

BOLETIM DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Nº 2019/11/04 (211/2019) 4 de novembro de 2019

Sumário

Aviso.....	3
Códigos	3
TRIBUNAIS	7
Decisões judiciais relativas a processos de propriedade industrial.....	7
Sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual, 1º Juízo, proferida no processo de marca nacional 580578, julgou o recurso procedente e revogou o despacho de concessão do INPI; Tribunal da Relação de Lisboa concedeu provimento ao recurso e revogou a decisão recorrida, confirmando o despacho de concessão do INPI. .7	
Sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual, 1º Juízo, proferida no processo de marca nacional 580579, julgou o recurso improcedente e manteve o despacho de concessão do INPI; Tribunal da Relação de Lisboa negou provimento ao recurso e confirmou a decisão recorrida; Supremo Tribunal da Justiça não admitiu o recurso de revista.	35
PATENTES DE INVENÇÃO	110
Pedidos - BBCA/1A.....	110
Patentes europeias vigentes em Portugal - FG4A.....	111
Caducidades por falta de pagamento de taxa - Patente europeia - MM4A	113
Caducidades por limite de vigência - Patente europeia - MM3A.....	114
Averbamentos - PD1A, PD3A, PC1A, PC3A.....	115
Averbamentos - Patente europeia - PD1A, PD3A, PC1A, PC3A	116
CERTIFICADOS COMPLEMENTARES DE PROTECÇÃO	118
Pedidos e avisos de concessão.....	118
Caducidades por limite de vigência	119
Pedidos	120
DESENHOS OU MODELOS	121
Concessões - FG4Y.....	121
Caducidades por falta de pagamento de taxa - MM4Y	122
REGISTO NACIONAL DE MARCAS.....	123
Pedidos	123
Concessões	155
Vigências por sentença.....	159
Recusas.....	160
Renovações	161
Caducidades por falta de pagamento de taxa	162
Averbamentos.....	168
Desistências.....	170
Outros Atos.....	171
Pedidos e Avisos de Deferimento de Revalidação.....	172
REGISTO INTERNACIONAL DE MARCAS	173
Pedidos	173
Concessões	175
Recusas.....	176
REGISTO DE NOMES DE ESTABELECIMENTO.....	177

Caducidades por falta de pagamento de taxa	177
REGISTO DE INSÍGNIAS DE ESTABELECIMENTO.....	180
Caducidades por falta de pagamento de taxa	180
REGISTO DE LOGÓTIPOS	181
Pedidos	181
Concessões	182
Caducidades por falta de pagamento de taxa	183
Averbamentos.....	185
Pedidos e Avisos de Deferimento de Revalidação.....	186
AGENTES OFICIAIS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL.....	187
PROCURADORES AUTORIZADOS	206

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

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

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

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

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

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

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

TRIBUNAIS**Decisões judiciais relativas a processos de propriedade industrial**

Sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual, 1º Juízo, proferida no processo de marca nacional 580578, julgou o recurso procedente e revogou o despacho de concessão do INPI; Tribunal da Relação de Lisboa concedeu provimento ao recurso e revogou a decisão recorrida, confirmando o despacho de concessão do INPI.

Assinado eletronicamente. Esta assinatura substitui a assinatura autógrafa.
Dir(e): Luis Manuel Chaves da Fonseca Ferrão

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.OYHLSB

Recurso de Propriedade Industrial
344789**CONCLUSÃO** - 04-10-2018*(Termo eletrónico elaborado por Escrivão Adjunto Susana Pereira)*

=CLS=

SENTENÇA**I – Relatório**

Neuberger Berman Group LLC, sociedade norte-americana com sede 605 Third Avenue New York, New York 10158, Estados Unidos da America (adiante também designada 'recorrente') veio, ao abrigo do disposto no artigo 39º e seguintes do Código da Propriedade Industrial (CPI), interpor recurso da decisão do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) que concedeu o registo da marca nº



580578, requerida por Novo Banco, S.A., pessoa colectiva nº 513204016 com sede na Avenida da Liberdade. Nº 195, 1250-142 Lisboa (adiante também designada 'recorrida'), pedindo que seja revogado o despacho do INPI que concedeu o registo da mencionada marca e o mesmo substituído por decisão de recusa do dito registo.

Alegou, em síntese, identidade fonética e forte semelhança gráfica entre a marca recorrida e a marca internacional (verbal) nº 1155175 **NB**, registada com anterioridade pela requerente designandp como território de protecção a Comunidade Europeia para assinalar designadamente 'Serviços financeiros' (classe 36), com os quais os serviços assinalados pela marca controvertida apresentam um

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.OYHLSB

nexo identidade ou forte afinidade, podendo-se assim induzir o consumidor em erro ou confusão, ou gerar concorrência desleal, contrariamente ao entendimento sufragado no despacho recorrido.

Cumprido o artigo 43.º do CPI, o INPI remeteu, a título devolutivo, o processo administrativo.

Citada a parte contrária, nos termos e para os efeitos do artigo 44.º do CPI, não se pronunciou.

II - Saneador

O tribunal é competente e o processo o próprio, não havendo nulidades que o invalidem na totalidade.

As partes têm personalidade e capacidade judiciárias e são legítimas, estando regularmente patrocinadas.

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

III – Fundamentação

Resultam provados os seguintes factos, com interesse para a decisão da causa:

1. A recorrente é titular do registo de marca internacional (verbal) nº 1155175 **NB**, registado em 18.10.2012 com designação da União Europeia como território de protecção ao abrigo do Protocolo de Madrid para assinalar os seguintes serviços na classe 36 da Classificação de Nice, cf. doc. 3 junto a fls. 17-18 dos autos que se dá por reproduzido:

36 Financial services, namely, investment advisory, investment management, asset management, portfolio management, investment brokerage, securities brokerage, investment consultation, wealth

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.0YHLSB

management, and financial planning services; all the aforesaid services also available via the Internet or a similar electronic network; financial and investment services, namely, investment advisory and investment management and brokerage of securities, hedge funds, private equity funds, wrap fee programs, separate accounts, variable annuity programs, stocks, bonds, commodities, derivatives and debt investment, and limited partnerships; financial services, namely, financial research, financial analysis, consultation, record keeping and information services, transfer agent services, custodian services, management and investment of funds and assets of others, capital investment services, and financial transaction services; financial services, namely, mutual fund advisory and investment management services, mutual fund distribution services, mutual fund underwriting and administration services, and variable annuities investment services; clearance services, namely, clearing and settling financial transactions on behalf of others; maintaining assets and securities for others, and confirming and tracking financial transactions for others; insurance investment services; trust and estate planning and management services; retirement planning services; real estate investment trust advisory and management services.

2. Em 4.05.2017, a recorrida solicitou o registo da marca nacional (mista) nº



580578 para assinalar os seguintes serviços na classe 36 da Classificação de Nice, nos termos do doc. junto a fls. 33-34 dos autos que se dá por reproduzido:

36 Serviços financeiros; serviços bancários; negócios monetários; troca de moeda e serviços de câmbio; serviços de transação de títulos; serviços de concessão de empréstimos e créditos; locação financeira; serviços de recuperação de dívidas e factoring; serviços de investimento; constituição de capitais; investimento de capitais; subscrição financeira e emissão de títulos (serviços bancários de investimento); gestão financeira; transferências e transações financeiras e serviços de pagamento; serviços de ordem de dinheiro, cheque e numerário; serviços de cartões; informações em matéria financeira; serviços informáticos de corretagem de títulos e ações; serviços de consultoria em matéria financeira; classificação financeira e relatórios de crédito; angariação de fundos e patrocínios; serviços de avaliações financeiras; serviços financeiros, bancários, monetários prestados através de uma rede interativa de comunicações, nomeadamente a internet.

3. Em 20.06.2017, a recorrente apresentou junto do INPI reclamação contra o mencionado pedido de registo de marca (ponto 2 do presente enunciado de

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.0YHLSB

factos), invocando designadamente imitação da sua marca internacional nº 1155175 supra referida, nos termos constantes de fls. 90-95v dos autos, que se dão por reproduzidos.

4. Em 21.08.2017, a recorrida contestou junto do INPI a reclamação da recorrente contra o seu pedido de registo de marca **NB**, nos termos constantes de fls. 96-103 dos autos, que se dão por reproduzidos.
5. Em 18.09.2017, a recorrente respondeu à mencionada contestação da recorrida (ponto 4 do presente enunciado de factos), através de exposição suplementar, nos termos constantes de 104-112 dos autos, que se dão por reproduzidos.
6. Em 4.10.2017, a recorrida apresentou junto do INPI exposição suplementar acompanhada de novos documentos, à qual a recorrente respondeu apresentando por seu lado nova exposição suplementar, cf. docs. juntos respectivamente a fls. 113-138 e fls. 139-151v dos autos, que se dão por reproduzidos.
7. Por decisão de 19.12.2017, publicada no Boletim da Propriedade Industrial (BPI) de 2.01.2018, foi indeferida a reclamação da recorrente e o registo de



marca nacional nº 580578 concedido para os peticionados serviços na classe 36 (ponto 2 do presente enunciado de factos), nos termos constantes de fls. 35-36 dos autos, que se dão por reproduzidos.

8. A recorrida é titular de outros registos de marcas integrando o conjunto de letras 'NB' e assinalando serviços na classe 36, como a marca da UE nº



13389358

e as marcas nacionais nº 537829

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.0YHLSB

NB1click[™], nº 537830 **NB24**[™], nº 537560 **NBapp**[™], nº
537558 **NBdireto**[™], nº 537752 **NBnet**[™], e nº 537828
NBweb[™]

, solicitados em Outubro de 2014 e concedidos em 2015, cf. doc. 1 junto a fls. 68v-67 dos autos, que se dá por reproduzido.

9. Em fachadas de agências bancárias da recorrida, esta aparece identificada com a expressão 'NOVO BANCO' e pela sigla 'NB', cf. ilustrado nas fotos juntas a fls. 67v-68v dos autos, que se dão por reproduzidas.
10. Na publicação 'Meios & Publicidade de 17.11.2017, a recorrida aparece em 2.º lugar na tabela 'TOP 10 ANUNCIANTES EM RÁDIO' no período 'Jan/Set 2016 Invest.', sendo 1.ª no grupo *Média Capital*, 2.ª no grupo *TSF* e 3.ª no grupo *Renascença*, cf. doc. 12 junto a fls. 72v-74 dos autos, que se dá por reproduzido.
11. Na secção '*Gastos Gerais Administrativos*' do relatório da recorrida constam as verbas de 7.790, 13765, 11569 e 9.737 milhares de euros em '*Publicidade e publicações*', relativamente aos anos de 2014, 2015, 2016 e 2017, respectivamente, cf. doc. 14 junto a fls. 76- dos autos, que se dá por reproduzido.
12. A criação da recorrida a partir dos activos do Banco Espírito Santo, bem como a subsequente mudança de imagem daquela foram amplamente publicitadas nos meios de comunicação social, cf. ilustram os docs. juntos a fls. 121-138 dos autos, que se dão por reproduzidos.

*

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça

1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.0YHLSB

A questão que importa analisar é a de saber se a marca internacional (verbal) nº 1155175 **NB**, registada com anterioridade para assinalar designadamente serviços financeiros na classe 36, não obsta ao registo da marca nacional (mista) nº 580578



, concedida para assinalar designadamente os mesmos serviços, por falta da requerida semelhança entre os sinais susceptível de induzir o consumidor em erro ou confusão, como entendeu o INPI, ou se existe suficiente semelhança entre os ditos sinais para que, observados os demais critérios de prioridade e afinidade, possa falar-se de imitação ou reprodução obstativas do solicitado registo, ou possibilidade de concorrência desleal, como pretende a recorrente.

De acordo com o artigo 222º, nº 1 do CPI, *‘A marca pode ser constituída por um sinal ou conjunto de sinais susceptíveis de representação gráfica, nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, **letras**, números, sons, a forma de um produto ou a respectiva embalagem, desde que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas [ênfase aditado].’*

Dispõe o artigo 224º, nº 1 do CPI que *‘O registo confere ao seu titular o direito de propriedade e do **exclusivo da marca para os produtos e serviços a que se destina** [ênfase aditado].’*

E o artigo 243º do CPI dispõe que *‘O **registo de marca susceptível de confusão com marcas ou outros direitos de propriedade industrial anteriormente registados exige declaração de consentimento dos titulares desses direitos e dos possuidores de licenças exclusivas, se os houver e os contratos não dispuserem de forma diferente** [ênfase aditado].’*

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça

1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.OYHLSB

Nos termos do artigo 239º, nº 1, alíneas a) e e) do CPI, *'constitui ainda fundamento de recusa do registo de marca:*

- a) *a reprodução ou 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;*
- e) *o reconhecimento de que o requerente pretende fazer concorrência desleal ou de que esta é possível independentemente da sua intenção.*

E, nos termos do artigo 245º, nº 1, do CPI, *'A marca registada considera-se imitada ou usurpada por outra, no todo ou em parte, quando, cumulativamente:*

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

Não há dúvidas quanto à anterioridade do registo da marca internacional nº 1155175 **NB**, efectuado em 18.10.2012, relativamente ao registo da marca nacional nº

580578 , solicitado em 23.10.2014.

