHOS DE HIDROMASSAGEM, BANHOS COM HIDROMASSAGEM ["JACUZZI"] [RECIPIENTES], APARELHOS E INSTALAÇÕES DE HIDROTERAPIA, CABINAS PORTÁTEIS PARA BANHOS TURCOS; SERVIÇOS RETALHISTAS E/OU GROSSISTAS RELATIVOS A EQUIPAMENTOS PARA TERMAS, ESTABELECIMENTOS DE SPA E GINÁSIOS, PRESTADOS A TERCEIROS, INCLUINDO INSTALAÇÕES PARA SAUNA, AQUECEDORES DE TOALHAS A VAPOR, AQUECEDORES ELÉTRICOS PARA TOALHAS, SOLÁRIOS, MARQUESAS DE MASSAGEM, CHAISE LONGUE, APARELHOS DE GINÁSTICA, MÁQUINAS PARA EXERCÍCIO FÍSICO, MÁQUINAS E APARELHOS DE FITNESS, BICICLETAS DE GINÁSTICA [ESTÁTICAS], BICICLETAS AQUÁTICAS E MÁQUINAS DE REMO.
- 37 SERVIÇOS DE INSTALAÇÃO E/OU MONTAGEM DE EQUIPAMENTOS PARA TERMAS, ESTABELECIMENTOS DE SPA E GINÁSIOS, INCLUINDO INSTALAÇÕES DE BANHO, PISCINAS DE SPA, MINI PISCINAS, APARELHOS PARA BANHOS DE HIDROMASSAGEM, BANHOS COM HIDROMASSAGEM ["JACUZZI"] [RECIPIENTES], APARELHOS E INSTALAÇÕES DE HIDROTERAPIA, CABINAS PORTÁTEIS PARA BANHOS TURCOS; SERVIÇOS DE INSTALAÇÃO E/OU MONTAGEM DE EQUIPAMENTOS PARA TERMAS, ESTABELECIMENTOS DE SPA E GINÁSIOS, INCLUINDO INSTALAÇÕES PARA SAUNA, AQUECEDORES DE TOALHAS A VAPOR, AQUECEDORES ELÉTRICOS PARA TOALHAS, SOLÁRIOS, MARQUESAS DE MASSAGEM, CHAISE LONGUE, APARELHOS DE GINÁSTICA, MÁQUINAS PARA EXERCÍCIO FÍSICO, MÁQUINAS E APARELHOS DE FITNESS, BICICLETAS DE

GINÁSTICA [ESTÁTICAS], BICICLETAS AQUÁTICAS  
E MÁQUINAS DE REMO.

(591)

(540)

## INSPIRADOS NO SEU BEM- ESTAR

(210) **757608**

MNA

(220) 2025.11.21

(300)

(730) PT **QUADRANTE - ENGENHARIA E  
CONSULTORIA, S.A.**

(511) 42 SERVIÇOS DE ENGENHARIA E ARQUITECTURA;  
PROJECTOS, PLANEAMENTO E DESIGN DE  
EDIFÍCIOS E INFRAESTRUTURAS; ESTUDOS DE  
PROJECTOS DE ENGENHARIA; AVALIAÇÕES NO  
DOMÍNIO CIENTÍFICO REALIZADAS POR  
ENGENHEIROS; AVALIAÇÕES NO DOMÍNIO  
TECNOLÓGICO REALIZADAS POR ENGENHEIROS;  
CONCESSÃO DE SISTEMAS ESTRUTURAIS DE  
ENGENHARIA; CONSULTADORIA DE ENGENHARIA  
RELACIONADA COM MANUFATURA;  
CONSULTADORIA EM ENGENHARIA CIVIL;  
CONSULTADORIA TÉCNICA NO DOMÍNIO DA  
ENGENHARIA AMBIENTAL; ELABORAÇÃO DE  
RELATÓRIOS DE ENGENHARIA; SERVIÇOS DE  
ENGENHARIA NA ÁREA DA TECNOLOGIA  
AMBIENTAL; SERVIÇOS DE ENGENHARIA PARA O  
DESIGN DE ESTRUTURAS; SERVIÇOS DE GESTÃO  
DE PROJECTOS DE ENGENHARIA; SERVIÇOS DE  
ENGENHARIA PARA ANÁLISES DE ESTRUTURAS;  
DESIGN DE OBRAS DE ENGENHARIA PARA A  
PREVENÇÃO DE INUNDAÇÕES; FISCALIZAÇÃO  
(VISTORIA) DE ESTRUTURAS COM DEFEITO;  
SERVIÇOS TÉCNICOS DE SUPERVISÃO E INSPEÇÃO.

(591)

(540)

## QUADRANTE

(531) 27.5.1

(210) **757609**

MNA

(220) 2025.11.21

(300) 2025.10.20 BX 1535225

(730) FR **BOIRON, SOCIÉTÉ ANONYME À  
CONSEIL D'ADMINISTRATION**

(511) 05 PRODUTOS FARMACÊUTICOS, EM ESPECIAL  
PREPARAÇÕES HOMEOPÁTICAS; PREPARAÇÕES  
HOMEOPÁTICAS E FITOTERAPÊUTICAS PARA O  
TRATAMENTO DA TOSSE, DAS LARINGITES,  
TRAQUEÍTES E BRONQUITES; PREPARAÇÕES  
VETERINÁRIAS; SUPLEMENTOS ALIMENTARES E  
PREPARAÇÕES DIETÉTICAS, ESPECIFICAMENTE  
SOB A FORMA DE COMPRIMIDOS NÃO  
REVESTIDOS OU REVESTIDOS, SOB A FORMA DE  
PÓ, SAQUETAS, CÁPSULAS GELATINOSAS,  
CÁPSULAS MOLES, SOB A FORMA DE LÍQUIDOS,  
SOLUTOS, CONCENTRADOS OU XAROPES;  
SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS PARA SERES

HUMANOS E ANIMAIS; SUPLEMENTOS  
ALIMENTARES PARA HUMANOS E ANIMAIS;  
VITAMINAS; SUPLEMENTOS VITAMINADOS PARA  
SERES HUMANOS E SUPLEMENTOS VITAMÍNICOS  
PARA ANIMAIS; SUBSTÂNCIAS DIETÉTICAS PARA  
USO MEDICINAL E VETERINÁRIO; SUPLEMENTOS  
ALIMENTARES EXCEPTO PARA USO MEDICINAL  
OU VETERINÁRIO E NÃO INCLUÍDOS NOUTRAS  
CLASSES PARA EFEITO ENERGÉTICO..

10 APARELHOS E INSTRUMENTOS MÉDICOS E  
VETERINÁRIOS; APARELHOS MÉDICOS PARA O  
TRATAMENTO DE DOENÇAS RESPIRATÓRIAS;  
APARELHOS PARA O TRATAMENTO DE AFEÇÕES  
PULMONARES; APARELHOS PARA MINISTRAR  
FÁRMACOS POR INALAÇÃO; INALADORES PARA  
USO TERAPÊUTICO; BOMBAS PARA USO MÉDICO;  
DISPOSITIVOS DE LAVAGEM NASAL; DUCHES  
NASAIS; RECIPIENTES PARA A APLICAÇÃO DE  
MEDICAMENTOS; TUBAGEM MÉDICA PARA  
ADMINISTRAR MEDICAMENTOS; DISPOSITIVOS  
PARA INJEÇÃO DE MEDICAMENTOS; COLHERES  
PARA MEDICAMENTOS; CONTA-GOTAS PARA  
ADMINISTRAÇÃO DE MEDICAMENTOS; CAIXAS  
PARA COMPRIMIDOS DE USO MEDICINAL PARA A  
DISTRIBUIÇÃO E COMPARTIMENTAÇÃO DE  
MEDICAMENTOS DESTINADOS A PACIENTES..

(591)

(540)

## STOPLANTS

(210) **757610**

MNA

(220) 2025.11.21

(300)

(730) PT **CIP - CONFEDERAÇÃO EMPRESARIAL  
DE PORTUGAL**

(511) 09 PUBLICAÇÕES DESCARREGÁVEIS; PUBLICAÇÕES  
ELECTRÓNICAS DESCARREGÁVEIS; PUBLICAÇÕES  
EM FORMATO ELETRÓNICO PARA DOWLOAD.

16 LIVROS; PERIÓDICOS; LIVRETES (LIVRINHOS);  
BROCHURAS; CATÁLOGOS; JORNAIS; REVISTAS;  
MANUAIS; ÁLBUNS; BOLETINS INFORMATIVOS;  
PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS.

41 PUBLICAÇÃO DE LIVROS, PERIÓDICOS, JORNAIS,  
BOLETINS INFORMATIVOS, MANUAIS, BLOGUES,  
REVISTAS ESPECIALIZADAS E OUTRAS  
PUBLICAÇÕES; FORNECIMENTO DE LIVROS,  
PERIÓDICOS, JORNAIS, BOLETINS INFORMATIVOS,  
MANUAIS, BLOGUES, REVISTAS ESPECIALIZADAS  
E OUTRAS PUBLICAÇÕES ATRAVÉS DE SÍTIOS WEB  
E APLICAÇÕES INFORMÁTICAS; CRIAÇÃO  
(ESCRITA) DE PODCASTS.

(591)

(540)

## INDÚSTRIA - REVISTA DE EMPRESÁRIOS E NEGÓCIOS

(210) **757622**

MNA

(220) 2025.11.21

(300)

(730) PT **MAURO FLÁVIO MARQUES FERREIRA**

(511) 36 SERVIÇOS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE AVALIAÇÕES FINANCEIRAS; SERVIÇOS FINANCEIROS, MONETÁRIOS E BANCÁRIOS.

(591)

(540)



(531) 7.3.4



(531) 3.1.6 ; 3.1.8

(210) **757624** MNA

(220) 2025.11.21

(300)

(730) **PT FÁBIO ANDRÉ RAPOSO VILHENA**

(511) 22 BOLSAS E SACOS PARA EMBALAGEM, ARMAZENAMENTO E TRANSPORTE.

24 PRODUTOS TÊXTEIS E SUBSTITUTOS PARA PRODUTOS TÊXTEIS.

25 CALÇADO; CHAPELARIA; PARTES DE VESTUÁRIO, CALÇADO E CHAPELARIA; VESTUÁRIO; ARTIGOS DE CHAPELARIA.

26 ACESSÓRIOS PARA VESTIMENTAS, ARTIGOS DE COSTURA E ARTIGOS DECORATIVOS TÊXTEIS.

28 EQUIPAMENTO DESPORTIVO E PARA EXERCÍCIO FÍSICO.

(591) CREME/BEGE MUITO CLARO; LARANJA FORTE; PRETO.

(540)



(531) 21.3.5

(210) **757628** MNA

(220) 2025.11.21

(300)

(730) **PT AVENAL PETFOOD S.A.**

(511) 31 ALIMENTOS E RAÇÕES PARA ANIMAIS; CAMAS E LEITOS PARA ANIMAIS.

(591)

(540)

(210) **757633**

MNA

(220) 2025.11.21

(300)

(730) **PT SÉCULO MILIONÁRIO - MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA LDA**

(511) 35 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E PROMOCIONAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE PROMOÇÃO E DE MARKETING; ACONSELHAMENTO NA ÁREA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS E MARKETING; AFIXAÇÃO DE CARTAZES; ADMINISTRAÇÃO RELACIONADA COM MARKETING; AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE; AFIXAÇÃO DE CARTAZES PUBLICITÁRIOS; ANGARIAÇÃO DE PATROCÍNIOS; ANÁLISES DE PUBLICIDADE; ANÁLISE DE EFEITO PUBLICITÁRIO E DE ESTUDOS DE MERCADO; ASSISTÊNCIA NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS, NO ÂMBITO DE UM CONTRATO DE FRANCHISING; ASSISTÊNCIA EM GESTÃO PARA A PROMOÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; ASSESSORIA NO DOMÍNIO DA GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS E DE MARKETING; ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS ONLINE; ANÚNCIOS CLASSIFICADOS; COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS PARA TERCEIROS; COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS; CAMPANHAS DE MERCADO; COLOCAÇÃO DE PUBLICIDADE; COMPILAÇÃO DE ANÚNCIOS COMERCIAIS PARA UTILIZAÇÃO EM PÁGINAS DA WEB NA INTERNET; COMPILAÇÃO DE ANÚNCIOS PARA UTILIZAÇÃO COMO PÁGINAS DA WEB NA INTERNET; COMPILAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS PARA USAR EM PÁGINAS DA WEB; CRIAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIAS PUBLICITÁRIAS; ELABORAÇÃO DE ANÚNCIOS; ELABORAÇÃO DE PERFIS DE CONSUMIDORES PARA FINS COMERCIAIS OU MARKETING; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES PUBLICITÁRIAS; MARKETING DIGITAL; MARKETING COMERCIAL [SEM SER VENDA]; MARKETING DE INTERNET; MARKETING DE BASES DE DADOS; MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS; MARKETING POR TELEFONE; MEDIAÇÃO DE PUBLICIDADE; PLANEAMENTO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING; PREPARAÇÃO DE ANÚNCIOS; PREPARAÇÃO DE ANÚNCIOS PERSONALIZADOS PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO E COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS; PROCURA DE PATROCÍNIOS; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS INFORMATIVOS (INFOMERCIALS); PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS RADIOFÔNICOS; PREPARAÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL E MERCHANDISING PARA OS OUTROS; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE

ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; PRODUÇÃO DE VÍDEOS, DISCOS DE VÍDEO DIGITAL E GRAVAÇÕES AUDIOVISUAIS PARA FINS PROMOCIONAIS; PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE ANÚNCIOS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE UMA REDE INFORMÁTICA MUNDIAL; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE ANÚNCIOS INFORMATIVOS; PROMOÇÃO DE VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS POR MEIO DE EVENTOS PROMOCIONAIS; PROMOÇÃO DE VENDAS USANDO A MEIOS AUDIOVISUAIS; PROMOÇÃO DE VENDAS, EM PONTOS DE COMPRA OU VENDA, PARA TERCEIROS; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO PARA FINS DE PUBLICIDADE; PROMOÇÃO, PUBLICIDADE E MARKETING DE PÁGINAS ONLINE; PROMOÇÃO, PUBLICIDADE E MARKETING EM WEBSITES; PROSPECÇÃO DE MERCADO; PUBLICAÇÃO DE FOLHETOS PUBLICITÁRIOS; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO PARA FINS DE PUBLICIDADE EM FORMATO ELECTRÓNICO; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; PUBLICIDADE EXTERIOR; PUBLICIDADE EM PAINÉIS ELETRÓNICOS; PUBLICIDADE, INCLUINDO PUBLICIDADE ONLINE EM REDES INFORMÁTICAS; PUBLICIDADE ONLINE POR VIA DE REDES DE COMUNICAÇÕES INFORMÁTICAS; REDAÇÃO DE TEXTOS PARA FINS PUBLICITÁRIOS E PROMOCIONAIS; RELAÇÕES PÚBLICAS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE MARKETING; SERVIÇOS DE ESTRATÉGIA DA MARCA; SERVIÇOS DE EXPOSIÇÃO E EXIBIÇÃO COMERCIAL; SERVIÇOS DE FRANCHISING RELACIONADOS COM A PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA EM MATÉRIA DE MARKETING; SERVIÇOS DE IDENTIDADE DE EMPRESAS; SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO RELACIONADOS COM PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE LANÇAMENTO DE PRODUTOS; SERVIÇOS DE MARKETING IMOBILIÁRIO; SERVIÇOS DE MARKETING EM MOTORES DE BUSCA; SERVIÇOS DE MARKETING EMPRESARIAL; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO COMERCIAL; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DIGITAL; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE RELACIONADOS COM O FORNECIMENTO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE RELACIONADOS COM PROPRIEDADES IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS PROMOCIONAIS; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS RELACIONADOS COM SERVIÇOS FINANCEIROS; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS PRESTADOS PELA TELEVISÃO; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS RELACIONADOS COM BASES DE DADOS; SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS.

36 ANGARIAÇÃO DE FUNDOS E PATROCÍNIO FINANCEIRO; SERVIÇOS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS FINANCEIROS, MONETÁRIOS E BANCÁRIOS; SERVIÇOS DE AVALIAÇÕES FINANCEIRAS; ANGARIAÇÃO DE FUNDOS E PATROCÍNIOS; ADMINISTRAÇÃO DE CARTEIRAS DE PROPRIEDADES; ADMINISTRAÇÃO DE EDIFÍCIOS; AGÊNCIA IMOBILIÁRIA; AGÊNCIAS DE ALUGUER DE ALOJAMENTO (PROPRIEDADES IMOBILIÁRIAS); AGÊNCIAS DE ALUGUER DE ALOJAMENTOS [PROPRIEDADES IMOBILIÁRIAS]; AGÊNCIAS DE ALUGUER DE ALOJAMENTOS PERMANENTES [APARTAMENTOS]; AGÊNCIAS DE HABITAÇÕES DE ALOJAMENTO PERMANENTE; AGÊNCIAS IMOBILIÁRIAS; COBRANÇA DE RENDAS; ALUGUER DE CENTROS DE NEGÓCIOS; AQUISIÇÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS EM NOME DE TERCEIROS; AQUISIÇÃO DE IMÓVEIS PARA TERCEIROS; AQUISIÇÃO DE TERRENOS PARA ARRENDAMENTO; ASSISTÊNCIA NA AQUISIÇÃO DE BENS IMÓVEIS; ASSISTÊNCIA NA AQUISIÇÃO E NA PARTICIPAÇÃO FINANCEIRA RELATIVA A

IMÓVEIS; AVALIAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS; COBRANÇA DE ALUGUERES; COLETA DE RENDAS; CONSULTADORIA IMOBILIÁRIA; CONSULTADORIA RELATIVA À COMPRA DE BENS IMOBILIÁRIOS; CONSULTAS IMOBILIÁRIAS; GESTÃO DE CARTEIRAS DE IMÓVEIS; GESTÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO RELATIVA AOS NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS, ATRAVÉS DA INTERNET; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES IMOBILIÁRIAS RELATIVAS A PROPRIEDADES E TERRENOS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS À ADMINISTRAÇÃO DE TERRENOS; GESTÃO DE IMÓVEIS; GESTÃO DE PROPRIEDADES [BENS IMOBILIÁRIOS]; MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA; GESTÃO FIDUCIÁRIA DE BENS IMOBILIÁRIOS; GESTÃO IMOBILIÁRIA; ORGANIZAÇÃO DE ARRENDAMENTO DE APARTAMENTOS; ORGANIZAÇÃO DE CONCESSÃO PARA FINANCIAMENTO DE COMPRA DE BENS IMÓVEIS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÃO RELACIONADA COM BENS IMOBILIÁRIOS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS AO MERCADO IMOBILIÁRIO; SELEÇÃO E AQUISIÇÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS EM NOME DE TERCEIROS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE IMÓVEIS RESIDENCIAIS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA IMOBILIÁRIA PARA A VENDA E ARRENDAMENTO DE EDIFÍCIOS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA IMOBILIÁRIA PARA A VENDA E ARRENDAMENTO DE EMPRESAS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE PROPRIEDADES IMOBILIÁRIAS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS IMOBILIÁRIAS RELATIVOS À COMPRA E VENDA DE IMÓVEIS; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE IMÓVEIS; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE TERRENOS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM A PROPRIEDADE DE BENS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE TERRENOS [EM NOME DE TERCEIROS]; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM AVALIAÇÕES IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EM IMÓVEIS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA IMOBILIÁRIA; SERVIÇOS DE CONSULTORIA IMOBILIÁRIA PARA EMPRESAS; SERVIÇOS DE CORRETORES IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE DEPÓSITO COM GARANTIA RELATIVOS A BENS IMÓVEIS; SERVIÇOS DE GESTÃO DE IMÓVEIS E DE PROPRIEDADES; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM TRANSAÇÕES DE BENS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS INFORMATIZADOS DE INFORMAÇÃO RELACIONADOS COM BENS IMÓVEIS; SERVIÇOS DE MEDIAÇÃO PARA VENDA, À COMISSÃO, DE BENS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE PESQUISA RELACIONADOS COM A AQUISIÇÃO DE IMÓVEIS; SERVIÇOS FIDUCIÁRIOS RELATIVOS A BENS IMÓVEIS; SERVIÇOS FINANCEIROS DE MANDATÁRIOS (DEPOSITÁRIOS) PARA A DETENÇÃO DE BENS PARA TERCEIROS; SERVIÇOS FINANCEIROS PARA MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA; SERVIÇOS RELACIONADOS COM A GESTÃO IMOBILIÁRIA; SINDICAÇÃO IMOBILIÁRIA.

(591)  
(540)





(531) 7.1.24 ; 27.3.15 ; 27.5.10

(210) **757637** MNA  
 (220) 2025.11.22  
 (300)  
 (730) PT **APPC - SAÚDE E CONSULTORIA, LDA**  
 (511) 16 BROCHURAS.  
 41 FORMAÇÃO EM SAÚDE; EDUCAÇÃO E  
 FORMAÇÃO.  
 (591) VERDE; BRANCO; VERMELHO; PRETO; AMARELO;  
 AZUL  
 (540)



(531) 9.7.21 ; 29.1.14

(210) **757639** MNA  
 (220) 2025.11.22  
 (300)  
 (730) CNLIN QUANGUANG  
 (511) 07 FERRAMENTAS PARA MÁQUINAS-FERRAMENTAS;  
 FERRAMENTAS ELÉTRICAS; MÁQUINAS-  
 FERRAMENTAS; FERRAMENTAS PARA MÁQUINAS.  
 08 SERRAS [FERRAMENTAS]; BROCAS  
 [FERRAMENTAS]; PORTA-FERRAMENTAS.  
 20 MÓVEIS; MOBILIÁRIO.  
 21 ARTIGOS DE LIMPEZA.  
 35 SERVIÇOS DE IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO.

(591)  
 (540)



(531) 5.3.14 ; 26.99.3 ; 26.99.18 ; 27.5.4 ; 27.5.7 ; 27.5.17

(210) **757643** MNA  
 (220) 2025.11.23  
 (300)  
 (730) PT **GABRIEL JESUS CONCEIÇÃO**  
 (511) 25 VESTUÁRIO; PARTES DE VESTUÁRIO, CALÇADO E  
 CHAPELARIA.  
 (591)  
 (540)

**ALPHORREKA**

(210) **757649** MNA  
 (220) 2025.11.23  
 (300)  
 (730) PT **HELDER DIOGO DOS SANTOS MENDES**  
 (511) 09 TELAS [FOTOGRAFIA]; FOTOGRAFIAS DIGITAIS  
 DESCARREGÁVEIS.  
 16 FOTOGRAFIAS IMPRESSAS; FOTOGRAFIAS  
 EMOLDURADAS; ÁLBUNS DE FOTOGRAFIAS;  
 ÁLBUNS DE FOTOGRAFIAS PERSONALIZADOS  
 [ÁLBUNS DE FOTOGRAFIAS]; RETRATOS SOB A  
 FORMA DE FOTOGRAFIAS IMPRESSAS; IMAGENS  
 SOB A FORMA DE FOTOGRAFIAS IMPRESSAS.  
 40 RETOQUE DE FOTOGRAFIAS; IMPRESSÃO DE  
 FOTOGRAFIAS; APERFEIÇOAMENTO DIGITAL DE  
 FOTOGRAFIAS; IMPRESSÃO DE IMAGENS E  
 FOTOGRAFIAS ARMAZENADAS DIGITALMENTE.  
 41 FOTOGRAFIA; PUBLICAÇÃO DE FOTOGRAFIAS;  
 SERVIÇOS EDUCATIVOS RELACIONADOS COM  
 FOTOGRAFIA; PRODUÇÃO DE ÁUDIO, VÍDEO E  
 MULTIMÉDIA, E FOTOGRAFIA; SERVIÇOS DE  
 FOTÓGRAFO PARA TIRAR FOTOGRAFIAS EM  
 CASAMENTOS.

(591)  
 (540)

**HELDER MENDES**

(210) **757650** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)  
 (730) PT **MARTIM VIDEIRA DINIS DE OLIVEIRA  
 NUNES**  
 (511) 25 VESTUÁRIO.  
 (591)  
 (540)



(531) 27.5.22 ; 27.99.18

(210) **757651** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)

(730) PT **BONUS ITINERIS - COOPERATIVA DE QUALIFICAÇÃO TURÍSTICA E TERRITORIAL CRL**

(511) 19 ESTRUTURAS NÃO METÁLICAS E TRANSPORTÁVEIS PARA SINALIZAÇÃO DE ROTAS E PARQUES NATURAIS; ESTRUTURAS E CONSTRUÇÕES TRANSPORTÁVEIS, NÃO SENDO DE METAL; CONSTRUÇÕES EM MADEIRA; VEDAÇÕES NÃO METÁLICAS.  
 20 MOBILIÁRIO; MOBILIÁRIO CONCEBIDO PARA EXTERIOR; MOBILIÁRIO EM MADEIRA E PLÁSTICO RECICLADO PARA ESPAÇOS NATURAIS.  
 37 REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE SINALIZAÇÃO E SINALÉTICA; REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE MOBILIÁRIO.  
 40 FABRICO DE ESTRUTURAS E PRODUTOS DE SINALIZAÇÃO E SINALÉTICA, POR ENCOMENDA; FABRICO DE MOBILIÁRIO, POR ENCOMENDA; SERVIÇOS DE IMPRESSÃO E GRAVAÇÃO.

(591)  
 (540)

**ITINERIS**

(210) **757652** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)

(730) PT **LILIAN MAY GOMES GRAMS**

(511) 43 SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO, ACONSELHAMENTO E RESERVA RELATIVOS A ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; SERVIÇOS DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO.