Tão pouco suscita dúvidas a identidade e forte afinidade entre os serviços assinalados pelos sinais em confronto, já que são ambos assinalam



Tribunal da Propriedade Intelectual

1º Juízo

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.0YHLSB

designadamente serviços financeiros na mesma classe 36, como ilustrado no quadro abaixo:

Cl.	Marca internacional prioritária	Marca nacional registanda
36	<p><i>Financial services, namely, investment advisory, investment management, asset management, portfolio management, investment brokerage, securities brokerage, investment consultation, wealth management, and financial planning services; all the aforesaid services also available via the Internet or a similar electronic network; financial and investment services, namely, investment advisory and investment management and brokerage of securities, hedge funds, private equity funds, wrap fee programs, separate accounts, variable annuity programs, stocks, bonds, commodities, derivatives and debt investment, and limited partnerships; financial services, namely, financial research, financial analysis, consultation, record keeping and information services, transfer agent services, custodian services, management and investment of funds and assets of others, capital investment services, and financial transaction services; financial services, namely, mutual fund advisory and investment management services, mutual fund distribution services, mutual fund underwriting and administration services, and variable annuities investment services; clearance services, namely, clearing and settling financial transactions on behalf of others; maintaining assets and securities for others, and confirming and tracking financial transactions for others; insurance investment services; trust and estate planning and management services; retirement planning services; real estate investment trust advisory and management services.</i></p>	<p>Serviços financeiros; serviços bancários; negócios monetários; troca de moeda e serviços de câmbio; serviços de transação de títulos; serviços de concessão de empréstimos e créditos; locação financeira; serviços de recuperação de dívidas e factoring; serviços de investimento; constituição de capitais; investimento de capitais; subscrição financeira e emissão de títulos (serviços bancários de investimento); gestão financeira; transferências e transações financeiras e serviços de pagamento; serviços de ordem de dinheiro, cheque e numerário; serviços de cartões; informações em matéria financeira; serviços informáticos de corretagem de títulos e ações; serviços de consultoria em matéria financeira; classificação financeira e relatórios de crédito; angariação de fundos e patrocínios; serviços de avaliações financeiras; serviços financeiros, bancários, monetários prestados através de uma rede interativa de comunicações, nomeadamente a internet.</p>

Constata-se que ambos os sinais assinalam, na classe 36, serviços de investimento, gestão e transacções financeiras (enfatizados a negrito), incluindo quando prestados através da internet ou de uma rede interactiva de comunicações, sendo os demais fortemente afins, porque instrumentais, complementares ou conexos, partilhando o mesmo público alvo (investidores) e satisfazendo as mesmas necessidades (gestão optimizada dos activos) e mercado (financeiro).

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.OYHLSB

Vejamos, agora, se se constata semelhança entre os sinais, susceptível de facilmente induzir o consumidor em erro ou confusão, ou associação entre os mesmos, nos termos do artigo 245.º, nº 1, alínea c) do CPI.

Marca internacional prioritária	Marca nacional registanda
	

Constata-se que enquanto o sinal prioritário é verbal, o registando é misto, combinando o elemento textual com um elemento figurativo.

Constata-se igualmente que o conjunto de letras 'NB', que constitui a totalidade da marca prioritária registada, encontra-se reproduzido como tal na marca registanda, da qual igualmente constitui a totalidade do respectivo elemento verbal, limitado àquelas duas letras, pela mesma ordem.

Tendo em conta que a totalidade do elemento verbal da marca registanda reproduz a marca recorrida, composta por esse único elemento, e a proeminência desse elemento verbal no conjunto da marca mista registanda - cuja parte figurativa se limita a um fundo rectangular verde onde se inscrevem as letras 'NB' em letra de imprensa maiúscula de imprensa de cor branca, com um pequeno grafismo em forma de acento circunflexo invertido, visível sobre o canto superior direito do dito fundo rectangular - é inquestionável uma forte semelhança entre os sinais, que se não distinguem, do ponto de vista gráfico, senão em pormenores insignificantes (tipo de letra), nem tão pouco se distinguem do ponto de vista fonético (idêntica

Página 9 de 13

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.0YHLSB

pronúncia) ou mesmo conceptual (sem particular significado em português, enquanto tal, a não ser o que lhe advém da expressão latina '*nota bene*').

A pronúncia de ambos é, com efeito, exactamente a mesma: 'éne-bê'.

Do ponto de vista figurativo, existe, é certo, diferença na cor da letras e do respectivo fundo do sinal registando, bem como no minúsculo sinal em forma de acento circunflexo invertido junto ao canto superior direito do mesmo, mas, sendo a marca prioritária um sinal verbal, a mesma protege contra variantes cromáticas do mesmo sinal, e não apenas contra a sua utilização sem cor ou numa determinada cor.

Trata-se de pormenores de estilo, que mais não fazem que realçar o elemento verbal único de ambos os sinais, em ambos casos constituído pelas únicas letras 'NB'.

E, no caso vertente, atenta a identidade/forte afinidade dos serviços assinalados, para não dizer identidade do elemento verbal único de ambos os sinais, e a trivialidade do elemento figurativo que as separa, o grau de semelhança que se exige entre os sinais em confronto, para aferir do risco de confusão, deve ter em conta aquela acentuada afinidade/identidade, como resulta da correlação entre ambos estabelecida pela jurisprudência do Tribunal de Justiça da EU na matéria.

De acordo com esta jurisprudência, para aferir do risco de confusão - condição específica da protecção da marca nos termos do considerando 11 da Directiva 2008/95/CE de 22/10/2008¹ que aproxima as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas - deve ter-se em conta nomeadamente o seguinte:

¹ JO nº L 299 de 8.11.2008, p. 25.

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.OYHLSB

- o risco de confusão deve ser apreciado globalmente atentos todos os factores do caso em apreço (Processo C-251/95 *Sabel BV v Puma AG*, Acórdão de 11.11.1997, ponto 22);

- a apreciação global do risco de confusão implica uma certa interdependência entre os factores tomados em conta, nomeadamente a semelhança das marcas e dos produtos ou serviços designados. Assim, **um reduzido grau de semelhança entre os produtos ou serviços designados pode ser compensado por um grau elevado de semelhança entre as marcas**, e inversamente (Processo C-39/97 *Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwyn-Mayer Inc.*, Acórdão de 29.09.1998, ponto 17).

Existindo, inquestionavelmente, identidade textual e fonética entre os sinais, que a trivialidade do elemento figurativo registando não chega a dissipar, e identidade ou forte afinidade entre serviços assinalados por ambos na classe 36, será o consumidor facilmente induzido em erro ou confusão entre as duas marcas, caracterizadas pela mesma sigla **NB**, que assim deixam de cumprir a sua função básica de distinguir os produtos ou serviços dos vários intervenientes no mercado.



Perante serviços na área financeira assinalados pela marca , o consumidor médio desse tipo de serviços tenderá a atribuí-los à recorrente, que assinala os seus serviços nessa área pela mesma sigla **NB**, julgando tratar-se de uma actividade da recorrente ou em qualquer modo com ela relacionada ou por ela autorizada.

Verifica-se pois, em virtude da semelhança entre os sinais, risco de ser o consumidor facilmente induzido em erro ou confusão, nos termos do artigo 245º do

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.0YHLSB

CPI, entre as actividades que recorrente e recorrida prestam na mesma área dos serviços por aqueles respectivamente assinalados na área financeira.

O risco de erro ou confusão é, por seu lado, susceptível de fazer crer aos consumidores que os serviços assinalados pela marca nacional recorrida provêm da mesma origem que os da recorrentes, assinalados pela mesma sigla 'NB', independentemente da intenção da recorrida, o que constitui concorrência desleal nos termos do artigo 317º, nº 1, alínea a) do CPI.

Quanto ao facto de outras marcas nacionais ou da UE registadas, incluindo em nome da recorrida, integrarem a sigla 'NB', não é relevante para a apreciação da inadmissibilidade do registo da marca em causa nos presentes autos, por imitação da marca prioritária homónima da recorrente, já que a relação entre estas tem de ser apreciada em função das características que lhes são próprias, e não em função das que são específicas de outros sinais e da respectiva aceitação a registo em sede própria, que desconhecemos.

Por conseguinte, demonstrando-se imitação, tal como definida no artigo 245º, nº 1, do CPI, da marca prioritária internacional nº 1155175 **NB**, e possibilidade de concorrência desleal, procedem os correspondentes fundamentos de recusa do



registo de marca nacional nº 580578, nos termos do artigo 239º, nº 1, alíneas a) e e), do CPI.

IV – Decisão

Pelo exposto, e nos termos das disposições citadas, concede-se provimento ao recurso interposto por **Neuberger Berman Group LLC** e, em consequência, revoga-se a decisão do INPI de 19.12.2017, publicada no BPI de 2.01.2018, que concedeu

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 81/18.OYHLSB



de registo da marca nº 580578 , negando-se assim protecção à mesma.

Custas pela recorrida (artigo 527º, nºs 1 e 2 do CPC).

Valor da causa: 30.000,01 Euros (artigo 303º, nº 1, do CPC).

Registe e notifique.

Após trânsito da sentença e com cópia da mesma devolva-se o processo ao INPI e cumpra-se o artigo 35º, nº 3, aplicável nos termos do artigo 47º, do CPI.

Lisboa, 15.10.2018

**TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA****PROCESSO N.º 81/18.0YHLSB.L1****Apelação**

Neuberger Berman Group LLC, sociedade norte-americana com sede 605 Third Avenue New York, New York 10158, Estados Unidos da America veio, ao abrigo do disposto no artigo 39º e seguintes do Código da Propriedade Industrial (CPI), interpor recurso da decisão do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) que concedeu o registo da marca n.º 580578 requerida por Novo Banco, S.A., pessoa colectiva n.º 513204016 com sede na Avenida da Liberdade. N.º 195, 1250-142 Lisboa pedindo que seja revogado o despacho do INPI que concedeu o registo da mencionada marca e o mesmo substituído por decisão de recusa do dito registo.

Alegou, em síntese, identidade fonética e forte semelhança gráfica entre a marca recorrida e a marca internacional (verbal) n.º 1155175 NB, registada com anterioridade pela requerente designando como território de protecção a Comunidade Europeia para assinalar designadamente '*Serviços financeiros*' (classe 36), com os quais os serviços assinalados pela marca controvertida apresentam um nexó de identidade ou forte afinidade, podendo-se assim induzir o consumidor em erro ou confusão, ou gerar concorrência desleal, contrariamente ao entendimento sufragado no despacho recorrido.

Cumprido o artigo 43º do CPI, o INPI remeteu, a título devolutivo, o processo administrativo.

Citada a parte contrária, nos termos e para os efeitos do artigo 44º do CPI, não se pronunciou.

Resultam provados os seguintes factos, com interesse para a decisão da causa:

- 1) A recorrente é titular do registo de marca internacional (verbal) n.º 1155175 NB, registado em 18.10.2012 com designação da União Europeia como território de protecção ao abrigo do Protocolo de Madrid para assinalar os serviços na classe 36 da Classificação de Nice, incluídos no doc. 3 junto a fls. 17-18 dos autos.
- 2) Em 4.05.2017, a recorrida solicitou o registo da marca nacional (mista) n.º 580578 para assinalar os seguintes serviços na classe 36 da Classificação de Nice, nos termos do doc. junto a fls. 33-34 dos autos:

**TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA**

36 Serviços financeiros; serviços bancários; negócios monetários; troca de moeda e serviços de câmbio; serviços de transação de títulos; serviços de concessão de empréstimos e créditos; locação financeira; serviços de recuperação de dívidas e factoring; serviços de investimento; constituição de capitais; investimento de capitais; subscrição financeira e emissão de títulos (serviços bancários de investimento); gestão financeira; transferências e transações financeiras e serviços de pagamento; serviços de ordem de dinheiro, cheque e numerário; serviços de cartões; informações em matéria financeira; serviços informáticos de corretagem de títulos e ações; serviços de consultoria em matéria financeira; classificação financeira e relatórios de crédito; angariação de fundos e patrocínios; serviços de avaliações financeiras; serviços financeiros bancários, monetários prestados através de uma rede interativa de comunicações, nomeadamente a internet .

3) Em 20.06.2017, a recorrente apresentou junto do INPI reclamação contra o mencionado pedido de registo de marca

invocando designadamente imitação da sua marca internacional n.º 1155175 supra referida, nos termos constantes de fls. 90-95v dos autos.

4) Em 21.08.2017, a recorrida contestou junto do INPI a reclamação da recorrente contra o seu pedido de registo de marca NB, nos termos constantes de fls. 96-103 dos autos.

5) Em 18.09.2017, a recorrente respondeu à mencionada contestação da recorrida, através de exposição suplementar, nos termos constantes de 104-112 dos autos.

6) Em 4.10.2017, a recorrida apresentou junto do INPI exposição suplementar acompanhada de novos documentos, à qual a recorrente respondeu apresentando por seu lado nova exposição suplementar, cf. docs. juntos respectivamente a fls. 113-138 e fls. 139-151 v dos autos.

7) Por decisão de 19.12.2017, publicada no Boletim da Propriedade Industrial (BPI) de 2.01.2018, foi indeferida a reclamação da recorrente e o registo de marca nacional n.º 580578 concedido para os pedidos serviços na classe 36, nos termos constantes de fls. 35-36 dos autos.

8) A recorrida é titular de outros registos de marcas integrando o conjunto de letras 'NB' e assinalando serviços na classe 36, como a marca da UE n.º 13389358 e as marcas nacionais n.º 537829, n.º 537560, n.º 537830, n.º 537558, n.º 537752 e n.º 537828, solicitados em Outubro de 2014 e concedidos em 2015.

9) Em fachadas de agências bancárias da recorrida, esta aparece identificada com a expressão 'NOVO BANCO' e pela sigla 'NB', ilustrado nas fotos juntas a fls. 67v-68v dos autos.

**TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA**

10) Na publicação 'Meios & Publicidade de 17.11.2017, a recorrida aparece em 2º lugar na tabela "TOP 10 ANUNCIANTES EM RÁDIO" no período 'Jan/Set 2016 Invest.', sendo 1ª no grupo *Média Capital*, 2ª no grupo *TSF* e 3ª no grupo *Renascença*, cf. doc. 12 junto a fls. 72v-74 dos autos.

11) Na secção '*Gastos Gerais Administrativos*' do relatório da recorrida constam as verbas de 7.790,13765,11569 e 9.737 milhares de euros em '*Publicidade e publicações*', relativamente aos anos de 2014,2015,2016 e 2017, respectivamente, ef. doc. 14 junto a fls. 76- dos autos.

12) A criação da recorrida a partir dos activos do Banco Espírito Santo, bem como a subsequente mudança de imagem daquela foram amplamente publicitadas nos meios de comunicação social.

Vindo a ser proferida sentença que concedeu provimento ao recurso interposto por Neuberger Berman Group LLC, revogando a decisão do INPI de 19/12/2017, negando protecção da marca nº 580578 do Novo Banco SA.

Inconformada recorre o Novo Banco SA, concluindo que:

- A Apelante considera que o Tribunal *a quo* não aplicou corretamente ao caso *sub judice* os critérios de aferição do risco de confusão estabelecidos nos artigos 223.º, 239.º nº 1 alíneas a) e e) e 245.º do Código da Propriedade Industrial ("CPI") a propósito do registo de marcas.

- Concretamente, a Apelante considera que o Tribunal *a quo* cometeu vários erros de apreciação e de metodologia na aplicação que fez ao caso concreto dos referidos critérios, a saber:

v. O Tribunal *a quo*, aquando da comparação entre as marcas em liça, não teve em conta o facto de a marca da Apelada, que é uma marca verbal, possuir fraca capacidade distintiva;

vi. O Tribunal *a quo* errou ao considerar que o elemento figurativo da marca da Apelante é trivial;

vii. O Tribunal *a quo* errou ao considerar que as marcas em liça não se distinguem do ponto de vista conceptual;

viii. O Tribunal *a quo* errou ao considerar que o consumidor médio de serviços financeiros e bancários ao ser confrontado com a marca da recorrente seria facilmente induzido a considerar que os serviços prestados sob aquela marca seriam prestados pela Apelada (risco de confusão) ou de alguma empresa de algum modo com ela relacionada (risco de associação).



TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

- No entender da Apelante, o Tribunal *a quo* errou ao não seguir a linha argumentativa percorrida na Sentença do processo nº 83/18.7YHLSB - e, por isso, cabe ao Venerando Tribunal *ad quem* que coruja esta insanável contradição de julgados, substituindo a Sentença ora recorrida por outra que mantenha a decisão de concessão da marca nacional nº 580578, nos termos e pelos motivos que se seguem.

Primeiro vício: o Tribunal *a quo* não teve em conta que a marca da Apelada possui fraca capacidade distintiva.

- O Tribunal *a quo* errou ao não tomar em consideração os amplos argumentos e a firmada jurisprudência trazidos aos autos pela Apelante, que demonstram, sem sombra para dúvidas, que a marca da ora Apelada é dotada de fraca capacidade distintiva, em virtude de ser constituída por apenas duas letras.

- O Tribunal não dispensa uma única palavra à fraca capacidade distintiva da marca da Apelada - precisamente o fator que levou o INPI a considerar que as diferenças entre as duas marcas em cotejo eram suficientes para levar à sua fácil diferenciação, do ponto de vista dos consumidores.

- Citando a decisão do INPI que determinou, originalmente, a concessão da marca nacional n.º 580578, na classe 36:

"- Do confronto entre o sinal requerido e a marca prioritariamente registada NB não ressaltam semelhanças gráficas, fonéticas, figurativas ou outras suscetíveis de gerar o risco de confusão ou de associação necessário para que se considere preenchido o conceito jurídico de imitação. Com efeito, a impressão de conjunto produzida pelas marcas em litígio, atendendo, designadamente, aos elementos figurativos e cor da marca registando, é perfeitamente distinta, respeitando o sinal registando, o princípio de novidade das marcas.

Refira-se aliás que, em geral, não existe risco de confusão entre sinais de duas letras estilizados de forma diferente ou com representações gráficas diferentes das mesmas letras, que produzam uma impressão visual distinta.

Por conseguinte, o risco de confusão pode ser excluído com segurança se dois sinais em conflito, apesar de serem formados pela mesma combinação de duas letras, tiverem uma caracterização gráfica suficientemente diferente para neutralizar os elementos nominativos comuns, como, salvo melhor opinião, se verifica no caso ora apreciado."

- A Apelante não pode deixar de expressar a sua surpresa ao ver o Tribunal *a quo* inverter uma decisão do INPI sem dirigir uma palavra ao principal argumento que levou a essa decisão, e, principalmente, quando esse argumento ocupou numerosas páginas na *Resposta ao Recurso* que lhe foi apresentada pela ora Apelante.



TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

- Com efeito, a marca da Apelada é constituída por apenas duas letras, "NB", e, como tal, é dotada de fraca capacidade distintiva.
- Da fraca capacidade distintiva do sinal prioritário retira-se uma consequência essencial para a avaliação do risco de confusão: se o sinal prioritário é fraco, até pequenas diferenças (que nem sequer é o caso, uma vez que os elementos figurativos da marca da Apelante apresentam forte capacidade distintiva) bastam para que o consumidor dele distinga o sinal posterior.
- Em suma, o Tribunal *a quo* errou ao não tomar em consideração que a marca anterior da Apelada é uma marca que possui uma fraca capacidade distintiva.
- Na verdade, quanto menos distintiva for a marca prioritária - no caso, tratando-se de um sinal de duas letras - menor será o risco de confusão.
- Este erro contaminou todo o processo de aferição do risco de confusão levado a cabo pelo Tribunal *a quo* - desde a comparação entre os sinais até à avaliação do risco de confusão.
- Já o mesmo Tribunal, numa sentença que versa sobre um sinal praticamente idêntico (a única diferença é a forma como as cores estão distribuídas no sinal), através de uma comparação entre a avaliação do risco de confusão realizada em sede da Sentença ora recorrida com aquela que teve lugar no dispositivo da decisão do Tribunal da Propriedade Intelectual no processo 83/18.7YHLSB, que antecedeu em um mês a Sentença ora recorrida, e que manteve a concessão da marca nacional n.º 580579, face à reclamação da ora Apelada com base no registo internacional n.º 1155175, "NB".
- Essa decisão realizou uma correta avaliação da fraca capacidade distintiva da marca da ora Apelada, como se pode verificar no seguinte excerto:
"[O] que ressalta das duas marcas em confronto é a igualdade da sigla NB. Mas estas letras, por si só, são desprovidas de qualquer carácter distintivo, por outro lado, os demais elementos que compõem as marcas da recorrida são marcantes e distintos, e por isso não existe qualquer confundibilidade ou sequer perigo de essa ocorrer perante ambas as marcas em apreço, sendo a marca da recorrente fraquíssima como sinal distintivo. Conforme se escreve no Ac. da RL de 26/11/2009, citando Couto Gonçalves: «Sinal fraco é o sinal, em si mesmo, de uma tal simplicidade e vulgaridade que, normalmente, não reveste qualquer possibilidade de, isoladamente, distinguir uma espécie de produtos e serviços», só não sendo assim se ocorrer uma situação de secondary meaning», o que não é a situação dos autos.

TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

“No caso, e atentos os aspectos gráficos e figurativos das marcas da recorrida, considerados na sua globalidade, apresentam suficiente distintividade face à fraqueza e vulgaridade do sinal da recorrente.

Conclui o Acórdão que vimos citando “No caso das marcas «fracas», por integrarem elementos com pouca capacidade distintiva, insusceptíveis de apropriação, pode bastar uma pequena variação para afastar o juízo de confundibilidade, enquanto nas marcas «fortes» o grau de exigência é maior, sendo necessária uma diferença de tipo para afastar esse juízo ”. Sendo a marca da recorrente uma marca «fraca”, basta uma simples variação por parte das marcas da recorridas para afastar a confundibilidade existente. E essa variação existe conforme supra analisado, pois os elementos figurativos são totalmente distintos do sinal da recorrente. Assim sendo, fica afastado qualquer juízo de imitação e de risco de concorrência desleal.”

- Em suma, a Sentença citada faz uma apreciação correta dos sinais em liça, tendo tido em conta a fraca capacidade distintiva do sinal da Apelada.

- O Tribunal *a quo* deveria, igualmente, ter tomado em consideração a fraqueza da capacidade distintiva do sinal anterior; e, se tivesse disso esse o caso, teria com certeza chegado às mesmas conclusões exaradas na Sentença relativa ao processo n.º 83/18.7YHLSB.

- Segundo vício: O Tribunal *a quo* errou ao considerar que o elemento figurativo da marca da Apelante é trivial.

- O Tribunal *a quo* concluiu, de forma errónea, que o elemento figurativo da marca da ora Recorrente é, de algum modo, trivial.

- Na verdade, a avaliação do elemento figurativo realizada pelo Tribunal *a quo* não podia ser mais distante daquela efetuada, com a maior correção, pelo 1.º Juízo do Tribunal da Propriedade Intelectual no processo 83/18.7YHLSB:

Assim sendo e apesar a sigla NB de ambas as partes serem idênticas, todo o grafismo e os elementos desen/ísticos são totalmente diversos, pois o destaque das marcas da recorrida está na cor verde e no grafismo das letras e não tanto no NB, sendo os sinais, totalmente distintos quer visual, quer graficamente.

[O] que ressalta das duas marcas em confronto é a igualdade da sigla NB. Mas estas letras, por si só, são desprovidas de qualquer carácter distintivo, por outro lado, os demais elementos que compõem as marcas da recorrida são marcantes e distintos, e por isso não existe qualquer confundibilidade ou sequer perigo de essa ocorrer perante ambas as marcas em apreço, sendo a marca da recorrente [raquíssima como sinal distintivo.

TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

- Com efeito, os elementos figurativos da marca " " não são de modo algum triviais - mas sim, citando as palavras da dita Sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual no processo 83118.7YHLSB, "*marcantes e distintos*".
- O erro do Tribunal *a quo* parece residir numa ideia pouco acertada daquilo que atribui capacidade distintiva a um determinado elemento - equacionando *simplicidade* com *trivialidade*.
- Assim, o Tribunal *a quo* considera que o elemento figurativo da marca da Recorrente se "*limita a um fundo rectangular verde*", e que os sinais "*não [se] distinguem. do ponto de vista gráfico, senão em pormenores insignificantes (tipo de letra)*".
- Chegando até ao ponto de afirmar que as diferenças visuais entre os sinais em liça se resumem a "*pormenores de estilo*".
- Ora, esta descrição trai uma ideia pouco correta daquilo que é, hoje em dia, o *design* gráfico e a construção de uma imagem de marca - e da maneira como estes se relacionam com o conceito de capacidade distintiva.
- "Capacidade distintiva" refere-se, precisamente, à *idoneidade* de um sinal para ser reconhecido pelos consumidores e distinguido de outros sinais.
- E, por muito que essa realidade tenha escapado ao Tribunal *a quo*, existe, por entre a aparente simplicidade dos elementos figurativos da Família de Marcas Novo Banco, um *conceito*, altamente diferenciador e plenamente capaz de a distinguir de outros símbolos que são apostos aos mesmos bens e serviços.
- Esse conceito, que parte da ideia de um *lettering* sólido, assente, e uma borboleta no canto superior direito, representando *leveza e renascimento*, é pleno de significado e diferença.
- Dentro do panorama, muitas vezes pesado e solene, do *marketing* e do *branding* bancários, os elementos figurativos da marca, impõem-se com um conceito diferente e distinto - e foi através dessa mesma aparente *simplicidade* que o conseguiui.
- Subjacente ao raciocínio esboçado pelo Tribunal *a quo* está uma ideia, absolutamente errada, de que *apenas o complexo*, ou o *pesado*, ou o *difícil* pode ser distintivo.
- Quando, o mais das vezes, as marcas mais distintivas são precisamente as que, à primeira vista, parecem mais simples.
- No caso da marca a inescapável borboleta, cor verde e tipo de letra único e sólido constituem uma unidade de significado *intrinsecamente* distintiva.
- E tanto assim é que o INPI, na decisão recorrida que concedeu a marca da Apelante, considerou correctissimamente que "*a impressão de conjunto produzida pelas marcas em litígio, atendendo, designadamente, aos elementos figurativos e cor da marca registanda, é completamente distinta, respeitando o sinal registando o princípio da novidade das marcas*".

TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

- Com efeito, do ponto de vista visual, aquilo que o consumidor vê quando se depara com a marca da Apelante não é a informação, nua, que as letras "NB", sozinhas, comunicam - é toda a informação *visual* comunicada por essas letras naquele tipo de letra, associadas a uma cor verde, com a borboleta no canto superior direito.
- Não pode haver dúvidas de que a impressão causada pelos elementos figurativos é mais impactante - mesmo que esses elementos não sejam *complexos* - que a impressão causada pelas letras "NB", por si sós.
- E, acima de tudo, não pode haver dúvidas de que essa impressão visual é suficiente para distinguir as duas marcas - ou seja, para afastar qualquer noção de que elas são detidas pelo mesmo operador económico, ou por operadores económicos associados.
- É importante ter em conta que os elementos figurativos da marca" são utilizados, desde 2014, numa família de marcas notórias em Portugal (a "Família de Marcas Novo Banco").
- Este facto, abundantemente desenvolvido pela ora Apelante perante o Tribunal *a quo*, não foi de todo tomado em linha de conta na Sentença ora recorrida, a qual não lhe dedica uma única palavra.
- Ora, conforme ficou sobejamente comprovado por inúmeros documentos trazidos aos autos pela ora Apelante, os elementos figurativos da marca beneficiam de uma enorme capacidade distintiva adquirida, devido à sua associação a uma família de marcas larga e consistentemente utilizada pela Apelante para assinalar os seus serviços nas áreas bancária e financeira.
- Com efeito, desde a criação do Novo Banco, em 2014, foram criadas diversas marcas que partilham, entre si, um núcleo comum de elementos figurativos que vem sendo utilizado para assinalar os serviços bancários e financeiros da Apelante (doravante, "Família de Marcas Novo Banco").
- Esses elementos são: um tipo de letra forte, negrito e não serifado; uma cor verde-clara; as palavras "NOVO BANCO" ou as letras NB; e, com uma enorme força distintiva, a silhueta de uma borboleta no canto superior direito.
- Estes elementos foram criados, com grande investimento da Apelante, em 2014, com o objetivo de criar uma nova e distinta identidade empresarial - são uma obra criativa, e não meros elementos triviais.
- Mencionam-se as diversas marcas que pertencem à Família de Marcas Novo Banco (*cf.* a lista completa, anexa como Documento 1 à *resposta ao Recurso* apresentada pela ora Apelante junto do Tribunal *a quo*), todas elas já concedidas.
- Como se pode facilmente verificar, há um núcleo comum de características que atribui a estas marcas um determinado contexto, uma mensagem definida que é facilmente apreendida pelos consumidores.

TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

- A Apelante é uma das maiores instituições bancárias em Portugal, tendo sucedido ao Banco Espírito Santo após a sua mediática falência em 2014. As circunstâncias que rodearam a criação do Novo Banco levaram a uma quantidade muito significativa de cobertura pela comunicação social.
- As marcas associadas à Apelante tornaram-se, assim, extremamente notórias e reconhecíveis em todo o território nacional; mais, até, do que seria normal para uma instituição bancária de topo. O núcleo comum de características figurativas das marcas desta família - a cor verde, o tipo de letra, e a borboleta no canto superior direito - tornaram-se numa linguagem de marketing conhecida pela generalidade dos portugueses, no setor bancário.
- Tal como os elementos de prova juntos com a *resposta ao Recurso* submetida pela Apelante junto do Tribunal *a quo* atestam, a marca tem si do usada consistentemente e intensivamente, em conexão com serviços da classe 36, com as outras marcas da família Novo Banco.
- Notoriamente, um cartaz com a marca da Apelante é exposto à porta de todas as agências bancárias que a Apelante opera no país - num total que supera os 400 estabelecimentos (Documentos 2 a 4, anexos à *resposta ao Recurso* apresentada pela ora Apelante junto do Tribunal *a quo*).
- Assim, a marca da Apelante retira a sua capacidade distintiva não do seu elemento nominativo - "NB" - mas da sua combinação com os elementos figurativos altamente distintivos que a compõem.
- Com efeito, a exposição alargada dos consumidores portugueses a esta Família de Marcas Novo Banco, desde 2014, leva a uma associação fortíssima entre a cor verde clara, a silhueta da borboleta, o tipo de letra não serifado, e os serviços da Apelante.
- Graças aos enormes investimentos e esforços empresariais da Apelante, que se traduziram em campanhas de publicidade absolutamente únicas no panorama mediático português, é totalmente seguro dizer que existe uma fortíssima associação entre os elementos visuais da marca origem empresarial.
- Entre 2014 e 2017, a Apelante investiu uma quantia superior a 40 milhões de euros em publicidade para a Família de Marcas Novo Banco, conforme os extratos dos relatórios e contas anexos como Documentos 14 a 17 (cfr. rubrica "publicidade e publicações") à *resposta ao recurso* apresentada pela ora Apelante junto do Tribunal *a quo*.
- O objetivo destes investimentos foi, precisamente, promover os elementos figurativos da Família de Marcas Novo Banco (cor verde, tipo de letra e borboleta) junto dos consumidores portugueses.
- Ora, estes elevadíssimos investimentos e enorme esforço empresarial têm consequência na perceção dos consumidores - os quais, quando confrontados com as letras "NB" associadas aos elementos figurativos presentes na marca a associação imediatamente, e apenas, à Apelante enquanto origem comercial de bens e serviços.
- Em boa verdade, a "complexidade" de um elemento figurativo nada tem a ver com a sua capacidade para distinguir bens e serviços. A perceção dos consumidores é estimulada não pelo número de elementos figurativos, mas pela sua capacidade distintiva, e pela forma como aqueles estimulam a sua memória e se relacionam com as suas experiências passadas enquanto consumidor.

TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

- O consumidor, ao deparar-se com a marca verá um conjunto de letras, "NB", que, por si só, é pouco distintivo - mas vê-lo-á associado a um elemento figurativo altamente distintivo, criado para identificar uma família de marcas reputada a nível nacional, e que não é, de modo algum, trivial.
- O Tribunal *a quo* errou ao considerar que as marcas em liça não se distinguem do ponto de vista conceptual;
- De acordo com o Tribunal *a quo*, as marcas em liça não apresentam diferenças conceptuais, porquanto: "[É] inquestionável uma forte semelhança entre os sinais, que se não distinguem, do ponto de vista [...] conceptual (sem particular significado em português, enquanto tal, a não ser o que lhe advém da expressão latina 'nota bene '). "
- No entender do Tribunal *a quo* o consumidor médio, confrontado com os dois sinais em liça, não retirará qualquer significado em particular - e, portanto, não os distinguirá.
- Uma conclusão que não se aceita, porque não é correta. "NB", *qua tale* é uma sigla.
- Quando confrontado com uma sigla, o consumidor médio aperceber-se-á de que está perante as iniciais de uma entidade empresarial, que é a origem dos produtos ou serviços assinalados.
- E, por via de conhecimento geral, por associação, ou por memória, tentará atribuir um significado às iniciais com que é confrontado.
- Sinais que são utilizados numa família de marcas consistente e largamente utilizada por todo o território nacional, desde 2014.
- E, perante esses elementos figurativos, que já conhece, o consumidor médio atribuirá um significado claro e definido à sigla "NB" - o significado de "NOVO BANCO".
- Na ausência desses elementos, é claro, o consumidor não fará qualquer associação com nenhuma entidade empresarial - e, por isso, efetivamente, perante a marca da Apelada, o consumidor médio não retirará qualquer significado em particular.
- Assim, do ponto de vista conceptual, a marca da Apelante distingue-se da marca da Apelada - enquanto a primeira tem um significado definido para o consumidor ("Novo Banco"), a segunda não possui qualquer significado em particular.
- Que assim é pode ser facilmente comprovado através da consulta do estudo de mercado, junto como Documento 2, segundo o qual cerca de 75% do público em geral associa espontaneamente a marca em causa ao Novo Banco.
- E, aliás, o próprio 1.º Juízo do tribunal da Propriedade Intelectual, na sua sentença no processo 83/18.7YHLSB (relativo à marca), refere que "foneticamente NB não é usado pelos consumidores dos produtos da recorrida. Estes geralmente para se lhe referir usam o nome da mesma - Novo Banco, sendo tão só o NB as letras com que se iniciam cada uma destas palavras. Sendo que tudo indica que o NB da recorrente também tem na sua génese as letras com que se inicia a sua denominação social- Neuberger Berman.

TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

- Em suma, as marcas são conceptualmente distintas, porque o consumidor associa um significado - Novo Banco - à marca da Apelante; mas não associa qualquer significado à marca da Apelada.
- O Tribunal *a quo* errou ao considerar que o consumidor médio de serviços financeiros e bancários ao ser confrontado com a marca da apelante seria facilmente induzido a considerar que os serviços prestados sob aquela marca seriam prestados pela Apelada (risco de confusão) ou de alguma empresa de algum modo com ela relacionada (risco de associação).
- Uma vez adequadamente descrita a fraca capacidade distintiva da marca da Apelada, e, concomitantemente, a forte capacidade distintiva mobilizada pelos elementos figurativos da marca da Apelante, é adequado passar à comparação dos sinais em liça, e demonstrar em que medida a avaliação do risco de confusão realizada pelo Tribunal *a quo* se mostrou incorreta.
- Aquando da comparação dos dois sinais, o Tribunal *a quo* pronunciou-se do seguinte modo:
"Tendo em conta que a totalidade do elemento verbal da marca registanda reproduz a marca recorrida, composta por esse único elemento. e a proeminência desse elemento verbal no conjunto da marca mista registanda - cuja parte figurativa se limita a um fundo rectangular verde onde se inscrevem as letras 'NB' em letra de imprensa maiúscula de imprensa de cor branca, com um pequeno grafismo em forma de acento circunflexo invertido, visível sobre o canto superior direito do dito fundo rectangular - é inquestionável uma forte semelhança entre os sinais. que se não distinguem, do ponto de vista gráfico, senão em pormenores insignificantes (tipo de letra), nem tão pouco se distinguem do ponto de vista fonético (idêntica pronúncia) ou mesmo conceptual (sem particular significado em português, enquanto tal. a não ser o que lhe advém da expressão latina 'nota bene '],"
- A comparação do Tribunal põe demasiada ênfase no elemento verbal do sinal da Apelante, que, sendo misto, retira a sua capacidade distintiva não do elemento verbal, "NB" (que, como já vimos, por si só possui fraca capacidade distintiva), mas da sua combinação com um forte elemento figurativo.
- Também do ponto de vista conceptual, não pode haver dúvidas, conforme exposto acima, de que as marcas se distinguem facilmente o consumidor português, que conhece os elementos figurativos da marca vai entender a marca da Apelante como tendo o significado de "Novo Banco" - conceito esse que não é invocado pela marca da Apelada.
- Ignorar que a generalidade dos portugueses conhece os elementos figurativos da Família de Marcas Novo Banco e que não poderia deixar de entender a marca da Apelante como dela fazendo parte seria consagrar uma visão formalista e desligada da realidade do mercado.
- Porque, como é sabido, a avaliação das marcas, para efeitos de aferição de risco de confusão, deve ser feita sucessivamente, e não simultaneamente.

TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

- O consumidor, quando se depara com as marcas no mercado, não as tem lado a lado. A avaliação do risco de confusão implica que o julgador se coloque na posição do consumidor, que encontra as marcas no mercado, sequencialmente.

- Esta mesma questão é abordada na Sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual no processo 83/18.7YHLSB, que manteve a concessão da marca nacional n.º 580579, face à reclamação da Recorrida com base no registo internacional n.º 1155175, "NB".

- Nas palavras dessa decisão, que precede a Sentença ora recorrida em um mês,

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

- Ora, é evidente, pela linguagem empregue na Sentença ora recorrida, que o que sucedeu foi precisamente o contrário: a avaliação do risco de confusão foi realizada colocando os sinais lado a lado, e contabilizando as diferenças e semelhanças entre eles.

- Aliás, basta consultar a tabela construída na Sentença ora recorrida, que ampliou desnecessariamente as letras "NB" e as colocou lado a lado com a marca da Apelante, para descortinar que a comparação terá sido feita observando, em simultâneo, as duas marcas.