(591)  
 (540)

**VOLUTA**

(210) **757653** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)

(730) PT **ANTÓNIO LUÍS FERREIRA LOPES**

(511) 35 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO.  
 41 SERVIÇOS DE FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO; SERVIÇOS DE FORMAÇÃO E ENSINO.

(591)  
 (540)



(531) 13.1.6

(210) **757655** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)

(730) PT **MARINA ISABEL OLIVEIRA SIMÃOZINHO**

(511) 14 ITENS DE JOALHARIA; JÓIAS; PRODUTOS DE JOALHARIA.  
 25 CALÇADO; VESTUÁRIO; PARTES DE VESTUÁRIO, CALÇADO E CHAPELARIA; CHAPELARIA.  
 35 SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E PROMOCIONAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE PROMOÇÃO E DE MARKETING; AQUISIÇÃO DE CONTRATOS DE COMPRA E VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS; AQUISIÇÃO DE CONTRATOS PARA OUTROS PARA A VENDA DE PRODUTOS.

(591)  
 (540)



(531) 4.3.20

(210) **757656** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)  
 (730) PT **RAQUEL DA SILVA TEIXEIRA**

(511) 35 CONSULTORIA EMPRESARIAL; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EMPRESARIAL; CONSULTORIA EM EFICIÊNCIA EMPRESARIAL; CONSULTORIA EM MARKETING EMPRESARIAL; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EMPRESARIAL PARA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EMPRESARIAL PARA A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL; ASSISTÊNCIA, SERVIÇOS DE ASSESSORIA E CONSULTORIA EM MATÉRIA DE ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL; CONSULTORIA EM ORGANIZAÇÃO E GESTÃO EMPRESARIAL NA ÁREA DE GESTÃO DE PESSOAL; SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING.

41 FORMAÇÃO; FORMAÇÃO EMPRESARIAL; COACHING [FORMAÇÃO]; FORMAÇÃO CONTÍNUA; FORMAÇÃO PROFISSIONAL; FORMAÇÃO INDUSTRIAL; FORMAÇÃO AVANÇADA; ENSINO [FORMAÇÃO]; FORMAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO; CURSOS DE FORMAÇÃO; EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO; FORMAÇÃO E INSTRUÇÃO; CONSULTADORIA EM FORMAÇÃO; FORMAÇÃO DE PESSOAL; FORMAÇÃO EM SAÚDE; SERVIÇOS DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL; FORMAÇÃO EM GESTÃO EMPRESARIAL; FORMAÇÃO EM COMPETÊNCIAS EMPRESARIAIS; ACOMPANHAMENTO TÉCNICO PESSOAL (FORMAÇÃO); FORMAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO PESSOAL; SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO; REALIZAÇÃO DE AÇÕES DE FORMAÇÃO; FORMAÇÃO RELACIONADA COM COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS; SERVIÇOS DE FORMAÇÃO PARA PESSOAL; SERVIÇOS DE FORMAÇÃO EM NEGÓCIOS; FORNECIMENTO DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS RELACIONADAS COM FORMAÇÃO; ASSESSORIA RELACIONADA COM A FORMAÇÃO MÉDICA; CURSOS DE FORMAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO; FORMAÇÃO TÉCNICA RELACIONADA COM ANÁLISE QUÍMICA; FORMAÇÃO EM SAÚDE E BEM-ESTAR; CURSOS DE FORMAÇÃO RELACIONADOS COM CIÊNCIA; ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL [CONSULTORIA EM EDUCAÇÃO OU FORMAÇÃO]; SERVIÇOS DE FORMAÇÃO EM MATÉRIA DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO RELACIONADOS COM FORMAÇÃO EMPRESARIAL; FORNECIMENTO DE CURSOS CONTÍNUOS DE FORMAÇÃO MÉDICA.

42 SERVIÇOS CIENTÍFICOS E TECNOLÓGICOS; SERVIÇOS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA; TESTES, AUTENTICAÇÃO E CONTROLO DE QUALIDADE; SERVIÇOS DE DESIGN; SERVIÇOS DE TI (TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO).

44 SERVIÇOS DE CUIDADOS DE SAÚDE PARA PESSOAS; SERVIÇOS DE HIGIENE E CUIDADOS DE BELEZA PARA PESSOAS; CUIDADOS DE HIGIENE E BELEZA PARA SERES HUMANOS; CUIDADOS DE HIGIENE E DE BELEZA PARA SERES HUMANOS; CUIDADOS HIGIÊNICOS E DE BELEZA PARA PESSOAS; SERVIÇOS DE HIGIENE CORPORAL E DE BELEZA PARA PESSOAS.

(591)  
(540)



(531) 27.99.16

(210) **757657** MNA  
(220) 2025.11.24  
(300)

(730) **PT JOÃO RIBEIRO COELHO**  
**PT DARIO ANTÓNIO GONÇALVES**  
**ALMEIDA**

(511) 41 ORGANIZAÇÃO, PRODUÇÃO E APRESENTAÇÃO DE REPRESENTAÇÕES TEATRAIS.

(591)  
(540)



(531) 27.5.17

(210) **757658** MNA  
(220) 2025.11.24  
(300)

(730) **PT G, G, V E A ATACADO DO BRASILEIRO**  
**LDA**

(511) 29 DOCES [GELEIAS].  
30 ALIMENTOS FARINÁCEOS; FARINHAS ALIMENTARES; MASSAS ALIMENTARES; TEMPEROS ALIMENTARES; CONDIMENTOS ALIMENTARES; SNACKS EXTRUDADOS DE TRIGO; BISCOITOS SALGADOS; BISCOITOS SALGADOS [BOLACHAS]; APERITIVOS SALGADOS À BASE DE FARINHA; BISCOITOS; CHOCOLATES; DOCES GELADOS; DOCES [GULOSEIMAS]; DOCES NÃO MEDICINAIS; CARAMELOS DUROS [DOCES].

(591)  
(540)

**ATACADO DO BRASILEIRO**

(210) **757660** MNA  
(220) 2025.11.24  
(300)

(730) **PT FLÁVIO ANDRÉ DA COSTA FONTES**

(511) 37 LIMPEZA DE EDIFÍCIOS; TRABALHOS DE PINTURA; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE LIMPEZA; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS; ASSENTAMENTO DE LADRILHOS, TIJOLOS OU BLOCOS; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS IMPERMEÁVEIS; COLOCAÇÃO DE PAVIMENTOS LAMINADOS; COLOCAÇÃO DE RELVA ARTIFICIAL; ELIMINAÇÃO DE RESÍDUOS [SERVIÇO DE LIMPEZA]; INSTALAÇÃO DE PORTAS E JANELAS; INSTALAÇÃO DE PAVIMENTOS DE MADEIRA; LIMPEZA DE CHAMINÊS; LIMPEZA DE INTERIORES; LIMPEZA DE SUPERFÍCIES EXTERIORES DE EDIFÍCIOS.

(591) Preto, branco, vermelho, dourado  
(540)



(531) 2.7.2 ; 24.1.8



Montes de Gema

(531) 1.3.1 ; 6.19.11 ; 26.1.16

(210) **757662** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)  
 (730) **PT CLÍNICA MÉDICA E DENTÁRIA TELES, LDA.**  
 (511) 10 PRÓTESES DENTÁRIAS; PRÓTESES PARA MEDICINA DENTÁRIA; APARELHOS E INSTRUMENTOS DENTÁRIOS; DENTES ARTIFICIAIS; APARELHOS PARA USO NA COLOCAÇÃO DE DENTES ARTIFICIAIS; INSTRUMENTOS PARA USO NA COLOCAÇÃO DE DENTES ARTIFICIAIS.  
 35 PUBLICIDADE; ORGANIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES COM FINS COMERCIAIS OU DE PUBLICIDADE.  
 40 FABRICO POR ENCOMENDA DE PRÓTESES DENTÁRIAS.  
 41 SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO; SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO, ENTRETENIMENTO E DESPORTO; FORMAÇÃO; FORMAÇÃO EMPRESARIAL; FORMAÇÃO PROFISSIONAL.  
 44 ODONTOLOGIA; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE ODONTOLOGIA; MEDICINA DENTÁRIA; ASSESSORIA RELACIONADA COM MEDICINA DENTÁRIA; SERVIÇOS DE CONSULTAS MÉDICAS; ASSISTÊNCIA DENTÁRIA; SERVIÇOS DE CLÍNICAS DENTÁRIAS; ODONTOLOGIA COSMÉTICA; SERVIÇOS DE BRANQUEAMENTO DE DENTES; GESTÃO DE SERVIÇOS DE CUIDADOS DE SAÚDE; ACONSELHAMENTO EM QUESTÕES DE SAÚDE; CUIDADOS DE SAÚDE.

(591)  
(540)

CLÍNICA TELES

(210) **757663** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)  
 (730) **PT PEDRO ABEL SILVA DE MOURA**  
 (511) 29 OVOS DE AVES E PRODUTOS À BASE DE OVO; OVOS.

(591)  
(540)

(210) **757665** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)  
 (730) **PT SOLAR DE GOMARIZ SOCIEDADE AGRÍCOLA, LDA.**  
**PT WELDSTEEL CONSULTING, UNIPESSOAL, LDA**

(511) 41 ESCOLAS DE HIPISMO; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS HÍPICOS; FORNECIMENTO DE INSTALAÇÕES PARA HIPISMO.

(591)  
(540)

CENTRO EQUESTRE DE GOMARIZ

(210) **757666** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)  
 (730) **PT RITA NOGUEIRA**  
 (511) 19 MATERIAIS E ELEMENTOS DE CONSTRUÇÃO FEITOS DE AREIA, PEDRA, ROCHA, ARGILA, MINERAIS E BETÃO.  
 35 CONSULTORIA EMPRESARIAL.  
 37 CONSULTORIA EM CONSTRUÇÃO.  
 40 SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO, ACONSELHAMENTO E CONSULTORIA RELACIONADOS COM A RECICLAGEM DE RESÍDUOS E LIXO.

(591)  
(540)

CIRCLO

(210) **757663** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)  
 (730) **PT PEDRO ABEL SILVA DE MOURA**  
 (511) 29 OVOS DE AVES E PRODUTOS À BASE DE OVO; OVOS.

(591)  
(540)

(210) **757669** MNA  
 (220) 2025.11.24  
 (300)  
 (730) **PT ATITUDE ACERTADA LDA.**  
 (511) 36 MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA.



(591)  
(540)

## ATITUDE ACERTADA

(210) **757671** MNA  
(220) 2025.11.24  
(300)  
(730) PT **HELDER ANTÓNIO BARROS MOREIRA PEDREIRA**  
PT **JOSÉ ANTÓNIO MOREIRA PEDREIRA MORAIS**  
PT **WILSON LIMA BRAG**  
(511) 33 BEBIDAS ESPIRITUOSAS; BEBIDAS DESTILADAS; BEBIDAS ESPIRITUOSAS DESTILADAS; BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA).  
44 CULTIVO DE UVAS PARA A PRODUÇÃO DE VINHO.  
(591)  
(540)

## COURAGGIO

(210) **757673** MNA  
(220) 2025.11.24  
(300)  
(730) PT **PEDRO GIL GUERREIRO BERNARDO**  
(511) 41 ORGANIZAÇÃO DE ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE FESTAS; ORGANIZAÇÃO DE FESTAS [DIVERSÃO]; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE FESTAS [ENTRETENIMENTO].  
(591)  
(540)

## WAHALA

(210) **757689** MNA  
(220) 2025.11.19  
(300)  
(730) PT **MARCO ANTÓNIO JESUS FREITAS**  
(511) 33 VINHO TINTO.  
(591)  
(540)



(531) 5.7.10 ; 19.1.1 ; 26.1.16

(210) **757706** MNA  
(220) 2025.11.23  
(300)  
(730) PT **CAVES DA MONTANHA - A. HENRIQUES, SA.**  
(511) 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA); ESSÊNCIAS E EXTRATOS ALCOÓLICOS; BEBIDAS ALCOÓLICAS EXCETO CERVEJA; PREPARAÇÕES ALCOÓLICAS PARA FAZER BEBIDAS; PREPARAÇÕES PARA PRODUZIR BEBIDAS ALCOÓLICAS.  
(591)  
(540)

## D. TERESA

(210) **757711** MNA  
(220) 2025.11.23  
(300)  
(730) PT **R-FACTOR, UNIPessoal, LDA**  
(511) 37 CONSTRUÇÕES DE ENGENHARIA CIVIL; CONSULTADORIA EM ENGENHARIA CIVIL [CONSTRUÇÃO]; CONSTRUÇÃO DE OBRAS DE ENGENHARIA CIVIL; SUPERVISÃO NO LOCAL DE CONSTRUÇÕES DE OBRAS DE ENGENHARIA CIVIL; SUPERVISÃO DA CONSTRUÇÃO DE PROJETOS DE ENGENHARIA CIVIL.  
(591) RGB 75, 164, 149, 76.  
(540)



(531) 26.5.18 ; 27.99.18

(210) **757717** MNA  
(220) 2025.11.24  
(300)  
(730) PT **PHPH, LDA**  
(511) 09 CABINES FOTOGRÁFICAS.  
41 ALUGUER DE CABINES FOTOGRÁFICAS.  
(591)  
(540)

## TAKEAPIC

(210) **757718** **MNA**  
(220) 2025.11.24  
(300)  
(730) **PT SOFIA PINTO GARCIA**  
(511) 25 VESTUÁRIO.  
35 SERVIÇOS DE VENDA A RETALHO ON-LINE  
RELATIVOS A ARTIGOS DE VESTUÁRIO.  
40 ALFAIATARIA PERSONALIZADA.

(591)  
(540)

**SOFIA GARCIA**

DE ENGENHARIA CIVIL; CONSTRUÇÃO DE  
PROPRIEDADES RESIDENCIAIS; CONSTRUÇÃO DE  
OBRAS DE ENGENHARIA CIVIL; APLICAÇÃO DE  
REBOCO EM PISCINAS.

(591)

(540)

**ANTÓNIOS ENGENHARIA E  
CONSTRUÇÃO**

(210) **757719** **MNA**  
(220) 2025.11.24  
(300)  
(730) **PT PORTIUSA - CONSTRUÇÃO E  
CÓMERCIO, UNIPESSOAL, LDA**

(511) 37 EDIFICAÇÃO, CONSTRUÇÃO E DEMOLIÇÃO;  
ALVENARIA; APLICAÇÃO DE BETONILHA;  
APLICAÇÃO DE REBOCO EM EDIFÍCIOS;  
APLICAÇÃO DE PINTURAS DE PROTEÇÃO EM  
CONSTRUÇÕES; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS  
DE PROTEÇÃO PARA CONSTRUÇÕES; COLOCAÇÃO  
DE TIJOLOS [ALVENARIA]; CONSTRUÇÃO;  
CONSTRUÇÃO DE ALPENDRES; CONSTRUÇÃO DE  
CASAS; CONSTRUÇÃO DE ÁREAS HABITACIONAIS;  
CONSTRUÇÃO DE CASAS PRIVADAS;  
CONSTRUÇÃO DE CENTROS COMERCIAIS;  
CONSTRUÇÃO DE COMPLEXOS DE LAZER;  
CONSTRUÇÃO DE COMPLEXOS PARA NEGÓCIOS;  
CONSTRUÇÃO DE COZINHAS; CONSTRUÇÃO DE  
EDIFÍCIOS; CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS  
MULTIFAMILIARES; CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS  
POR EMPREITADA; CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS  
RESIDENCIAIS; CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS  
RESIDENCIAIS E COMERCIAIS; CONSTRUÇÃO DE  
ESCRITÓRIOS; CONSTRUÇÃO DE ESTRUTURAS DE  
ENGENHARIA CIVIL POR COLOCAÇÃO DE BETÃO;  
CONSTRUÇÃO DE EXTENSÕES DE CASAS;  
CONSTRUÇÃO DE HABITAÇÃO SOCIAL;  
CONSTRUÇÃO DE HABITAÇÕES; TRABALHOS DE  
CONSTRUÇÃO SUBTERRÂNEOS RELACIONADOS  
COM TUBAGENS; TRABALHOS DE CONSTRUÇÃO  
SUBTERRÂNEOS RELACIONADOS COM A  
INSTALAÇÃO DE FIOS; TRABALHOS DE  
CANALIZAÇÃO; TRABALHOS DE COBERTURA DE  
TELHADOS; TRABALHOS DE CONSTRUÇÃO;  
TRABALHOS DE CONSTRUÇÃO DE FUNDAÇÕES;  
SERVIÇOS DE REBOCO; SERVIÇOS DE PINTURA E  
DECORAÇÃO; SERVIÇOS DE PINTURA DE CASAS;  
SERVIÇOS DE GESTÃO DE OBRAS; SERVIÇOS DE  
GESTÃO DE PROJETOS DE CONSTRUÇÃO;  
SERVIÇOS DE EMPREITEIRO DE REBOCO;  
SERVIÇOS DE EMPREITEIRO DE PINTURA;  
SERVIÇOS DE EMPREITADA GERAL DE  
CONSTRUÇÃO; SERVIÇOS DE DEMOLIÇÃO;  
SERVIÇOS DE CONSTRUÇÃO E DE EDIFICAÇÃO;  
SERVIÇOS DE CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS;  
SERVIÇOS DE CONSTRUÇÃO CIVIL; SERVIÇOS DE  
CANALIZAÇÃO; ISOLAMENTO DE EDIFÍCIOS  
DURANTE A CONSTRUÇÃO; ISOLAMENTOS  
(CONSTRUÇÃO); IMPERMEABILIZAÇÃO DE  
EDIFÍCIOS DURANTE A CONSTRUÇÃO;  
IMPERMEABILIZAÇÃO DURANTE CONSTRUÇÕES;  
DEMOLIÇÃO DE CONSTRUÇÕES; DEMOLIÇÃO DE  
EDIFÍCIOS; DEMOLIÇÃO DE OBRAS DE  
ENGENHARIA CIVIL; CONSTRUÇÃO  
PERSONALIZADA DE CASAS; CONSTRUÇÃO  
PERSONALIZADA DE MORADIAS; CONSTRUÇÕES

(210) **757720** **MNA**

(220) 2025.11.24

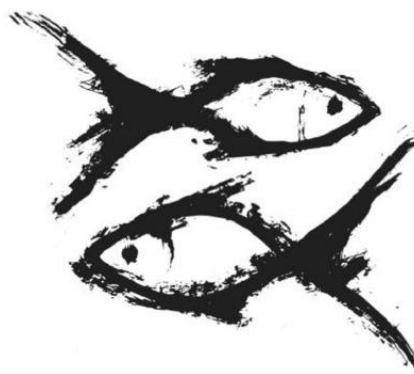
(300)

(730) **PT ADEGA COOPERATIVA REGIONAL DE  
MONÇÃO, C.R.L.**

(511) 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA);  
BEBIDAS ALCOÓLICAS EXCETO CERVEJA.

(591)

(540)



(531) 3.9.1

(210) **757721** **MNA**

(220) 2025.11.24

(300)

(730) **PT ADEGA COOPERATIVA REGIONAL DE  
MONÇÃO, C.R.L.**

(511) 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA);  
BEBIDAS ALCOÓLICAS EXCETO CERVEJA.

(591)

(540)

**VERLICIOUS**

(210) **757722** **MNA**

(220) 2025.11.24

(300)

(730) **PT SUSANA MARIA DOS SANTOS LEITE**

(511) 18 VESTUÁRIO PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO;  
PERNEIRAS PARA ANIMAIS; CAPAS PARA ANIMAIS  
DE ESTIMAÇÃO; COLEIRAS PARA ANIMAIS DE  
ESTIMAÇÃO; TRELAS PARA ANIMAIS; CAIXAS DE  
TRANSPORTE DE ANIMAIS [SACOS]; COBERTORES

E AGASALHOS PARA ANIMAIS; CHAPÉUS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO; ROUPAS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO; SACOS DE RAÇÃO PARA ANIMAIS.

42 CONCEÇÃO DE VESTUÁRIO PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO.

(591)

(540)

## FILOLA

(210) **757732**

(220) 2025.11.24

(300)

(730) **PT JOSÉ RUI SANTOS DE ALMEIDA BRANCO**

(511) 05 PREPARAÇÕES E SUBSTÂNCIAS VETERINÁRIAS; SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS PARA USO VETERINÁRIO; SUPLEMENTOS ALIMENTARES PARA USO VETERINÁRIO; PREPARADOS FARMACÊUTICOS PARA USO VETERINÁRIO.

44 ASSISTÊNCIA VETERINÁRIA; SERVIÇOS VETERINÁRIOS; HOSPITAIS VETERINÁRIOS; SERVIÇOS CIRÚRGICOS VETERINÁRIOS; SERVIÇOS DE CIRURGIA VETERINÁRIA; SERVIÇOS DE ASSESSORIA VETERINÁRIA; SERVIÇOS DE EXAMES VETERINÁRIOS; SERVIÇOS VETERINÁRIOS E DE AGRICULTURA.

(591)

(540)

## ECOVIEV

(210) **757733**

(220) 2025.11.24

(300)

(730) **PT MAFALDA SOFIA RAMOS BAIÃO**

(511) 40 COSTURA; ESTAMPAGEM DE PADRÕES; ESTAMPAGEM COM PRENSA; ESTAMPAGEM DE PADRÕES EM MATÉRIAS TÊXTEIS; IMPRESSÃO.

42 DESIGN GRÁFICO; DESIGN GRÁFICO DE MATERIAL DE IMPRESSÃO; DESIGN GRÁFICO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS; DESIGN GRÁFICO DE MATERIAIS PROMOCIONAIS; SERVIÇOS DE DESIGN GRÁFICO; DESIGN DE GRÁFICOS E CONCEÇÃO DE FARDAS PARA A IDENTIDADE DE EMPRESAS.

(591) RGB(224, 176, 167); RGB(246, 246, 246); RGB(187, 154, 125); RGB(172, 191, 184); RGB(138, 109, 76)

(540)



(531) 26.1.22

(210) **757734**

(220) 2025.11.24

(300)

(730) **PT RICARDO SAMPAIO**

(511) 33 BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCLUINDO CERVEJA).

(591)

(540)

## RS WINES

(210) **757737**

(220) 2025.11.25

(300)

(730) **PT FRANCLIM EZEQUIEL FERRÁS DE GOUVEIA**

(511) 41 ENSINO DE DANÇA; ENSINO DE DANÇA PARA CRIANÇAS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE DANÇA; ESTÚDIOS DE DANÇA; ESCOLAS DE DANÇA.

(591)

(540)

## COMPANHIA DE DANÇA DO SEIXAL

(210) **757738**

(220) 2025.11.25

(300)

(730) **PT VASCO MIRA**

(511) 36 SERVIÇOS IMOBILIÁRIOS; ADMINISTRAÇÃO DE IMÓVEIS; AGÊNCIA IMOBILIÁRIA; AGÊNCIAS IMOBILIÁRIAS; AQUISIÇÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS EM NOME DE TERCEIROS; AQUISIÇÃO DE IMÓVEIS PARA TERCEIROS; AQUISIÇÃO DE TERRENOS PARA ARRENDAMENTO; ASSISTÊNCIA NA AQUISIÇÃO DE BENS IMÓVEIS; ASSISTÊNCIA NA AQUISIÇÃO E NA PARTICIPAÇÃO FINANCEIRA RELATIVA A IMÓVEIS; AVALIAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS; COBRANÇA DE ALUGUERES; COLETA DE RENDAS; CONSULTADORIA IMOBILIÁRIA; CONSULTADORIA RELATIVA À COMPRA DE BENS IMOBILIÁRIOS; CONSULTAS IMOBILIÁRIAS; DISPONIBILIZAÇÃO DE MORADIAS DE HABITAÇÃO PERMANENTE; FINANCIAMENTO PARA PROMOÇÃO IMOBILIÁRIA; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO RELATIVA AOS NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS, ATRAVÉS DA INTERNET; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES IMOBILIÁRIAS RELATIVAS A PROPRIEDADES E TERRENOS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS À ADMINISTRAÇÃO DE TERRENOS; GESTÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS; GESTÃO DE CARTEIRAS DE IMÓVEIS; GESTÃO DE IMÓVEIS; GESTÃO DE

PROPRIEDADES [BENS IMOBILIÁRIOS]; GESTÃO DE PROPRIEDADES COMERCIAIS; GESTÃO IMOBILIÁRIA; MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA; PARTILHA DE CAPITAL IMOBILIÁRIO; ORGANIZAÇÃO DE COPROPRIEDADE DE BENS IMÓVEIS; ORGANIZAÇÃO DE CONCESSÃO PARA FINANCIAMENTO DE COMPRA DE BENS IMÓVEIS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÃO RELACIONADA COM BENS IMOBILIÁRIOS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS AO MERCADO IMOBILIÁRIO; OBTENÇÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS PARA TERCEIROS; GESTÃO IMOBILIÁRIA PARA COMUNIDADES DE REFORMADOS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA IMOBILIÁRIA PARA A VENDA E ARRENDAMENTO DE EDIFÍCIOS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA IMOBILIÁRIA PARA A VENDA E ARRENDAMENTO DE EMPRESAS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE PROPRIEDADES IMOBILIÁRIAS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS IMOBILIÁRIAS RELATIVOS À COMPRA E VENDA DE IMÓVEIS; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE IMÓVEIS; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE TERRENOS; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE TERRENOS [EM NOME DE TERCEIROS]; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM A PROPRIEDADE DE BENS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM AVALIAÇÕES IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EM IMÓVEIS; SERVIÇOS DE DEPÓSITO COM GARANTIA RELATIVOS A BENS IMÓVEIS; SERVIÇOS DE GESTÃO DE IMÓVEIS E DE PROPRIEDADES; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM COMPLEXOS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM EDIFÍCIOS RESIDENCIAIS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM EXPLORAÇÕES AGRÍCOLAS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM EXPLORAÇÕES HORTÍCOLAS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM HABITAÇÕES; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM IMÓVEIS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM INSTALAÇÕES DE ESCRITÓRIOS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM INSTALAÇÕES INDUSTRIAIS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM TRANSAÇÕES DE BENS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE LIQUIDAÇÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS [SERVIÇOS FINANCEIROS]; SERVIÇOS DE MEDIAÇÃO PARA VENDA, A COMISSÃO, DE BENS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE PESQUISA RELACIONADOS COM A AQUISIÇÃO DE IMÓVEIS; SERVIÇOS DE PROCURA DE PROPRIEDADES DOMÉSTICAS; SERVIÇOS FIDUCIÁRIOS RELATIVOS A BENS IMÓVEIS; SERVIÇOS FINANCEIROS DE MANDATÁRIOS (DEPOSITÁRIOS) PARA A DETENÇÃO DE BENS PARA TERCEIROS; SERVIÇOS FINANCEIROS PARA MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA; SERVIÇOS INFORMATIZADOS DE INFORMAÇÃO RELACIONADOS COM BENS IMÓVEIS; SERVIÇOS RELACIONADOS COM A GESTÃO IMOBILIÁRIA; SINDICAÇÃO IMOBILIÁRIA.