- É a diferença entre os dois tipos de exames - simultâneo e sucessivo - que explica a divergência entre as duas decisões.

- O mesmo Tribunal não ofereceu, na Sentença ora recorrida, qualquer motivo válido para se afastar desta linha jurisprudencial, não abordou os argumentos da Apelante acerca da fraca capacidade distintiva da marca da Apelada, e, não tomando em conta a capacidade distintiva adicionada pelo elemento figurativo da marca da Apelante, efetuou uma comparação simultânea entre a marca prioritária e a marca registanda, que o levou a uma conclusão errada: a de que a marca da Apelante seria uma "imitação" da marca da Apelada.

- Ora, "imitação", nos termos do artigo 245.º do CPI, existe quando as marcas *"tenham tal semelhança gráfica, figurativa, fonética ou outra que induza facilmente o consumidor em erro ou confusão. ou que compreenda um risco de associação com marca anteriormente registada, de forma que o consumidor não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto".*

TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

- Como ficou amplamente demonstrado acima, a realidade é que as diferenças figurativas entre as marcas são de índole a afastar por completo qualquer risco de associação ou confusão.
- Não pode haver dúvidas de que, perante serviços nas áreas bancária e financeira assinalados pela marca não existe qualquer hipótese de o consumidor médio desse tipo de serviços os atribuir à ora Apelada.
- Isto porque **nenhum consumidor português de serviços bancários ou financeiros terá dúvidas em atribuir à Apelante a origem empresarial dos serviços assinalados ela marca"**
- Resulta pois demonstrado à saciedade que o Tribunal *a quo* infringiu o disposto nos artigos 239.º n.º 1 alínea a) e e), conjugado com o artigo 245.º CPI bem como os critérios interpretativos destas disposições estabelecidos pela melhor jurisprudência.
- Uma vez que a Apelante reproduziu e fez referência expressa a todos os documentos e informações que permitirão ao presente coletivo apreciar cabalmente deste recurso, deverá o Tribunal *ad quem* substituir-se ao Tribunal *a quo* e, em consequência, revogar a decisão recorrida e substituí-la por Acórdão que determine a concessão da marca nacional n.º 580578.

A recorrida contra-alegou defendendo a bondade da sentença em causa.

Cumpram apreciar.

A marca é, basicamente, um sinal distintivo de mercadorias ou produtos, que visa individualizá-los no mercado, perante o consumidor. Pode, ou não, referenciar a empresa de onde provém as mercadorias ou produtos, mas a sua função essencial, a individualização referida é o objectivo essencial, quer pela chamada de atenção para o produto em si mesmo, quer pela identificação, mesmo que fantasista ou sugestiva, da sua natureza, quer pela ocupação e manutenção de um espaço no seu mercado específico, distinguindo o produto dos que, no mesmo género, com ele concorrem.

Para usar a expressão de Ferrer Correia, *"a marca funciona, assim, como um cartão de apresentação do empresário que a usa, como um factor de potenciação da sua clientela"* – "Lições de Direito Comercial", pág. 181.

Decorre daqui a necessidade imperiosa de defender a marca de outras, que por cópia ou semelhança, destruam tal individualização ou até aproveitem a faixa de mercado conquistada por determinado produto, induzindo em erro o consumidor.

O art.º 245.º n.º 1 a) do Código da Propriedade Industrial, dispõe que a marca registada se considera imitada ou usurpada por outra quando, cumulativamente, a marca registada tiver prioridade, sejam ambas destinadas a assinalar produtos ou serviços idênticos ou afins e tenham tal semelhança gráfica, figurativa, fonética ou outra que induza facilmente o consumidor em erro ou confusão, ou que compreenda um risco de associação com marca anteriormente registada, de forma a que o consumidor não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto.

TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

Visa-se assim a protecção de marca com registo prioritário e ao mesmo tempo protege-se o consumidor que, não tendo muitas vezes a possibilidade de no momento da aquisição ter perante si as duas marcas, pode escolher um produto pela semelhança fonética ou visual, quando na realidade era o outro produto que pretendia adquirir.

No caso dos presentes autos, o registo da marca da recorrida Neuberger Berman Group é prioritário e as duas marcas referem-se a produtos idênticos.

A questão reside pois na eventual similitude gráfica, figurativa e fonética.

A marca da recorrida é simplesmente **NB**. A marca da recorrente é NB com um símbolo gráfico no canto superior direito em forma de acento circunflexo, tudo em fundo verde.

Como tem sido salientado, a comparação entre duas marcas deve fazer-se tomando por referência o conjunto da marca e não comparando os elementos constitutivos um a um. E compreende-se que assim seja: a marca destina-se a captar a atenção imediata do consumidor – sobretudo do consumidor do tipo de produtos que a marca representa – que percebe um todo e não elementos isolados.

E neste aspecto, pese embora a identidade das letras N e B, o fundo verde claro associado a muitas outras marcas da recorrente estabelece um contexto que gera uma impressão visual distinta da mera sigla NB. De resto a própria recorrente é conhecida entre os consumidores próprios de produtos financeiros como Novo Banco e não simplesmente com NB. Tal tipo de consumidor médio, perante as letras NB em fundo verde claro, associa a marca de imediato ao Novo Banco.

É preciso ter em atenção que o Novo Banco foi criado com os activos do Banco Espírito Santo, após a insolvência deste, num dos episódios mais mediáticos e discutidos em Portugal nos últimos anos. As consequências da queda do grupo Espírito Santo e da especificidade da venda do Novo Banco ainda se fazem sentir hoje na economia portuguesa.

Qualquer utilizador médio de serviços bancários ou financeiros identifica de imediato a marca Novo Banco, com o NB em fundo verde claro – o sinal figurativo no canto superior direito é menos perceptível. Ora, como decorre do acórdão do STJ de 25/03/2004, o comprador que compra um produto marcado com um sinal semelhante a outro que já conhecia, não tem simultaneamente as duas marcas à sua frente para as comparar. Compra o produto por estar convencido que a marca que o assinala é aquela que retinha na memória.

Convenhamos que é inverosímil que um consumidor médio de produtos bancários ou financeiros não tenha na memória o sinal distintivo do Novo Banco, que não consiste tanto nas iniciais NB mas no fundo verde..

TRIBUNAL DA RELAÇÃO DE LISBOA

Considerando apenas iniciais NB trata-se de duas letras com muito fraco carácter distintivo. Sucede que no caso da recorrente, como dissemos, é o fundo verde claro que lhe transmite a sua identidade, até porque presente em quase todas as marcas do Banco.

Ao invés, no caso da recorrida, as duas iniciais, na sua simplicidade, não se mostram aptas a distinguir significativamente uma espécie de produtos ou serviços.

Como se observa no acórdão desta Relação de Lisboa de 26/11/2009, *“no caso das marcas fracas por integrarem elementos com pouca capacidade distintiva, insusceptíveis de apropriação, pode bastar uma pequena variação para afastar o juízo de confundibilidade, enquanto nas marcas fortes o grau de exigência é maior, sendo necessária uma diferença de tipo para afastar esse juízo.”*

Conclui-se assim que:

- - Não se insere no conceito de imitação nem se mostra propensa a confusão a marca registanda composta pelas letras NB sobre fundo verde com um sinal gráfico de fantasia no canto superior direito, relativamente a marca já registada e integrada apenas pelas letras NB.
- - E isto porque é o fundo verde que confere identidade e capta a atenção do consumidor médio de produtos bancários ou financeiros, sendo que estamos a falar de uma instituição alvo de intensa presença na comunicação social, tendo resultado de um dos maiores e mais graves descalabros financeiros da história portuguesa recente.
- - Existem outras marcas já registadas da instituição bancária a que pertence a marca registanda, e em todas elas é elemento indicativo essencial de identificação o fundo verde.
- Acresce que o consumidor médio associa a marca registanda ao nome completo, Novo Banco, que é a designação mais conhecida do público, e não apenas às iniciais.

Assim e pelo exposto, procede o recurso, revogando-se a sentença recorrida e confirmando-se o despacho do Instituto Nacional de Propriedade Industrial que deferiu o registo da marca nacional 580578.

Custas pela recorrida.

LISBOA, 27/6/19


António Valente


Teresa Prazeres Pais


Isoleta Almeida Costa

Sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual, 1º Juízo, proferida no processo de marca nacional 580579, julgou o recurso improcedente e manteve o despacho de concessão do INPI; Tribunal da Relação de Lisboa negou provimento ao recurso e confirmou a decisão recorrida; Supremo Tribunal da Justiça não admitiu o recurso de revista.

Assinado eletronicamente. Esta assinatura substitui a assinatura autógrafa, Dr(a). Maria João Calado



Tribunal da Propriedade Intelectual

1º Juízo

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

Recurso de Propriedade Industrial

341431

CONCLUSÃO - 04-09-2018

(Termo eletrónico elaborado por Escrivão de Direito Célia Maria Catarino)

=CLS=

SENTENÇA

I – Relatório:

“**Neuberger Berman Group LLC**”, veio, ao abrigo do disposto nos artigos 39.º e seguintes do Código da Propriedade Industrial, interpor recurso do despacho do Diretor de Marcas do INPI que concedeu o registo da marca nacional n.º 580579 “NB”, pedindo que seja revogado o despacho recorrido e não seja admitida a concessão do registo da marca.

Alegou em síntese, que a marca registanda é semelhante à sua e que os elementos figurativos não são suficientes para os distinguir, havendo risco de confusão para os consumidores e que por isso deverá ser recusado o seu registo.

*

A recorrida apresentou resposta ao recurso.

*

Face ao disposto no n.º 3 do artigo 44.º do CPI é chegado o momento de ser proferida a respetiva decisão.

*

O Tribunal é competente em razão da nacionalidade, da matéria e da hierarquia. O processo é o próprio e não enferma de nulidades que invalidem todo o processado. As partes têm personalidade e capacidade judiciárias, estão regularmente representadas. Não existem outras nulidades, exceções ou quaisquer questões prévias que obstem ao conhecimento do mérito da causa e que cumpra agora conhecer.

* *

II – Fundamentação – Matéria de facto provada:

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

Do acordo das partes e dos documentos juntos, resultam como provados os seguintes factos, com interesse para a decisão da causa:

1. A recorrente em 18/10/2012 procedeu ao registo da marca da União Europeia nº1155175NB, verbal, destinando-se a mesma a assinalar os seguintes produtos/serviços da Classificação Internacional de Nice:

36 - Financial services, namely, investment advisory, investment management, asset management, portfolio management, investment brokerage, securities brokerage, investment consultation, wealth management, and financial planning services; all the aforesaid services also available via the Internet or a similar electronic network; financial and investment services, namely, investment advisory and investment management and brokerage of securities, hedge funds, private equity funds, wrap fee programs, separate accounts, variable annuity programs, stocks, bonds, commodities, derivatives and debt investment, and limited partnerships; financial services, namely, financial research, financial analysis, consultation, record keeping and information services, transfer agent services, custodian services, management and investment of funds and assets of others, capital investment services, and financial transaction services; financial services, namely, mutual fund advisory and investment management services, mutual fund distribution services, mutual fund underwriting and administration services, and variable annuities investment services; clearance services, namely, clearing and settling financial transactions on behalf of others; maintaining assets and securities for others, and confirming and tracking financial transactions for others; insurance investment services; trust and estate planning and management services; retirement planning services; real estate investment trust advisory and management services.

2 - A recorrida pediu em 05/04/2017 o registo da marca nacional nº 580579 , tendo a mesmo sido concedido em 19/12/2017.

3 - Tal marca destina-se a assinalar na classe 36 da Classificação Internacional de Nice: «*serviços financeiros; serviços bancários; negócios monetários; troca de moeda e serviços de*

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

câmbio; serviços de transação de títulos; serviços de concessão de empréstimos e créditos; locação financeira; serviços de recuperação de dívidas e factoring; serviços de investimento; constituição de capitais; investimento de capitais; subscrição financeira e emissão de títulos (serviços bancários de investimento); gestão financeira; transferências e transações financeiras e serviços de pagamento; serviços de ordem de dinheiro, cheque e numerário; serviços de cartões; informações em matéria financeira; serviços informáticos de corretagem de títulos e ações; serviços de consultoria em matéria financeira; classificação financeira e relatórios de crédito; angariação de fundos e patrocínios; serviços de avaliações financeiras; serviços financeiros, bancários, monetários prestados através de uma rede interativa de comunicações, nomeadamente a internet.»

4- A sigla NB advém do nome do banco “NOVO BANCO”, o qual sucedeu ao “BES”, sigla do insolvente – «Banco Espírito Santo».