(591)  
(540)

## AGROSTATE

(210) **757747** MNA  
(220) 2025.11.25  
(300)  
(730) **PT AMARO NUNO OLIVEIRA GOMES**  
(511) 35 SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS.  
36 SERVIÇOS FINANCEIROS, MONETÁRIOS E BANCÁRIOS.  
(591)  
(540)

## PARCENDI

(210) **757750** MNA  
(220) 2025.11.25  
(300)  
(730) **PT PEDRO FERREIRA PEREIRA FERNANDES**  
(511) 35 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE MARKETING E PROMOCIONAIS; SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA, GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DE PROMOÇÃO E DE MARKETING.  
(591)  
(540)

## AURORA PRESTIGE

(210) **757751** MNA  
(220) 2025.11.25  
(300)  
(730) **AO VALENTINA YOLANDA LEMOS DE LUCAS MANUEL**  
(511) 44 ERVANÁRIA; ACONSELHAMENTO DIETÉTICO E NUTRICIONAL; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO RELACIONADA COM SUPLEMENTOS DIETÉTICOS E NUTRICIONAIS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO NUTRICIONAL SOBRE ALIMENTOS.  
(591)  
(540)

## KAIVITTA

(210) **757754** MNA  
(220) 2025.11.25  
(300)  
(730) **PT SUSANA RITA FICHTL CRESPO DE SOUSA E ALMEIDA**  
(511) 44 SERVIÇOS DE CONSULTA DE NUTRICIONISMO; CONSULTADORIA NUTRICIONAL; CONSULTORIA EM NUTRIÇÃO E DIETÉTICA; ORIENTAÇÃO DIETÉTICA; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÃO NUTRICIONAL SOBRE ALIMENTOS; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO EM ORIENTAÇÃO DIETÉTICA E NUTRICIONAL; PLANEAMENTO E SUPERVISÃO DE DIETAS;



SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO EM CONTROLO DE PESO; ORIENTAÇÃO EM MATÉRIA DE NUTRIÇÃO; CONSULTADORIA PROFISSIONAL RELATIVA A NUTRIÇÃO; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA RELACIONADOS COM NUTRIÇÃO; SERVIÇOS DE ASSESSORIA E CONSULTADORIA RELACIONADOS COM NUTRIÇÃO; ACONSELHAMENTO EM DIETA E NUTRIÇÃO; ACONSELHAMENTO SOBRE NUTRIÇÃO; ACONSELHAMENTO NO DOMÍNIO DA NUTRIÇÃO; SERVIÇOS DE NUTRICIONISTA; SERVIÇOS PRESTADOS POR NUTRICIONISTAS; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE SUPLEMENTOS DIETÉTICOS E NUTRIÇÃO; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE SAÚDE; ACONSELHAMENTO EM QUESTÕES DE SAÚDE; CONSULTADORIA E ACONSELHAMENTO EM ESTILO DE VIDA PARA FINS MÉDICOS; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE SAÚDE.

(591)

(540)

## CUIDADO INTEGRAL 40+

(210) 757755

MNA

(220) 2025.11.25

(300)

(730) PT MILTON ARMANDO GOMES SILVA RABSON

(511) 37 SERVIÇOS DE LAVANDARIA.

40 TRATAMENTO DE TÊXTEIS.

(591)

(540)

## ECO LAVA PORTUGAL

(210) 757756

MNA

(220) 2025.11.25

(300)

(730) PT PAULA CRISTINA CALDEIRA COSTA

(511) 20 OBRAS DE ARTE FEITAS EM MADEIRA; OBRAS DE ARTE EM CORTIÇA.

(591)

(540)

## FOGO COM ARTE - PIROGRAVURAS

(210) 757761

MNA

(220) 2025.11.25

(300)

(730) PT JOÃO PEDRO LOURENÇO ALMEIDA

(511) 41 SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO; FORMAÇÃO PROFISSIONAL.

42 SERVIÇOS DE TI (TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO); SERVIÇOS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA; TESTES, AUTENTICAÇÃO E CONTROLO DE QUALIDADE.

45 SERVIÇOS DE PROTEÇÃO, SALVAMENTO, SEGURANÇA E EXECUÇÃO DA LEI; SERVIÇOS JURÍDICOS; SERVIÇOS POLÍTICOS.

(591)

(540)

## SECURITY 3

(210) 757763

MNA

(220) 2025.11.25

(300)

(730) PT LORENZZA CALHAU NASCIMENTO FERNANDES

(511) 37 AFIAÇÃO DE FACAS; AFIAÇÃO DE TESOURAS; SERVIÇOS DE AFIAÇÃO; AFIAÇÃO DE PONTAS DE BROCAS; AFIAÇÃO DE CORTADORES DE RELVA; AFIAÇÃO DE TESOURAS E FACAS DE COZINHA; AFIAÇÃO DE LÂMINAS DE CORTADORES DE RELVA; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS À AFIAÇÃO DE TESOURAS E FACAS DE COZINHA; ALUGUER DE EQUIPAMENTO DE ESTERILIZAÇÃO PARA EQUIPAMENTO DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL (EPP); AMOLAÇÃO DE FACAS DE COZINHA.

(591)

(540)

## AFIARTE

(210) 757767

MNA

(220) 2025.11.25

(300)

(730) PT JOÃO MANUEL CATARRO GUERREIRO

(511) 35 CONSULTORIA EM ORGANIZAÇÃO E GESTÃO EMPRESARIAL NA ÁREA DE GESTÃO DE PESSOAL; ASSISTÊNCIA, SERVIÇOS DE ASSESSORIA E CONSULTORIA EM MATÉRIA DE ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EMPRESARIAL PARA A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EMPRESARIAL; CONSULTORIA EMPRESARIAL; CONSULTORIA EM MARKETING EMPRESARIAL.

41 COACHING [FORMAÇÃO]; FORMAÇÃO EMPRESARIAL.

(591)

(540)

## BLOOMLAB CONSULTING

(210) 757771

MNA

(220) 2025.11.25

(300)

(730) PT JOÃO PEDRO LOURENÇO ALMEIDA

(511) 41 SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO; FORMAÇÃO PROFISSIONAL.

42 SERVIÇOS DE TI (TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO); SERVIÇOS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA; TESTES, AUTENTICAÇÃO E CONTROLO DE QUALIDADE.

(210) 757777

MNA

(220) 2025.11.24

(300)

(730) PT OPHA, INVESTIMENTOS, SGPS, LDA.

(511) 35 ASSESSORIA COMERCIAL RELACIONADA COM FRANCHISING; ASSISTÊNCIA EMPRESARIAL RELACIONADA COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA EMPRESARIAL RELACIONADOS COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA COMERCIAL RELACIONADOS COM FRANCHISING;

SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS DE NEGÓCIOS RELACIONADOS COM FRANCHISING; ASSESSORIA NA GESTÃO DE ESTABELECIMENTOS DE FRANCHISING; CONSULTORIA COMERCIAL RELATIVA A FRANCHISING DE RESTAURANTES; CONSULTORIA E ACONSELHAMENTO COMERCIAL RELACIONADOS COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA COMERCIAL RELATIVOS A FRANQUIAS (FRANCHISING); SERVIÇOS DE CONSULTADORIA DE NEGÓCIOS RELACIONADOS COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE GESTÃO RELACIONADOS COM FRANCHISING; ASSISTÊNCIA NA GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS DE FRANCHISING; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE NEGÓCIOS RELACIONADAS COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE FRANCHISING RELACIONADOS COM CONSULTADORIA DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE NEGÓCIOS COMERCIAIS RELACIONADOS COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM A PUBLICIDADE PARA FRANCHISINGS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA EM GESTÃO DE NEGÓCIOS RELACIONADOS COM FRANCHISING; ASSISTÊNCIA NA GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS NA ÁREA DO FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA COMERCIAL RELACIONADOS COM O ESTABELECIMENTO DE FRANCHISINGS; ASSISTÊNCIA EM GESTÃO DE EMPRESAS NO ÂMBITO DE CONTRATOS DE FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE NEGÓCIOS RELACIONADOS COM A OPERAÇÃO DE FRANCHISINGS; ASSISTÊNCIA NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS, NO ÂMBITO DE UM CONTRATO DE FRANCHISING; SERVIÇOS DE FRANCHISING RELACIONADOS COM A PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA EM MATÉRIA DE MARKETING; ADMINISTRAÇÃO DE ASSUNTOS DE NEGÓCIOS DE FRANQUIAS; FORNECIMENTO DE ASSISTÊNCIA COMERCIAL EM OPERAÇÕES DE FRANQUIA; PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA EMPRESARIAL NA EXPLORAÇÃO DE FRANQUIAS; PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA EMPRESARIAL NO ESTABELECIMENTO DE FRANQUIAS; SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA DE NEGÓCIOS RELACIONADA COM O ESTABELECIMENTO DE NEGÓCIOS DE FRANQUIAS; PROMOÇÃO DE VENDAS [PARA TERCEIROS]; PROMOÇÃO DE VENDAS, EM PONTOS DE COMPRA OU VENDA, PARA TERCEIROS.

- 43 FORNECIMENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS PARA CLIENTES; RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA (FAST FOOD); RESTAURANTES DE SELF-SERVICE; RESTAURANTES PARA SERVIÇO RÁPIDO E PERMANENTE (SNACK-BARES); SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS PARA CLIENTES; SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS TAKE-AWAY; SERVIÇOS DE CAFETERIAS; SERVIÇOS DE CAFÉS; SERVIÇOS DE FORNECIMENTO DE COMIDA PARA FORA (TAKEAWAY); SERVIÇOS DE RESTAURAÇÃO [ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS]; SERVIÇOS DE RESTAURANTES SELF-SERVICE; SERVIÇOS DE SNACK-BAR; SERVIÇOS DE SNACK-BARES; SERVIÇOS DE SNACK-BARS; SNACK-BARES; SNACK-BARS.

(591)

(540)



(531) 11.1.4 ; 26.1.1 ; 26.2.1 ; 27.3.15 ; 27.5.19 ; 27.5.25 ; 27.99.4 ; 27.99.13 ; 27.99.15 ; 27.99.21

(210) 757778

MNA

(220) 2025.11.24

(300)

(730) PT OPHA, INVESTIMENTOS, SGPS, LDA.

(511) 35 ASSESSORIA COMERCIAL RELACIONADA COM FRANCHISING; ASSISTÊNCIA EMPRESARIAL RELACIONADA COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA EMPRESARIAL RELACIONADOS COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA COMERCIAL RELACIONADOS COM FRANCHISING; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS DE NEGÓCIOS RELACIONADOS COM FRANCHISING; ASSESSORIA NA GESTÃO DE ESTABELECIMENTOS DE FRANCHISING; CONSULTORIA COMERCIAL RELATIVA A FRANCHISING DE RESTAURANTES; CONSULTORIA E ACONSELHAMENTO COMERCIAL RELACIONADOS COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA COMERCIAL RELATIVOS A FRANQUIAS (FRANCHISING); SERVIÇOS DE CONSULTADORIA DE NEGÓCIOS RELACIONADOS COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE GESTÃO RELACIONADOS COM FRANCHISING; ASSISTÊNCIA NA GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS DE FRANCHISING; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE NEGÓCIOS RELACIONADAS COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE FRANCHISING RELACIONADOS COM CONSULTADORIA DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE NEGÓCIOS COMERCIAIS RELACIONADOS COM FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM A PUBLICIDADE PARA FRANCHISINGS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA EM GESTÃO DE NEGÓCIOS RELACIONADOS COM FRANCHISING; ASSISTÊNCIA NA GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS NA ÁREA DO FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA COMERCIAL RELACIONADOS COM O ESTABELECIMENTO DE FRANCHISINGS; ASSISTÊNCIA EM GESTÃO DE EMPRESAS NO ÂMBITO DE CONTRATOS DE FRANCHISING; SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE NEGÓCIOS RELACIONADOS COM A OPERAÇÃO DE FRANCHISINGS; ASSISTÊNCIA NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS, NO ÂMBITO DE UM CONTRATO DE FRANCHISING; SERVIÇOS DE FRANCHISING RELACIONADOS COM A PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA EM MATÉRIA DE MARKETING; ADMINISTRAÇÃO DE ASSUNTOS DE NEGÓCIOS DE FRANQUIAS; FORNECIMENTO DE ASSISTÊNCIA COMERCIAL EM OPERAÇÕES DE FRANQUIA; PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA EMPRESARIAL NA EXPLORAÇÃO DE FRANQUIAS; PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA EMPRESARIAL NO ESTABELECIMENTO DE FRANQUIAS; SERVIÇOS DE

ASSISTÊNCIA DE NEGÓCIOS RELACIONADA COM O ESTABELECIMENTO DE NEGÓCIOS DE FRANQUIAS; PROMOÇÃO DE VENDAS [PARA TERCEIROS]; PROMOÇÃO DE VENDAS, EM PONTOS DE COMPRA OU VENDA, PARA TERCEIROS.

- 37 LAVAGEM DE VEÍCULOS; LAVAGEM DE AUTOMÓVEIS; LAVAGEM DE BICICLETAS; LAVAGEM DE MOTOCICLOS; SERVIÇOS DE LAVAGEM A PRESSÃO; ALUGUER DE APARELHOS PARA LAVAGEM DE AUTOMÓVEIS; SERVIÇOS DE LIMPEZA E LAVAGEM DE AUTOMÓVEIS; MANUTENÇÃO DAS INSTALAÇÕES DE LAVAGEM DE VEÍCULOS; REPARAÇÃO OU MANUTENÇÃO DE INSTALAÇÕES PARA LAVAGEM DE VEÍCULOS; REPARAÇÃO DE INSTALAÇÕES DE LAVAGEM DE VEÍCULOS; ALUGUER DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS DE LIMPEZA E LAVAGEM; FORNECIMENTO DE INSTALAÇÕES DE LAVAGEM DE AUTOMÓVEIS EM REGIME DE SELF-SERVICE; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS À REPARAÇÃO OU MANUTENÇÃO DE INSTALAÇÕES DE LAVAGEM DE VEÍCULOS; LIMPEZA MINUCIOSA DE AUTOMÓVEIS; SERVIÇOS DE ESTAÇÃO DE SERVIÇO PARA AUTOMÓVEIS.

(591)

(540)



(531) 26.11.13

---

(210) **757848** MNA

(220) 2025.11.24

(300)

(730) PT **SÍLVIA BARBOSA ALHADA DOMINGOS**

(511) 25 VESTUÁRIO; CHAPELARIA; CALÇADO; ARTIGOS DE CHAPELARIA.

(591)

(540)

**FOUR M'S**

## Concessões

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
745537	2025.12.03	2025.12.03	ÁGUAS DE CARVALHELHOS, S.A.	PT	30 35	RECUSA PARCIAL DO REGISTO: recusada para as classes 32ª e 33ª,
746636	2025.12.02	2025.12.02	AIM HIGH, LDA	PT	07 37	
747062	2025.12.03	2025.12.03	CLARA REGINA FERNANDES	PT	44	
747078	2025.12.04	2025.12.04	VIVEIROS VALTER, LDA	PT	16 22 39	
747928	2025.12.03	2025.12.03	FILIPA ALEXANDRA SANTA BARBARA DIAS	PT	39	RECUSA PARCIAL DO REGISTO: recusada para as classes: 5ª, 32ª, 33ª
747966	2025.12.03	2025.12.03	MAR APRIMORADO UNIPessoal LDA	PT	29	
748077	2025.12.03	2025.12.03	ANTONIO MIGUEL MATIAS PARENTE	PT	25 29 30 32 33 35	
748238	2025.12.03	2025.12.03	LUIS AMÂNDIO RAMOS DE GOUVEIA	PT	43	
748585	2025.12.03	2025.12.03	JOANA COSTA DUARTE VASCONCELOS GUIMARÃES	PT	14	
750698	2025.12.04	2025.12.04	BRUNO MIGUEL ANDRÉ PEREIRA	PT	35 41 43	
750740	2025.12.03	2025.12.03	AZEIZÊZERE - SOCIEDADE UNIPessoal, LDA.	PT	30	
750988	2025.12.03	2025.12.03	TRUSTYFLEET, LDA.	PT	35	
750990	2025.12.03	2025.12.03	TRUSTYFLEET, LDA.	PT	41	RECUSA PARCIAL DO REGISTO: recusada para as classes 32ª e 33ª,
750991	2025.12.03	2025.12.03	TRUSTYFLEET, LDA.	PT	35	
750998	2025.12.03	2025.12.03	VIOLA F CAMPANINI	PT	41	
751027	2025.12.03	2025.12.03	SÓNIA ALEXANDRA MORGADO	PT	35	
751231	2025.12.03	2025.12.03	+BUILD, LDA	PT	01 06 07 09 11 17 19 37 40 42	
751313	2025.12.03	2025.12.03	FELIPE GALVÃO DO ESPÍRITO SANTO	PT	43	
751321	2025.12.03	2025.12.03	MARIA BOTELHO CONSULTORIA UNIPessoal, LDA	PT	09 16 35 41 42	
751324	2025.12.03	2025.12.03	ANA CATARINA GOMES ALMENDRA FERREIRA	PT	42	
751370	2025.12.03	2025.12.03	RUBICON - EMPRESA DE TRABALHO TEMPORÁRIO, LDA.	PT	36 37 44	
751381	2025.12.03	2025.12.03	ZOOM TRAVEL LDA	PT	39 41 43	
751436	2025.12.03	2025.12.03	CASIMPER DISTRIBUIÇÃO LDA	PT	01	
751524	2025.12.03	2025.12.03	PAULO CARDOZO DA SILVA	PT	44	
751530	2025.12.03	2025.12.03	CARLOS ALBERTO SILVEIRA RAMOS	PT	09 16 28 39 41 42	
751534	2025.12.03	2025.12.03	NLX - ENGENHEIROS CONSULTORES, LDA.	PT	42	
751536	2025.12.03	2025.12.03	ZAÍRA FARIAS BOSCO	PT	43	
751541	2025.12.03	2025.12.03	ELSA GRILO MOITA	PT	41	
751543	2025.12.03	2025.12.03	AMIGOS DA ESTRELA - ASSOCIAÇÃO DE SOLIDARIEDADE SOCIAL	PT	29 30 43	
751575	2025.12.03	2025.12.03	JOSUÉ DE MATOS SILVA	PT	41 43	

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
751579	2025.12.03	2025.12.03	BRUNO FILIPE AFONSO DIAS	PT	31	
751596	2025.12.03	2025.12.03	GUANGZHOU UMORSEA INVESTMENT HOLDING CO., LTD.	CN	03	
751642	2025.12.03	2025.12.03	GONÇALO DA CONCEICAO ANTUNES LOPES PINTO	PT	41	
751649	2025.12.03	2025.12.03	PAMELA FILIPE DE CRAVALHO FERNANDES	PT	14 18 22 24 25 26	
751650	2025.12.03	2025.12.03	SETE BARBAS UNIPessoal LDA	PT	43	
751663	2025.12.03	2025.12.03	ANA MARIA SOARES	PT	44 45	
751665	2025.12.03	2025.12.03	NUNO MIGUEL DE JESUS DA SILVA	PT	25	
751674	2025.12.03	2025.12.03	CLAÚDIA MARIA JORGE AZEVEDO ROCHA	PT	44	
751684	2025.12.03	2025.12.03	DOGKIND - HOLISTIC GROOMING, UNIPessoal, LDA	PT	44	
751685	2025.12.03	2025.12.03	DOGKIND - HOLISTIC GROOMING, UNIPessoal, LDA	PT	44	
751701	2025.12.03	2025.12.03	MARIA MARGARIDA DE SOUSA LEITE	PT	36	
751702	2025.12.03	2025.12.03	WECAMP FUTURE, S.L.	ES	33	
751719	2025.12.03	2025.12.03	DUPLA SEMANAL LDA.	PT	29 43	
751721	2025.12.03	2025.12.03	YUTONG BUS CO., LTD.	CN	09	
751722	2025.12.03	2025.12.03	VITOR ALEXANDRE MARQUES FÉLIX	PT	09	
751723	2025.12.03	2025.12.03	POTENCIALAVULSO - UNIPessoal, LDA	PT	04	
751726	2025.12.03	2025.12.03	HUGO PINTO DE OLIVEIRA	PT	37 41 42	
751729	2025.12.03	2025.12.03	LEONARDO FILIPE BELCHIOR RIBEIRO	PT	18 20 21	
751730	2025.12.03	2025.12.03	JOÃO ANTÓNIO MARTINS CARREIRO	PT	09 16 41	
751732	2025.12.03	2025.12.03	TVC TELEVISÃO DO CENTRO LDA	PT	38	
751743	2025.12.03	2025.12.03	JORGE DE OLIVEIRA AZEVEDO	PT	41	
751763	2025.12.03	2025.12.03	DERIVA FORMULA LDA	PT	40	
751765	2025.12.03	2025.12.03	RESPECT, LDA.	PT	36	
751767	2025.12.03	2025.12.03	JOYA, UNIPessoal, LDA	PT	36 37	
751769	2025.12.03	2025.12.03	PATRICK ROCHA FRANCISCO	PT	02 37	
751770	2025.12.03	2025.12.03	JOYA, UNIPessoal, LDA	PT	36 37	
751771	2025.12.03	2025.12.03	DINOSAURPROPHECY, LDA.	PT	39 43	
751776	2025.12.03	2025.12.03	MERCAN CAPITAL PORTUGAL, SA	PT	35 36 37	
751777	2025.12.03	2025.12.03	MERCAN CAPITAL PORTUGAL, S.A.	PT	35 36 37	
751778	2025.12.03	2025.12.03	MÁRIO HERDEIRO DE ALMEIDA	PT	45	
751783	2025.12.03	2025.12.03	JOAQUIM TEIXEIRA DE CARVALHO	PT	43	
751803	2025.12.03	2025.12.03	ANA MÓNICA DA SILVA ROLO	PT	09 14 16 18 20 21 25 26 35 39 41 43	
751816	2025.12.03	2025.12.03	LILIANA ISABEL COELHO RAMOS	PT	39	
751828	2025.12.03	2025.12.03	ATALHO PIONEIRO UNIPessoal LDA	PT	35	
751840	2025.12.03	2025.12.03	WILSON ALMEIDA	PT	21	
751856	2025.12.03	2025.12.03	UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR	PT	41 42	
751857	2025.12.03	2025.12.03	UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR	PT	41 42	
751858	2025.12.03	2025.12.03	UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR	PT	41 42	
751864	2025.12.03	2025.12.03	YUTONG BUS CO., LTD.	CN	09	



Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
751865	2025.12.03	2025.12.03	RODRIGO MARTINS TAVARES	PT	42	
751868	2025.12.03	2025.12.03	YUTONG BUS CO., LTD.	CN	09	
751875	2025.12.03	2025.12.03	LÍGIA MARIA CARDOSO DA COSTA	PT	14	
751898	2025.12.03	2025.12.03	KEVIN PATRICK SANTOS RITA	PT	39 41 43	
751899	2025.12.03	2025.12.03	PELAMORA SPORT CLUB	PT	25 41	
751901	2025.12.03	2025.12.03	ANGELA ALVES, UNIPESOAAL ,LDA	PT	09 35 36	
751902	2025.12.03	2025.12.03	FÁBIA RAQUEL VELOSA PEREIRA	PT	41	
751905	2025.12.03	2025.12.03	PELAMORA SPORT CLUB	PT	25 41	
751906	2025.12.03	2025.12.03	ANTONIO JULIO RAMOS DE ANDRADE	PT	29	
751908	2025.12.03	2025.12.03	PELAMORA SPORT CLUB	PT	25 41	
751921	2025.12.03	2025.12.03	JOSÉ LUÍS FREITAS PORTELA	PT	12 37	
752087	2025.12.03	2025.12.03	PEDRO TIAGO MARQUES LOPES	PT	41	

**Vigências por sentença**

Processo	Data do registo	Data da sentença	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
509613	2013.02.01	2025.11.21	QUINTA DO ISAAC, LDA.	PT	29 33	averbamento do levantamento da penhora processo nº 1188/24.0t8chv tribunal judicial da comarca de vila real - chaves - juízo execução exequente: camarc - carpintaria e marcenaria de arouca, lda. executado quinta do isaac, lda.
584098	2017.09.14	2025.11.24	EMOTIONS & DREAMS PRODUCTIONS LDA.	PT	41	averbamento do levantamento da penhora processo nº 21342/19.6t8prt - tribunal judicial da comarca do porto - porto - juízo execução - juiz 5 exequente: super bock bebidas, s.a executado: emotions & dreams productions, lda.
719453	2024.02.08	2025.07.15	EMOÇÕES & PALADARES - SERVIÇOS TURÍSTICOS LDA	PT	32 43	acordão trl, juiz 1, relativo à mna 719453, proc. ° 323/24.3yhlsb, julga improcedente o recurso e mantém a concessão. sentença tpi indefere o recuso e mantém a concessão.