5 – O NOVO BANCO tem registadas a seu favor várias outras marcas com a sigla NB, para assinalar os serviços elencados em 3 supra na classe 36 da Classificação Internacional de Nice:

- Marca nº 537558, pedida em 28/10/2014

NBdireto™

- Marca nº 537559, pedida em 28/10/2014

NBnetwork™

- Marca nº 537560, pedida em 28/10/2014

NBapp™

- Marca nº 537752, pedida em 22/10/2014

NBnet™

- Marca nº 537827, pedida em 23/10/2014

**NBPRIVATE
Phone**™

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

NBweb[®]

- Marca nº 537828, pedida em 23/10/2014

NB1click[®]

- Marca nº 537829, pedida em 23/10/2014

NB24[®]

- Marca nº 537830, pedida em 23/10/2014

6 – O recorrido é titular da marca da União Europeia nº 014302459

**NOVO BANCO[®]**

, pedida a 29/06/2015 e destinada a assinalar os seguintes produtos e serviços da Classificação Internacional de Nice:

35 Agências de informações comerciais; Análise comercial de mercados; Gestão de negócios comerciais; Administração comercial.

36 Negócios bancários; Serviços financeiros; Serviços bancários e financeiros; Serviços de cartões de crédito; Serviços de cartões de crédito e cartões multibanco; Emissão de cartões de crédito; Emissão de cartões de crédito e de débito; Serviços de cartões bancários, cartões de crédito, cartões de débito e de cartões de pagamento eletrónico; Serviços cartões de crédito e de débito; Seguros bancários; Mediação de seguros; Serviços de subscrição de seguros.

38 Comunicação por meios eletrónicos; Comunicação de informação por meios eletrónicos; Comunicação de dados através de meios eletrónicos.

7 – O uso destas marcas NB e NOVO BANCO e a sua cor verde é do conhecimento da esmagadora maioria dos portugueses.

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

* * *

III – Fundamentação de Direito:

“*Marca* é um sinal distintivo de produtos ou serviços, visando individualizá-los no mercado, perante o consumidor e em relação aos demais, com os propósitos de assegurar e potenciar a clientela, simultaneamente protegendo o consumidor do risco de confusão ou associação com marcas concorrentes” (Ac. do STJ de 11/01/2011, proc. 627/06.7TBAMT.P1, em www.dgsi.pt, e Ferrer Correia - *Lições de Direito Comercial*, vol. I, p. 253. A sua função essencial é a distintiva, ou seja, a marca distingue e garante que os produtos ou serviços se reportam a uma pessoa que assume pelos mesmos o ónus de uso não enganoso, nessa medida cumprindo uma função de garantia de qualidade dos produtos e serviços, por referência a uma origem não enganosa e podendo, ainda, contribuir para a promoção dos produtos ou serviços que assinala (cf. Luís Couto Gonçalves - *Direito das Marcas*, pp. 17 – 30).

A composição das marcas é tendencialmente livre, limitada apenas por algumas restrições impostas por lei ou pelos princípios da eficácia distintiva da verdade, novidade, independência e licitude (artigos 238.º e 239.º do CPI).

A recorrente entende que a marca da recorrida é susceptível de confundir o consumidor, face à sua marca anteriormente registada.

Conforme se estipula no artigo 245.º n.º 1 do CPI “a marca registada considera-se imitada ou usurpada por outra, no todo ou em parte, quando, **cumulativamente**:

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

O primeiro requisito prende-se com dados objectivos, ou seja, a data em que foi concedido o registo, tendo porém de se considerar a prioridade resultante do pedido. O segundo, refere-se à identidade do tipo de produtos ou serviços em causa, face à sua utilidade e fim ou ainda à sua origem, não sendo naturalmente suficiente que estes se integrem na mesma classe, antes que se destinem a assinalar produtos ou serviços idênticos.

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

No caso dos autos, não restam dúvidas quer da prioridade do registo da marca da recorrente, nem que os produtos, que as duas marcas visam assinalar são idênticos, conforme decorre claramente dos factos provados, sendo que tal nem sequer é colocado em causa pelas partes.

Quanto à similitude gráfica, figurativa e fonética, vejamos:

Conforme resulta do preceituado no artigo 245.º n.º 1, alínea c), do CPI, é relevante a imitação de sinais que for susceptível de induzir o consumidor em erro ou confusão ou que crie o risco de associação com a marca registada.

O juízo avaliativo da semelhança entre duas marcas pressupõe um processo de comparação das marcas que deve ser feito “por intuição sintética e não por dissecação analítica”, apreciando-se a imitação “pela semelhança que resulta do conjunto dos elementos que constituem a marca, e não pelas diferenças que poderiam oferecer os diversos pormenores considerando isolados e separadamente” (Carlos Olavo, *Propriedade Industrial, Sinais Distintivos do Comércio, Concorrência Desleal*, 2.ª ed., Almedina, 2005, p.102).

Como refere o Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE), no Acórdão proferido em 11-11-1997, no processo C-251/95 (SABEL BV / Puma AG, Rudolf Dassler Sport), no que tange à semelhança visual, auditiva ou conceptual dos sinais em causa, a apreciação global deve basear-se na impressão de conjunto produzida pelos mesmos, atendendo, nomeadamente, aos seus elementos distintivos e dominantes.

Tratando-se de *sinais mistos* (em que coexistem elementos nominativos e gráficos) e/ou *complexos* (compostos por mais de um elemento nominativo), importa ainda acrescentar, citando Ferrer Correia, que “as marcas mistas e as marcas complexas deverão ser consideradas globalmente, como sinais distintivos de natureza unitária, mas incidindo a averiguação da novidade sobre o elemento ou elementos *prevalentes* – sobre os elementos que se afigurem mais idóneos a perdurar na memória do público (não deverão tomar-se em linha de conta, portanto, os elementos que desempenhem função acessória, de mero pormenor). Uma marca mista ou complexa não será nova quando o seu núcleo se confunda com marca mais antiga” (A. Ferrer Correia, *Lições de Direito Comercial*, Coimbra, 1973, vol. I, pp.331-332).

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

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

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

Encontrando-se as marcas registandas vocacionadas para assinalar o mesmo tipo de produtos que a marca da recorrente, resta apurar se há ou não semelhanças entre elas.

No que concerne à semelhança entre marcas, a lei não define este conceito, somente indicando os critérios para determinar a sua existência, cabendo ao intérprete e aplicador da lei, designadamente à jurisprudência, a tarefa de decidir, caso a caso e à luz desses critérios, sobre a sua verificação e consequente relevância para efeitos de recusa de registo.

Convém, por isso, relembrar alguns princípios ou regras que se vêm firmando quer na doutrina, quer, especialmente na jurisprudência, no âmbito desta específica actividade hermenêutica.

“É matéria de facto saber se existe ou não semelhança e é matéria de direito apurar quer da existência ou não de imitação em face das semelhanças ou dissemelhanças fixadas pelas instâncias, quer se a imitação assenta numa semelhança capaz de determinar erro ou confusão; — o juízo comparativo deve ser objectivo, apurando-se se existe risco de confusão tomando em conta o consumidor ou utilizador final medianamente atento;

— para a formulação desse juízo relevam menos as dissemelhanças que ofereçam os diversos pormenores isoladamente do que a semelhança que resulta do conjunto dos elementos componentes, devendo ainda tomar-se em conta a interligação entre os produtos e serviços, por um lado, e, por outro, os sinais que os diferenciam.

Isto é, esse confronto não demanda, da parte do consumidor, especiais qualidades de perspicácia, subtileza ou atenção, já que, no frenético universo do consumo, o padrão é o consumidor médio, razoavelmente informado, mas não particularmente atento às especificidades próprias das marcas.

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça

1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

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

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

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

Haverá, aliás, que atender à espécie de marca de que se trata. Assim, nas marcas nominativas, deverá proceder-se a um confronto sobre os aspectos gráficos e fonéticos — cf. ac. do STJ de 30.01.2001, CJSTJ 2001, I, pág. 89 —, e nas mistas atender ainda aos figurativos, tudo no seu conjunto, salientando aquilo que chama mais a atenção ao referido consumidor, aquilo que mais (facilmente) retém na memória.

Quanto ao risco de associação, Coutinho de Abreu, B.F.D.U.C., vol. LXXIII, 1997, pág. 145, em estudo sobre as Marcas escreve:

«(...) o risco de confusão deve ser entendido em sentido lato, de modo a abarcar tanto o risco de confusão em sentido estrito ou próprio como risco de associação.

Verifica-se o primeiro quando os consumidores podem ser induzidos a tomar uma marca por outra e, consequentemente, um produto por outro (os consumidores crêem erroneamente tratar-se da mesma marca e produto).

Verifica-se o segundo quando os consumidores, distinguindo embora os sinais, ligam um ao outro e, em consequência, um produto ao outro (crêem erroneamente tratar-se de marcas e produtos imputáveis a sujeitos com relação de coligação ou licença, ou tratar-se de marcas comunicando análogas qualidades dos produtos)».

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

Na feliz afirmação de Kohler, citado no acórdão do STJ de 03.11.1981, BMJ 311º-402, é por intuição sintética e não por dissecação analítica que deve proceder-se à comparação.

Idêntico entendimento é expresso por Pinto Coelho, nas suas "Lições de Direito Comercial", quando escreve: «Sempre que a marca, no seu conjunto, forma uma semelhança tal com outra que possa determinar a confusão entre as duas, deve considerar-se a marca como imitada; deve olhar-se, insiste-se, à semelhança do conjunto e não à natureza das dissemelhanças ou ao grau das diferenças que as separam.

É preciso considerar-se - refere ainda o mesmo autor - que o público geralmente não está a pensar na imitação, na existência ou inexistência de imitação. Liga um produto, que lhe agradou, a certa marca, de que conserva uma ideia mais ou menos precisa. E deve evitar-se que outro comerciante adopte uma marca que, ao olhar distraído do público possa apresentar-se como sendo a que ele busca».

Como é sublinhado por Ferrer Correia, existirá imitação quando «tendo-se à vista apenas a marca a constituir, se deva concluir que ela é susceptível de ser tomada por outra de que se tenha conhecimento», Lições de Direito Comercial, vol. I, 1965, pág. 347.

Como vem afirmado no ac. do STJ de 25.03.2004, processo n.º 03B3971, disponível in www.dgsi.pt, trazendo à colação a lição de Paul Roubier, a comparação entre duas marcas deve ser feita tendo em conta que o comprador, quando compra um produto marcado com um sinal semelhante a outro que já conhecia, não tem simultaneamente as marcas sob os olhos para as comparar.

Compra o produto por se ter convencido de que a marca que o assinala é aquela que retinha na memória. Por isso, também o Juiz não deve colocar uma das marcas ao lado da outra para proceder a um exame simultâneo das duas; o que deve fazer é examiná-las sucessivamente, de maneira a perguntar-se se a impressão deixada pela primeira é semelhante à da segunda, colocando-se em posição semelhante à do consumidor, que, por não ter as duas marcas ao mesmo tempo diante dos olhos, não pode fazer um exame comparativo, tendo de decidir com o auxílio da sua memória.

No caso, e à semelhança do que entendeu o INPI, entendo que não há confundibilidade dos sinais em causa. Efectivamente, apesar de em ambas as marcas existir

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça

1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

um elemento verbal comum NB-, o certo é que esta sigla, só por si, nada diz ao consumidor comum dos produtos da recorrida. De facto, o que distingue esta sigla da marca da recorrente é a cor verde que lhe está associada, sendo que o grafismo das letras é também totalmente distinto. Por outro lado, foneticamente NB não é usado pelos consumidores dos produtos da recorrida. Estes geralmente para se lhe referir usam o nome da mesma – Novo Banco, sendo tão só o NB as letras com que se iniciam cada uma destas palavras. Sendo que tudo indica que o NB da recorrente também tem na sua génese as letras com que se inicia a sua denominação social – Neuberger Berman.

Por outro lado, NB são duas letras do abecedário que têm de estar disponíveis para qualquer consumidor ou comerciante que também as pretenda usar na abreviatura do seu nome, ou por outro qualquer motivo, não tendo, por si só, qualquer carácter distintivo ou original, pelo que o ênfase deste tipo de marcas tem de ser dado aos elementos figurativos.

Assim sendo e apesar a sigla NB de ambas as partes serem idênticas, todo o grafismo e os elementos desenhísticos são totalmente diversos, pois o destaque das marcas da recorrida está na cor verde e no grafismo das letras e não tanto no NB, sendo os sinais, totalmente distintos quer visual, quer graficamente.

Conforme escreve Couto Gonçalves, em Manual de Direito Industrial, Almedina, 2ª ed., p. 278 reportando-se aos critérios que devem presidir à comparação das marcas:

«O primeiro é de se dever apreciar as marcas no seu conjunto só se devendo recorrer à dissecação analítica por justificada necessidade (v.g., no caso de não resultar dessa visão unitária um resultado claro. A razão de ser do critério está no facto de ser a imagem do conjunto aquela que, normalmente, sensibiliza mais o consumidor não se devendo pressupor que este tenha condições de efectuar um exame comparativo e contextual dos sinais entre si.

O segundo é o da irrelevância, no conjunto da apreciação das marcas, das suas componentes genéricas ou descritivas. O facto de se assemelharem, unicamente, com relação aos sinais genéricos ou descritivos não é determinante (...).»