Recusas

Processo	Data do pedido	Data da recusa	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
748045	2025.06.18	2025.12.03	SAFEGENE-FORMAÇÃO E CONSULTORIA, LDA	PT	09 42 45	nos termos da alínea b) e h), n.º 1, do artigo 232.º; 238.º; e do n.º 3 do artigo 229.º, todos do cpi arts. 232.º, n.º 1, al. b); 229.º n.º 5 do cpi 2018
748239	2025.06.23	2025.12.03	JOÃO CARLOS OLIVEIRA DA SILVA	PT	32	

**Renovações**

N.ºs 134 997, 135 318, 173 166, 191 110, 191 904, 232 682, 233 083, 233 155, 234 460, 234 914, 235 107, 306 513, 307 877, 310 033, 311 048, 385 022, 386 585, 389 391, 390 483, 391 024, 391 307, 391 333, 546 485, 550 543, 551 848, 552 948, 552 949, 552 959, 552 963, 552 964, 553 144, 556 634, 559 051, 559 178, 559 508, 560 510, 560 672 e 560 693.

**Averbamentos****Transmissões**

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
553139	2025.11.28	REBEL EAST LISBON LDA.	PT	CC CONVEX CAPITAL, LDA.	PT	
561991	2025.11.26	FACE EVOLUTION, LDA.	PT	GRUPO PIE PORTUGAL, S.A.	PT	
586221	2025.11.28	REBEL EAST LISBON LDA.	PT	CC CONVEX CAPITAL, LDA.	PT	
667341	2025.11.25	QUANTTIDESIGN - MOBILIÁRIO E DECORAÇÃO, UNIPessoal LDA.	PT	RAÍZES MIMOSAS, LDA	PT	
730847	2025.11.26	PLANALTO FIGURADO, UNIPessoal LDA.	PT	ALEXANDRE TENÓRIO ALBUQUERQUE	PT	
755079	2025.11.27	JOÃO DANIEL MONTEIRO DUARTE	PT	CRYPTOCHRIST IT'S ALIVE!, UNIPessoal LDA	PT	



**Outros averbamentos (artigo 29.º)**

Processo	Data do averbamento	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
334592	2025.11.18	LEYA, S.A.	PT	AVERBAMENTO DO LEVANTAMENTO DO PENHOR A FAVOR DE BANCO ESPIRITO SANTO DE INVESTIMENTO E BANCO ESPÍRITO SANTO, SA.
387867	2025.11.18	OFICINA DO LIVRO - SOCIEDADE EDITORIAL, LDA.	PT	AVERBAMENTPO DO LEVANTAMENTO DO PENHOR FAVOR DE BANCO ESPIRITO SANTO DE INVESTIMENTO E BANCO ESPÍRITO SANTO, SA.
643939	2025.11.24	VOZES DA RIBALTA - UNIPessoal LDA	PT	AVERBAMENTO DA PENHORA PROCESSO Nº 3215/24.2T8PNF.1 TRIBUNAL JUDICIAL DA COMARCA DO PORTO ESTE PENAFIEL JUÍZO TRABALHO JUIZ 2 EXEQUENTE: PAULO SAMUEL TAVARES LOPES EXECUTADO: VOZES DA RIBALTA, UNIPessoal LDA.

Renúncias

Processo	Data do registo	Data da renúncia	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
559228	2016.04.21	2025.11.10	PEDRO MIGUEL FERNANDES VALE	PT	

Requerimentos indeferidos

Processo	Número do documento	Data de apresentação	Data do despacho	Nome do titular	País resid.	Observações
736423	2007259246	2025.08.01	2025.11.28	ALEXANDRE COSTA	PT	INDEFERE-SE O PRESENTE PEDIDO DE MODIFICAÇÃO DE DECISÃO EM VIRTUDE DE NÃO EXISTIREM FACTOS QUE JUSTIFIQUEM A REVOGAÇÃO DO DESPACHO PROFERIDO.

**Renovações Parciais**

A publicação das renovações parciais a seguir indicadas corresponde à renúncia para a parte do direito que não foi objeto de renovação

Processo	Data da renovação	Observações
548654	2025.12.02	RENOVAÇÃO PARCIAL DO REGISTO, REFERENTE ÀS CLASSES 16, 18, 21 E 35.

**Pedidos e Avisos de Deferimento de Revalidação**

Processo	Data do pedido de revalidação	Data de despacho de deferimento	Requerente / titular	Observações
379427	2025.11.11	2025.11.28	LABIALFARMA - LABORATÓRIO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS E NUTRACÊUTICOS, S.A.	
379537	2025.11.11	2025.11.28	LABIALFARMA - LABORATÓRIO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS E NUTRACÊUTICOS, S.A.	
379538	2025.11.11	2025.11.28	LABIALFARMA - LABORATÓRIO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS E NUTRACÊUTICOS, S.A.	
526891	2025.11.11	2025.11.28	LABIALFARMA - LABORATÓRIO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS E NUTRACÊUTICOS, S.A.	
526893	2025.11.11	2025.11.28	LABIALFARMA - LABORATÓRIO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS E NUTRACÊUTICOS, S.A.	
526999	2025.11.11	2025.11.28	LABIALFARMA - LABORATÓRIO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS E NUTRACÊUTICOS, S.A.	



REGISTO INTERNACIONAL DE MARCAS

Concessões

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
1835917	2024.12.13	2025.12.03	FOXX DEVELOPMENT INC.	US	09	

## 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) **58671** LOG

(220) 2025.11.21

(730) **PT FÁBIO WILSON SOUSA MAIA**

(512) 49330 ATIVIDADES DE SERVIÇOS DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS, A PEDIDO, EM VEÍCULO COM CONDUTOR

ATIVIDADES DE SERVIÇOS DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS, A PEDIDO, EM VEÍCULO COM CONDUTOR.

(591) VERDE, CASTANHO, AMARELO, AZUL, CINZENTO, PRETO, LARANJA, COR DE VINHO, BRANCO.

(540)



(531) 3.7.1 ; 5.1.12 ; 18.1.7 ; 18.1.14



(531) 18.7.20 ; 26.4.5 ; 26.4.18 ; 26.13.25 ; 27.5.10

(210) **58673** LOG

(220) 2025.11.21

(730) **PT ALWAYSEASY - PARKING**  
**UNIPESSOAL, LDA**

(512) 52213 OUTRAS ATIVIDADES AUXILIARES DOS TRANSPORTES TERRESTRES

MOVIMENTAÇÃO, ESTACIONAMENTO E PARQUEAMENTO DE VIATURAS EM ESTACIONAMENTOS E ESPAÇOS COMERCIAIS, ARRENDAMENTO DE IMÓVEIS E ALUGUER DE VEÍCULOS AUTOMÓVEIS BEM COMO OUTRAS ATIVIDADES AUXILIARES DOS TRANSPORTES TERRESTRES.

(591)

(540)



(531) 26.4.5 ; 26.4.17 ; 26.4.18 ; 27.5.11 ; 27.5.17 ; 27.7.21 ; 27.99.16

(210) **58672** LOG

(220) 2025.11.21

(730) **PT ALWAYSEASY - PARKING**  
**UNIPESSOAL, LDA**

(512) 52213 OUTRAS ATIVIDADES AUXILIARES DOS TRANSPORTES TERRESTRES

MOVIMENTAÇÃO, ESTACIONAMENTO E PARQUEAMENTO DE VIATURAS EM ESTACIONAMENTOS E ESPAÇOS COMERCIAIS, ARRENDAMENTO DE IMÓVEIS E ALUGUER DE VEÍCULOS AUTOMÓVEIS BEM COMO OUTRAS ATIVIDADES AUXILIARES DOS TRANSPORTES TERRESTRES.

(591)

(540)

(210) **58674** LOG

(220) 2025.11.23

(730) **PT NICOLAU JUSTO CONCEIÇÃO**

(512) 70200 ATIVIDADES DE CONSULTORIA PARA OS NEGÓCIOS E OUTRA CONSULTORIA PARA A GESTÃO

REALIZAÇÃO DE TRABALHOS NA ÁREA DE SEGURANÇA ALIMENTAR, AUDITORIAS E IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMAS DE SEGURANÇA ALIMENTAR HACCP.

(591) VERDE ESCURO.

(540)



(531) 24.17.20



(531) 7.1.6

(210) **58675****LOG**

(220) 2025.11.24

(730) **PT ILIDIO FERNANDO MONTEIRO**(512) 11021 PRODUÇÃO DE VINHOS COMUNS E LICOROSOS  
PRODUÇÃO DE VINHOS COMUNS E LICOROSOS.

(591)

(540)



(531) 27.5.13 ; 27.99.2

(210) **58688****LOG**

(220) 2025.11.24

(730) **PT VITOR MANUEL DA SILVA PINHEIRO**(512) 79110 ATIVIDADES DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS  
AGENCIA DE VIAGENS E TURISMO.

(591) PRETO E DOURADO

(540)



(531) 27.5.22

(210) **58678****LOG**

(220) 2025.11.24

(730) **PT SOLAR DE GOMARIZ SOCIEDADE  
AGRICOLA, LDA.****PT WELDSTEEL CONSULTING,  
UNIPessoal, LDA**(512) 93110 GESTÃO DE INSTALAÇÕES DESPORTIVAS  
CONJUNTO DE INSTALAÇÕES DESPORTIVAS  
VARIADAS, INCLUINDO PICADEIRO, NO QUAL SÃO  
MANTIDOS CAVALOS DE DIVERSOS DETENTORES  
TENDO EM VISTA A PRÁTICA DE ATIVIDADES  
DESPORTIVAS, DE ENSINO, DE TRABALHO, DE LAZER,  
TERAPÊUTICAS OU CULTURAIS.

(591)

(540)

**Concessões**

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
58396	2025.12.03	2025.12.03	WONDERFUL DAY, LDA	PT	
58410	2025.12.03	2025.12.03	RUI ANTÓNIO PORFÍRIO RODRIGUES, LDA.	PT	
58417	2025.12.03	2025.12.03	MED TOWERS, LDA	PT	

**Vigências por sentença**

Processo	Data do registo	Data da sentença	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
37461	2016.05.20	2025.11.24	EMOTIONS & DREAMS PRODUCTIONS LDA.	PT	averbamento do levantamento da penhora processo nº 21342/19.6t8prt - tribunal judicial da comarca do porto - porto - juízo execução - juiz 5 exequente: super bock bebidas, s.a executado: emotions & dreams productions, lda.



**Renovações**

N.ºs 35 714, 35 935, 36 697, 36 756, 36 968, 37 126, 37 345 e 37 437.

Averbamentos

Transmissões

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
36283	2025.11.26	ANA LUÍSA ALVES CARDOSO	PT	RELEVO SORRIDENTE LDA	PT	

**Pedidos e Avisos de Deferimento de Revalidação**

Processo	Data do pedido de revalidação	Data de despacho de deferimento	Requerente / titular	Observações
5416	2025.11.03	2025.12.02	GRÁFICA MAIADOURO,S.A.	