Posto isto, e revertendo, de novo, para o caso em apreço, conforme já supra referido, o que ressalta das duas marcas em confronto é a igualdade da sigla NB. Mas estas letras, por si só, são desprovidas de qualquer carácter distintivo, por outro lado, os demais elementos que compõem as marcas da recorrida são marcantes e distintos, e por isso não

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**

Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça

1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

existe qualquer confundibilidade ou sequer perigo de essa ocorrer perante ambas as marcas em apreço, sendo a marca da recorrente fraquíssima como sinal distintivo.

Conforme se escreve no Ac. Da RL de 26/11/2009, disponível em www.dgsi.pt, citando Couto Gonçalves: «*Sinal fraco é o sinal, em si mesmo, de uma tal simplicidade e vulgaridade que, normalmente, não reveste qualquer possibilidade de, isoladamente, distinguir uma espécie de produtos e serviços*», só não sendo assim se ocorrer uma situação de *secondary meaning*», o que não é a situação dos autos.

No caso, e atento o supra já mencionado os aspectos gráficos e, figurativos das marcas da recorrida, considerados na sua globalidade, apresentam suficiente distintividade face à fraqueza e vulgaridade do sinal da recorrente.

Conclui o Acórdão que vimos citando “*No caso das marcas «fracas», por integrarem elementos com pouca capacidade distintiva, insusceptíveis de apropriação, pode bastar uma pequena variação para afastar o juízo de confundibilidade, enquanto nas marcas «fortes» o grau de exigência é maior, sendo necessária uma diferença de tipo para afastar esse juízo*”.

Sendo a marca da recorrente uma marca «fraca», basta uma simples variação por parte das marcas da recorridas para afastar a confundibilidade existente. E essa variação existe conforme supra analisado, pois os elementos figurativos são totalmente distintos do sinal da recorrente. Assim sendo, fica afastado qualquer juízo de imitação e de risco de concorrência desleal.

Posto isto, entendo que o presente recurso terá de ser julgado improcedente, concedendo-se protecção à marca da recorrente, tal como o INPI fez, por entender não se verificar o terceiro requisito elencado no art. 245º, 1, c), do CPI, ou seja, a semelhança gráfica, figurativa, fonética do sinal registando ou outra que induza facilmente o consumidor em erro ou confusão, ou que compreenda um risco de associação com a marca anteriormente registada da recorrente.

* *

IV – Decisão:

Pelo exposto, e ao abrigo das citadas disposições legais, julgo o presente recurso improcedente, e conseqüentemente:

**Tribunal da Propriedade Intelectual****1.º Juízo**Rua Marquês da Fronteira - Palácio da Justiça
1098-001 Lisboa

Telef: 213846400 Fax: 211373576 Mail: tribunal.p.intelectual@tribunais.org.pt

Proc. nº 83/18.7YHLSB

- Mantenho o despacho recorrido que **deferiu** o pedido de registo da marca nacional

n.º 580579 “**NB**”.

**

Custas pela recorrente, uma vez que decaiu na sua pretensão, cfr. artigo 527.º, 1 e 2, do Código do Processo Civil.

Valor da causa: €30.000.01 (trinta mil Euros e um cêntimo).

Registe e notifique.

**

Após trânsito da sentença, cumpra-se o estabelecido no n.º 3 do artigo 35.º do CPI (cfr. artigo 47.º do mesmo código).

*

Lisboa, 05 de Setembro de 2018

(Documento elaborado em processador de texto e revisto pela signatária, com aposição de assinatura electrónica)

Assinado eletronicamente. Esta assinatura substitui a assinatura autógrafa.

Dr(a). Mário Rodrigues da Silva

Assinado eletronicamente. Esta assinatura substitui a assinatura autógrafa.

Dr(a). José António Moita

Assinado eletronicamente. Esta assinatura substitui a assinatura autógrafa.

Dr(a). Ferreira de Almeida



Tribunal da Relação de Lisboa

8ª Secção

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

14161806

CONCLUSÃO - 28-02-2019

(Termo eletrónico elaborado por Escrivão de Direito M.ª Antónia G P Rosário Vinhas)

=CLS=

Acordam os Juízes do Tribunal da Relação de Lisboa

I- RELAÇÃO:

Neuberger Berman Group LLC veio ao abrigo do disposto nos artigos 39.º e seguintes do Código da Propriedade Industrial, interpor recurso do despacho do Diretor de Marcas do INPI que concedeu o registo da marca nacional n.º 580579 “**NB**”, pedindo que seja revogado o despacho recorrido e não seja admitida a concessão do registo da marca,

Alegou em síntese, que a marca registanda é semelhante à sua e que os elementos figurativos não são suficientes para os distinguir, havendo risco de confusão para os consumidores e que por isso deverá ser recusado o seu registo.

A recorrida apresentou resposta ao recurso.

Foi proferida sentença que julgou o recurso improcedente, e conseqüentemente mantido o despacho recorrido que deferiu o pedido de registo da marca nacional n.º 580579 “**NB**”

Inconformado com esta sentença, **veio a recorrente interpor recurso, terminando as suas alegações com as seguintes conclusões:**

1. O presente recurso vem interposto da sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual de 5 de setembro de 2018, a qual julgou improcedente o recurso, interposto pela aqui Recorrente, do despacho do Conselho Diretivo do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, de 19 de dezembro de 2017, que concedeu à Recorrida o registo da marca nacional n.º 580579 NB (mista), para assinalar serviços na classe 36.

2. O tribunal a quo considerou que a marca nacional n.º 580579 NB (mista) da Recorrida não constitui imitação da marca de registo internacional n.º 1155175 NB (nominativa) da Recorrente, registada com prioridade para assinalar serviços idênticos na classe 36.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G
1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

3. O tribunal a quo laborou num erro de julgamento ao entender que in casu não está verificado o requisito do conceito legal de imitação de marca referente à semelhança dos sinais suscetível de induzir o consumidor em erro ou confusão previsto no artigo 245.º, n.º 1, alínea c) do CPI.

4. O sinal NB estilizado que integra a marca da Recorrida é uma manifesta reprodução gráfica da marca NB nominativa da Recorrente.

5. Afirmar, como afirma a sentença recorrida, que a reprodução estilizada do sinal que compõe a marca da Recorrente registada sob a forma nominativa é suficiente para “neutralizar” a coincidência do elemento nominativo reproduzido equivale a uma verdadeira expropriação da marca da Recorrente.

6. Os elementos figurativos que estilizam a marca da Recorrida são meramente decorativos que não acrescentam singularidade ou distintividade ao sinal, evidenciando, antes pelo contrário, o elemento verbal NB.

7. A reprodução gráfica do elemento NB resulta numa inevitável e evidente identidade fonética dos sinais sob comparação.

8. O tribunal a quo desvalorizou a total identidade fonéticas das marcas em causa sem qualquer sustentação legal, baseado em conclusões sem sustentação fáctica e em desconformidade com os critérios de comparação de marcas unanimemente aceites pela doutrina e aplicados uniformemente pela jurisprudência.

9. Na apreciação global do risco de confusão entre sinais nominativos e mistos como os que estão em causa nos presentes autos, é aceite sem controvérsia pela doutrina e pela jurisprudência que se deve atender aos respetivos elementos distintivos e dominantes, sendo que no caso das marcas mistas o elemento nominativo tende a ser o dominante.

10. À luz dos critérios doutrinários e da prática jurisprudencial relevante, a reprodução da marca prioritária NB da Recorrida pelo elemento dominante NB da marca Recorrente resulta inequivocamente na verificação do requisito de imitação de marca previsto no artigo 245.º, n.º 1, alínea a), i.e., as semelhanças gráficas e a identidade fonética levarão inevitavelmente a situações de confusão ou associação das marcas pelos consumidores.

11. A marca NB da Recorrente não é um sinal fraco, pois não designa os serviços assinalados, não contém qualquer descrição das características dos serviços assinalados nem corresponde a nenhum termo que se tenha tornando usual na linguagem corrente do comércio dos serviços assinalados.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

12. A marca da Recorrente tem um carácter distintivo normal, capaz de indicar a origem comercial dos serviços assinalados.

13. Face a todos os fatores presentes nos autos, outra não poderia ter sido a conclusão do tribunal a quo senão a de que o consumidor será facilmente induzido em erro ou confusão, ou a associar a marca NB (mista) da Recorrida à marca NB (nominativa) da Recorrente, de forma a não conseguir distingui-las senão após exame atento ou confronto.

14. A ter decidido não se verificarem semelhanças entre a marca NB (mista) da Recorrida e a marca NB (nominativa) da Recorrente suscetíveis de induzir o consumidor em erro ou confusão, a sentença recorrida violou o artigo 245.º, n.º 1 do CPI.

15. Deste modo, ao ter confirmado a decisão do INPI que concedeu o registo da marca nacional n.º 580579 NB (mista) à Recorrente a sentença recorrida violou também os artigos 239.º, n.º 1, alínea a) e 258.º do CPI.

Nestes termos, e nos demais de Direito, deve o presente recurso ser julgado procedente e, conseqüentemente, deve a sentença recorrida ser revogada e o registo da marca nacional n.º 580579 “NB” (mista) recusado.

O recorrido apresentou contra-alegações, com as seguintes conclusões:

A. A Recorrente limita-se, numa primeira secção, a requestrar o mesmo argumentário que tanto o INPI como o Tribunal a Propriedade Intelectual já rejeitaram, insistindo numa inexistente imitação da sua marca.

B. Começa a Recorrente por alegar um facto que em momento algum foi colocado em causa, e que, com efeito, resume todos os seus argumentos – o facto de a marca da Recorrida, “ ”, reproduzir as letras que compõem o sinal “NB”, “aglutinadas na mesma sequência”.

C. Nem a Recorrida, nem o INPI, nem o Tribunal a quo colocaram este facto em causa – e, mesmo assim, todos estão em concordância quanto à inexistência de qualquer risco de confusão entre os sinais em liça.

D. A falácia neste argumento central da Recorrente é fácil de localizar: passa pela atribuição de uma importância indevida à reprodução do elemento nominativo “NB” – um elemento de fraquíssima capacidade distintiva, conforme estabelecido e abundantemente justificado na Sentença a quo.

E. Afinal, a força distintiva de sinais compostos por duas letras é naturalmente parca, o que dá uma ênfase muito maior aos elementos figurativos neste tipo de sinais.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

F. Nas acertadíssimas palavras do Tribunal a quo: [O] que ressalta das duas marcas em confronto é a igualdade da sigla NB. Mas estas letras, por si só, são desprovidas de qualquer carácter distintivo, por outro lado, os demais elementos que compõem as marcas da recorrida são marcantes e distintos, e por isso não existe qualquer confundibilidade ou sequer perigo de essa ocorrer perante ambas as marcas em apreço, sendo a marca da recorrente fraquíssima como sinal distintivo

G. A Recorrida não tem dúvidas de que as especificidades visuais da sua marca são mais que suficientes para lograr evitar qualquer risco de confusão com a marca prioritária – uma marca nominativa, composta por apenas duas letras.

H. Os elementos figurativos da marca da Recorrida, em associação com o seu elemento nominativo, criam um conjunto perfeitamente distinto, que nenhum consumidor corre o risco de confundir com a marca da Recorrente.

I. A Recorrente exprime, e sublinha, a seguinte opinião: “afirmar que a reprodução estilizada do sinal que compõe a marca da Recorrente registada sob a forma nominativa é suficiente para “neutralizar” a coincidência do elemento nominativo reproduzido equivale a uma verdadeira expropriação da marca da Recorrente”.

J. Esta frase cristaliza toda a motivação que levou o presente Recurso perante o Venerando Tribunal ad quem: a Recorrente parece possuir a errada convicção de que o registo da marca nominativa “NB” lhe confere um monopólio sobre o uso dessas letras, independentemente da existência de um elemento figurativo distintivo.

K. Ora, é absolutamente impróprio falar de “expropriação” quando o direito da Recorrente a utilizar a sua marca “NB” permanece intocado, e, para mais, a concessão da marca nacional n.º 580579, “**NB**” apenas outorga à Recorrida o direito a utilizar o referido sinal na específica configuração gráfica em que este foi concedido.

L. Se a Recorrente continua a utilizar a sua marca, “NB”, e a Recorrida apenas pode utilizar a marca “**NB**”, é evidente que o uso da expressão “expropriação” excede mesmo o que é aceitável para uma hipérbole.

M. Mais alega a Recorrente, em suporte das suas asserções, que os elementos figurativos e cor aplicados na marca da Recorrente não são suficientes para “neutralizar o impacto dos elementos nominativos comuns” entre as duas marcas sob cotejo.

N. Afirmando que “o tipo de letra a cor verde e um pequeno elemento figurativo que integram a composição da marca NB (mista) são elementos gráficos básicos, sem qualquer

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

singularidade e com função eminentemente decorativa e que, no limite, apenas evidenciam o elemento NB”.

O. Ora, a análise do risco de confusão não se faz somando ou subtraindo elementos comuns e diferentes para atingir uma “neutralização de semelhanças”.