**AGENTES OFICIAIS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL**

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

**João Mascarenhas de Vasconcelos**

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

**João Pereira da Cruz**

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

**Jorge Afonso Cruz**

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

**Marta Burnay da Costa Pessoa Bobone**

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

**Maria Silvina Vieira Pereira Ferreira**

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

**Maria Eugénia Martinez**

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

**Maria do Rosário May Pereira da Cruz**

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

**Nuno Cruz**

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

**Raquel da Costa França**

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

**António José Pissarra Dias Machado**

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

**José Eduardo de Sampaio**

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

**João Carlos Sardiña de Barros**

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

**Isabel Carvalho Franco**

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

**Álvaro Albano Duarte Catana**

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

**José Eduardo Dinis de Carvalho**

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

**Fernando António Ferreira Magno**

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

**António Côrte-Real**

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



**José Luís Arnaut**

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

**José Motta Veiga**

- Cartório: Rua João Penha, 10 – 1250-131 LISBOA
- Tel.: 213841120 - Tlm: 919146060
- E-mail: [mottaveiga@mail.telepac.pt](mailto:mottaveiga@mail.telepac.pt) | [geral@mottaveiga.com](mailto:geral@mottaveiga.com)
- Web: [www.mottaveiga.com](http://www.mottaveiga.com)

**Pedro da Silva Alves Moreira**

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

**João Luís Garcia**

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

**Manuel António Durães da Conceição Rocha**

- Cartório: Lagoas Park - Edifício 7, 1º Piso – 2740-244 PORTO SALVO
- Tel.: 21 1224726
- E-mail: [info.portugal@herrero.pt](mailto: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](mailto:gmr@magalhaes-adv.pt)

**José Raúl de Magalhães Simões**

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

**Maria das Dores Marques Banheiro Meira**

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

**Luís Silva Carvalho**

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

**Alberto Canelas**

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

**César Manuel de Bessa Monteiro**

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

**Paulo Alexandre Pinto Correia Rodrigues da Graça**

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

**Miguel Camargo de Sousa Eiró**

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

**Elsa Maria Martins Barreiros Amaral Canhão**

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

**Joaquim Maria Calado Marques**

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

**Ana Teresa Pulido**

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

**Vera Araújo Arnaut**

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

**Luísa Guerreiro**

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

**Olga Maria Rocha da Cruz Landim**

- Cartório: Av. Casal Ribeiro, 50 - 3.º, 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 – 2.º. 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 – 7.º 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: marcasedpatentes@ribeirocardoso.com

**Abel Dário Pinto de Oliveira**

- Cartório: Rua Nossa Senhora de Fátima, 419 - 3.º - 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](mailto: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](mailto: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](mailto:antonio.andrade@abreuadvogados.com)
- Web: [www.abreuadvogados.com](http://www.abreuadvogados.com)

**Bruno Braga da Cruz**

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

**Carla Maria Santos Pinheiro**

- Cartório: Prct. Dr. Raul Ramalhão, 203, 3.º Andar, Escr. 3.1, 4470-644 MAIA
- Tel.: 91 0052697
- E-mail: [pinheirocarlams@gmail.com](mailto:pinheirocarlams@gmail.com)

**Cláudia Pimenta Monteiro de Medina Barbosa Xara-Brasil Nogueira**

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

**Cristina Antónia de Almeida Carvalho**

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

**Filipe Teixeira Baptista**

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

**Gonçalo Maria Cabral da Cunha Ferreira**

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

**Gonçalo Santos da Cunha de Paiva e Sousa**

- Cartório: Avenida António Augusto Aguiar 108, 4ºandar – 1150-019 LISBOA
- Tel.: 917 764 793
- E-mail: [goncalo.sousa@gastao.com](mailto:goncalo.sousa@gastao.com)
- Web: [goncalo.sousa@gastao.com](http://goncalo.sousa@gastao.com)

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

**Luís Gonçalo Moura Cavaleiro de Ferreira**

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

**Marco Alexandre Gomes da Silva Pires de Sousa**

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

**Maria do Carmo Fernandes**

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 10 A, 1º Andar - 1249-103 LISBOA
- Tel.: 213876961 – Tlm 965804956
- E-mail: maria.fernandes@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 Quintans**

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

**Ricardo Souto Soares Henriques**

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

**Teresa Colaço Dias**

- Cartório: Rua Vítor Cordon, 10 A, 1º Andar, 1249-103 LISBOA
- Telef.: 351 21 387 69 61 - Fax: 351 21 387 75 96
- E-mail: teresa.dias@furtado.pt
- Web: www.furtado.pt

**Teresa Maria Ferreira Pereira da Silva Garcia**

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

**Paulo Jorge Monteverde Plantier Saraiva Maia**

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

**Águeda Silva**

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

**Ana Bela Ferreira**

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

**Margarida Martinho do Rosário**

- Cartório: Av. António Augusto Aguiar 108, 4º - 1050-019 LISBOA
- Tel.: 218823990 – Fax: 218823997
- E-mail: margarida.rosario@gastao.com
- www.gastao.eu

**Ana Rita Vilhena**

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

**António Trigueiros de Aragão**

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



**Carmina Cardoso**

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

**Elsa Maria Bruno Guilherme**

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

**Filipe Pedro**

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

**Francisca Ferreira Pinto**

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

**Hugo Monteiro de Queirós**

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

**Isabel Bairrão**

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

**Joana Mata**

- Cartório: Avenida da Índia, n.º 10, Piso 0, 1349-066 LISBOA
- Tel.: 963996754
- E-mail: Joana.mata@pt.eylaw.com

**João Jorge**

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

**João Pedro Fazendeiro**

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

**Jorge Faustino**

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

**José de Novaes e Ataíde**

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

**Lídia Neves**

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

**Lourenço de Sampaio**

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

**Luís Humberto Ferreira**

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

**Joana Fialho Pinto**

- Cartório: Av. Fontes Pereira de Melo, 43, 1050-119 LISBOA
- E-mail: joana.fialhopinto@plmj.pt
- Web: [www.plmj.com](http://www.plmj.com)

**Maria Cruz Garcia**

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

**Mário Castro Marques**

- Cartório: Rua António Cardoso, 235, 6º Dto Frt, 4150-081 PORTO
- Tel.: 91 9107557
- E-mail: [mariocastromarques@gmail.com](mailto:mariocastromarques@gmail.com)

**Marisa Coimbra**

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

**Nuno Lourenço**

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

**Rodolfo Condessa**

- Cartório: Rua Cidade de Rabat, 31 - 8º Esq. - 1500-159 LISBOA
- Tel.: 966712005
- E-mail: [rodolfo.condessa@gmail.com](mailto: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 Gen. Humberto Delgado 267, 3º Andar, Salas 1-2, 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
- E-mail: teresa.martins@patents.pt
- Web: www.patentree.eu

**Vasco Stilwell d'Andrade**

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

**Vera Correia Alves**

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

**Ana Sofia Dinis Chaves**

- Cartório: Rua Luis Gonzaga, 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: info@amadalegal.com
- Web: www.amadalegal.com

**Rita Milhões**

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

**Daniel Reis Nobre**

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

**Tiago Reis Nobre**

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

**David Cardoso**

- Cartório: Avenida Defensores de Chaves, 36, 1.º Direito, 1000-119 LISBOA
- Tel.: 218758322 – Fax: 255134816
- E-mail: [dc@legalwest.eu](mailto: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](mailto:agatapinho@jpcruz.pt)
- Web: [www.jpereiradacruz.pt](http://www.jpereiradacruz.pt)

**Ana Eugénio**

- Cartório: Rua António Enes 18-3D - 1050-025 LISBOA
- E-mail: [aeugenio.ana@gmail.com](mailto: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](mailto:anamsebastiao@jpcruz.pt)
- Web: [www.jpereiradacruz.pt](http://www.jpereiradacruz.pt)

**Cátia Ribeiro**

- Cartório: Praça de Portugal nº. 7C - 1ºD - 2910-640 SETÚBAL
- Tel.: 265 228 685 - Fax: 265 228 637
- E-mail: [catia@marquesmarcas.com](mailto:catia@marquesmarcas.com)
- Web: [www.marquesmarcas.com](http://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](mailto:joana.grilo@protectdata.pt)

**Luís Caixinhas**

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

**Ricardo Abrantes**

- Cartório: Taguspark, Núcleo Central 383, 2740-122 OEIRAS
- Tel.: 211344001
- E-mail: [ricardo.abrantes@patents.pt](mailto:ricardo.abrantes@patents.pt)
- Web: [www.patentree.eu](http://www.patentree.eu)

**Patrícia Marques**

- Cartório: Rua Santo António nº47B, 3ºQ - 2410-168 LEIRIA
- Tel.: 963169814
- E-mail: [patriciamarqs@gmail.com](mailto:patriciamarqs@gmail.com)

**Márcia Martinho da Rosa**

- Cartório: Campo Grande, 35 – 4º C, 1700-087 LISBOA
- Tel.: : +351 212 401 022
- E-mail: geral@mmr.pt
- Web: www.mmr.pt

**Madalena Barradas**

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

**Luís Teixeira**

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

**Manuel Cunha Ferreira**

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

**Ana Fazendeiro**

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

**Vítor Palmela Fidalgo**

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

**Sérgio Coimbra Henriques**

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

**Filipa Lopes Galvão**

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

**Jorge Manuel Vaz Machado**

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

- Cartório: Avenida Madame Curie, 27, 1A, 2720-111 AMADORA
- Tel.: +351 910842465
- E-mail: mario.marques@gmail.com

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

**Cláudia Freixinho Serrano**

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

**David Marques**

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

**Filipe Funenga**

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

**Inês Monteiro Alves**

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41K-21, Parque das Nações – 1990-207 LISBOA
- Tel.: 213150970 - Fax: 213531352
- E-mail: ialves@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: Av. 5 de Outubro, 16, 2º Esq. - 1050-056 LISBOA
- Tel.: 217 801 963
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

**Rui do Nascimento Gomes**

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

**Vasco Rosa Dias**

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

**Joana Piriquito Santos**

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

**Sónia Mota Maia**

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

**Pedro Bacelar**

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

**Miguel Antunes de Resende**

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

**Luís Sommer Ribeiro**

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

**João Pereira Cabral**

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

**João Francisco Sá**

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

**Sousa Ribeiro**

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

**Evangelino Marques Ribeiro**

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

**Diogo Xavier Santos**

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

**Saulo Chanoca**

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

**Lígia Gata**

- Cartório: Av. Dr. Mário Moutinho, Lt 1519, 7º Esq. - 1400-136 LISBOA
- Tel: 213011684
- E-mail: ligiaagata007@gmail.com

**Manuel Bastos Moniz Pereira**

- Cartório: Av. António Augusto Aguiar 108, 4º, 1050-019 LISBOA
- Tel: 218823990 - Fax: 218823997
- E-mail: manuel.pereira@gastao.eu
- Web: www.gastao.eu

**Ana Neves**

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

**Ana Isabel Plácido Martins**

- Cartório: Pct. Infante D. Henrique, 38, 4 ET, 4400-257 VILA NOVA DE GAIA
- E-mail: anamartins.adv@outlook.com

**André Sarmento**

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

**Carlos Miguel Vaz Serra**

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

**Leila Teixeira**

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

**Cristina de Castro**

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

**Mariana Belo de Oliveira**

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

**Natacha Batista**

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

**Raquel Antunes**

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

**Sofia Rebelo Ladeira**

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

**Adriana Esteves**

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

**Cláudia Tomás Pedro**

- Cartório: Avenida da República, n.º 25, 1.º – 1050-186 LISBOA
- Tel.: 213821200 Fax: 213821290 | Tlm: 966478360
- E-mail: claudia.tomas.pedro@garrigues.com

**Diana Pereira**

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

**Inês Sequeira**

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

**Joel David Rodrigues**

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

**Inês Guerra**

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

**Luísa Azevedo Soares Rodrigues**

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

**Miguel Bibe**

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

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

**Filipa João da Gama Franco Marques Pereira**

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

**Inês Duarte Tavares**

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

**Joana Alves Coelho**

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

**Miguel Filipe Duarte**

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

**Vera Lúcia Faria Viola Gonçalves**

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

**Maria João Carapinha**

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

**Miguel Maia**

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

**Pedro Rebelo Tavares**

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

**Sílvia Vieira**

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

**Vitor Sérgio Moreira**

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

**Luisa Resende Castro**

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

**Marisol Cardoso**

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

**José Maria Lopes Pires Santos Quelhas**

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

**Francisco Branco Pardal**

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

**Vasco Granate**

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

**Maria João Nunes**

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



**Beatriz Pereira da Cruz**

- Cartório: Rua das Janelas Verdes. Nº 128 2º Andar, 1200-692 - LISBOA
- E-mail: beatrizpcruz@hotmail.com

**Madalena Pacheco**

- Cartório: Edifício Heron Castilho, R. Braamcamp 40 - 5º E, 1250-050 - LISBOA
- E-mail: madalena.pacheco@bma.pt
- Tel.: 213 806 530
- Web: www.bma.pt

**António Aragão**

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

**Andreia Pereira**

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

**Catarina Azevedo Fernandes**

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

**Diana Andrade Sands**

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

**Rui Manuel Silva**

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

**Alexandra Oliveira**

- Cartório: Rua Padre António Francisco Marques Nº1, 2º Dto, 1675-014 PONTINHA
- Tlm.: 913643170
- E-mail: alexandra.peresdeoliveira@gmail.com

**Inês Falcão Rovisco**

- Cartório: Av. António Augusto Aguiar 108, 4º, 1050-019 LISBOA
- Tel.: 218823990 – Tlm.: 939624767
- E-mail: ines.rovisco@gastao.com

**Manuel Gil Fernandes**

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

**Susana Couto Gonçalves**

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

**João Carlos Assunção**

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

**Elizabete Coutinho**

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

**Antonieta Ribeiro**

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

**Carla Andrade Silva**

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

## PROCURADORES AUTORIZADOS

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

### **Artur Almeida Pinto Furtado da Luz**

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

### **Carlos António dos Santos Rodrigues**

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

### **Ruy Pelayo de Sousa**

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

### **Carmen Ferreira Furtado da Luz de Oliveira e Silva**

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

### **Luís Reinaldo de Oliveira e Silva**

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