P. E a afirmação de que os elementos gráficos em causa são “básicos” e “sem qualquer singularidade” não colhe.

Q. Na verdade, elementos simples, e até minimalistas, podem ser portadores de uma enorme capacidade distintiva.

R. Com efeito, os elementos figurativos da marca “**NB**” não são de modo algum triviais – mas sim, citando as palavras da Sentença a quo, “marcantes e distintos”.

S. O erro da Recorrente parece residir numa ideia pouco acertada daquilo que atribui capacidade distintiva a um determinado elemento – equacionando elementos figurativos simples com elementos figurativos básicos.

T. Chegando até ao ponto de afirmar que os elementos figurativos da marca da Recorrida não apresentam “qualquer singularidade”.

U. Ora, esta descrição trai uma ideia pouco correta daquilo que é, hoje em dia, o design gráfico e a construção de uma imagem de marca – e da maneira como estes se relacionam com o conceito de capacidade distintiva.

V. “Capacidade distintiva” refere-se, precisamente, à idoneidade de um sinal para ser reconhecido pelos consumidores e distinguido de outros sinais.

W. E, por muito que essa realidade tenha escapado à Recorrente, existe, por entre a aparente simplicidade dos elementos figurativos da marca da Recorrida, um conceito, altamente singular e plenamente capaz de a distinguir de outros símbolos que são apostos aos mesmos bens e serviços.

X. Esse conceito, que parte da ideia de um lettering sólido, assente, e uma borboleta no canto superior direito, representando leveza e renascimento, é pleno de significado e diferença.

Y. Dentro do panorama, muitas vezes pesado e solene, do marketing e do branding bancários, os elementos figurativos da marca “**NB**” impõem-se com um conceito diferente e distinto através dessa mesma aparente simplicidade.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

Z. Subjacente ao raciocínio esboçado pelo Recorrente está uma ideia, absolutamente errada, de que apenas o complexo, ou o pesado, ou o difícil pode ser singular.

AA. Quando, o mais das vezes, as marcas mais distintivas são precisamente as que, à primeira vista, parecem mais simples.

BB. Um exemplo clássico é o da marca da empresa de remessa expressa de correspondência americana Federal Express, tido como um exemplo de excelência em branding:



CC. Esta marca, aparentemente simples, cujos elementos figurativos se resumem a um tipo de letra e duas cores, encerra um conceito que lhe atribui uma enorme capacidade distintiva.

DD. A seta formada pelo espaço negativo entre a letra “E” e a letra “x” cria uma ideia de movimento para a frente, o que conota a rapidez do serviço prestado.

EE. Serve este exemplo para ilustrar que elementos aparentemente simples podem passar ideias poderosas ao consumidor, que distinguem um sinal de outros, apesar de os elementos visuais não serem suscetíveis de uma enumeração extensiva.

FF. O mesmo é o caso da marca “**NB**” – a inescapável borboleta, cor verde e tipo de letra único e sólido constituem uma unidade de significado intrinsecamente distintiva.

GG. E tanto assim é que o INPI, na decisão que concedeu a marca da Recorrida, considerou correctissimamente que “a impressão de conjunto produzida pelas marcas em litígio, atendendo, designadamente, aos elementos figurativos e cor da marca registanda, é completamente distinta, respeitando o sinal registando o princípio da novidade das marcas”.

HH. Com efeito, do ponto de vista visual, aquilo que o consumidor vê quando se depara com a marca da Recorrida não é a informação, nua, que as letras “NB”, sozinhas, comunicam – é toda a informação visual comunicada por essas letras naquele tipo de letra, associadas a uma cor verde, com a borboleta no canto superior direito.

II. Não pode haver dúvidas de que a impressão causada pelos elementos figurativos é mais impactante – mesmo que esses elementos não sejam complexos – que a impressão causada pelas letras “NB”, por si sós.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

JJ. E, acima de tudo, não pode haver dúvidas de que essa impressão visual é suficiente para distinguir as duas marcas – ou seja, para afastar qualquer noção de que elas são detidas pelo mesmo operador económico, ou por operadores económicos associados.

KK. É importante ter em conta que os elementos figurativos da marca “**NB**” são utilizados, desde 2014, numa família de marcas notórias em Portugal.

LL. Conforme ficou sobejamente comprovado por inúmeros documentos trazidos aos autos pela ora Recorrida, os elementos figurativos da marca “**NB**” beneficiam de uma enorme capacidade distintiva adquirida, devido à sua associação a uma família de marcas larga e consistentemente utilizada pela Recorrida para assinalar os seus serviços nas áreas bancária e financeira.

MM. Com efeito, desde a criação do Novo Banco, em 2014, foram criadas diversas marcas que partilham, entre si, um núcleo comum de elementos figurativos que vem sendo utilizado para assinalar os serviços bancários e financeiros da Recorrida (doravante, “Família de Marcas Novo Banco”).

NN. Esses elementos são: um tipo de letra forte, negrito e não serifado; uma cor verde-clara; e, com uma enorme força distintiva, a silhueta de uma borboleta no canto superior direito.

OO. Estes elementos foram criados, com grande investimento da Recorrida, em 2014, com o objetivo de criar uma nova e distinta identidade empresarial – são uma obra criativa, e não meros elementos triviais.

PP. É, em baixo, reproduzida uma seleção de marcas que pertencem à Família de Marcas Novo Banco (cf. a lista completa, anexa como Documento 1 à resposta ao Recurso apresentada pela ora Recorrida junto do Tribunal a quo), todas elas já concedidas:



**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1



Marca Nacional n.º537558

Marca Nacional n.º 537559

Marca Nacional n.º 537560

Marca Nacional n.º 537772

Marca Nacional n.º 537827

Marca Nacional n.º 537828

Marca Nacional n.º 537829

Marca Nacional n.º 537830

QQ. Como se pode facilmente verificar, há um núcleo comum de características que atribui a estas marcas um determinado contexto, uma mensagem definida que é facilmente apreendida pelos consumidores.

RR. A Recorrida é uma das maiores instituições bancárias em Portugal, tendo sucedido ao Banco Espírito Santo após a sua mediática falência em 2014. As circunstâncias que rodearam a criação do Novo Banco levaram a uma quantidade muito significativa de cobertura pela comunicação social.

SS. As marcas associadas à Recorrida tornaram-se, assim, extremamente reputadas e reconhecíveis em todo o território nacional; mais, até, do que seria normal para uma instituição bancária de topo. O núcleo comum de características figurativas das marcas desta família – a cor verde, o tipo de letra, e a borboleta no canto superior direito – tornaram-se numa linguagem de marketing conhecida pela generalidade dos portugueses, no setor bancário.

TT. Tal como os elementos de prova juntos com a resposta ao Recurso submetida pela Recorrida junto do Tribunal a quo atestam, a marca tem sido usada consistente e intensivamente, em conexão com serviços da classe 36.ª, com as outras marcas da família Novo Banco.

UU. Assim, a marca da Recorrida retira a sua capacidade distintiva não do seu elemento nominativo – “NB” – mas da sua combinação com os elementos figurativos altamente distintivos que a compõem.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**Rua do Arsenal - Letra G
1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

VV. Graças aos enormes investimentos e esforços empresariais da Recorrida, que se traduziram em campanhas de publicidade absolutamente ubíquas no panorama mediático português, é totalmente seguro dizer que existe uma fortíssima associação entre os elementos visuais da marca “**NB**” e a Recorrida enquanto origem empresarial.

WW. Entre 2014 e 2017, a Recorrida investiu uma quantia superior a 40 milhões de euros em publicidade para a Família de Marcas Novo Banco, conforme os extratos dos relatórios e contas anexos como Documentos 14 a 17 (cf. rubrica “publicidade e publicações”) à resposta ao recurso apresentada pela ora Recorrida junto do Tribunal a quo.

XX. O objetivo destes investimentos foi, precisamente, promover os elementos figurativos da Família de Marcas Novo Banco (cor verde, tipo de letra e borboleta) junto dos consumidores portugueses.

YY. Ora, estes elevadíssimos investimentos e enorme esforço empresarial têm consequência na perceção dos consumidores – os quais, quando confrontados com as letras “NB” associadas aos elementos figurativos presentes na marca “**NB**”, a associarão imediatamente, e apenas, à Recorrida enquanto origem comercial de bens e serviços.

ZZ. Em boa verdade, a “complexidade” de um elemento figurativo nada tem a ver com a sua capacidade para distinguir bens e serviços. A perceção dos consumidores é estimulada não pelo número de elementos figurativos, mas pela sua capacidade distintiva, e pela forma como aqueles estimulam a sua memória e se relacionam com as suas experiências passadas enquanto consumidor.

AAA. O consumidor, ao deparar-se com a marca “**NB**”, verá um conjunto de letras, “NB”, que, por si só, é pouco distintivo – mas vê-lo-á associado a um elemento figurativo altamente distintivo, criado para identificar uma família de marcas reputada a nível nacional, e que é, ao contrário do que afirma a Recorrente, plena de singularidade.

BBB. E tanto assim é que, de acordo com um estudo de mercado realizado em Novembro de 2018, que contou com uma amostra de 662 inquiridos, cerca de 75% dos consumidores portugueses associam espontaneamente a marca “**NB**” à Recorrida, Novo Banco.

CCC. Ora, esta a enorme capacidade distintiva dos elementos figurativos da marca da Recorrida, leva a que o consumidor, quando confrontado com a marca “**NB**” da Recorrida, a considere como representando as iniciais, ou a sigla, da Recorrida.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

DDD. Este, aliás, foi o entendimento do Tribunal a quo, o qual a este propósito esclarece que: “Efetivamente, apesar de em ambas as marcas existir um elemento verbal comum NB–, o certo é que esta sigla, só por si, nada diz ao consumidor comum dos produtos da recorrida. De facto, o que distingue esta sigla da marca da recorrente é a cor verde que lhe está associada, sendo que o grafismo das letras é também totalmente distinto. Por outro lado, foneticamente NB não é usado pelos consumidores dos produtos da recorrida. Estes geralmente para se lhe referir usam o nome da mesma – Novo Banco, sendo tão só o NB as letras com que se iniciam cada uma destas palavras. Sendo que tudo indica que o NB da recorrente também tem na sua génese as letras com que se inicia a sua denominação social – Neuberger Berman.”

EEE. Ao ver as letras “NB”, qua tale (ou seja, na configuração registada como marca pela Recorrente), o consumidor português médio de serviços bancários e financeiros não lhes associa qualquer significado, em particular – assume estar perante uma sigla, as iniciais de uma determinada entidade empresarial; mas sem identificar qual.

FFF. Porém, ao ver essa mesma sigla – “NB” – associada às cores e elementos figurativos que a Recorrida vem utilizando, consistentemente, desde 2014, o consumidor médio de serviços bancários e financeiros não terá dúvidas: vai apreender, do símbolo “**NB**”, o significado de “NOVO BANCO”.

GGG. Assim, existe uma evidente, e enorme, diferença conceptual entre as marcas em liça: enquanto a marca da Recorrente não tem qualquer significado conceptual para o consumidor médio de serviços financeiros e bancários, a marca da recorrida tem um significado muito definido, que é mobilizado pela conjugação das letras “NB” com os elementos figurativos da Família de Marcas Novo Banco: o significado de “Novo Banco”.

HHH. Aliás, o mesmo facto é confirmado pelo estudo de mercado, realizado pela Marktest e anexo como Documento 1, segundo o qual 75% do público português (nem sequer, necessariamente, consumidor médio de serviços bancários e financeiros) relaciona, espontaneamente, a marca “**NB**” com a Recorrida, Novo Banco.

III. E, assim, não tem a Recorrida dúvidas de que nenhum elemento visual – mesmo que em teoria mais complexo (ex: fotografias, formas complexas, várias cores) seria tão eficiente na tarefa de distinguir a marca da Recorrida da marca da Recorrente como os elementos gráficos da Família de Marcas Novo Banco – cujo conteúdo conceptual torna os sinais absolutamente inconfundíveis na mente de qualquer consumidor.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

JJJ. Em suma: não se consegue imaginar qualquer elemento gráfico que, aplicado às letras “NB”, permita ao consumidor distinguir a sua origem empresarial com mais eficácia que os elementos presentes na Marca Nacional n.º 558079 “**NB**”.

KKK. E, não existindo elementos figurativos que melhor pudessem distinguir duas marcas integrando as letras “NB”, a recusa da marca da Recorrida seria equivalente a conferir à Recorrente um intolerável monopólio sobre qualquer marca mista que compreenda essas duas letras.

LLL. A comparação do presente caso com o acórdão citado pela Recorrente, processo T277/11, no qual se confrontavam as marcas “I-HOTEL” com , é totalmente inadequada.

MMM. Todo o argumentário desenvolvido pela Recorrente, pelo INPI e pelo Tribunal a quo partem do pressuposto de que pequenas diferenças são suficientes para que o consumidor possa distinguir entre sinais curtos, cujo elemento nominativo apresente baixa capacidade distintiva.

NNN. Como é evidente, o facto de o Tribunal Geral da União Europeia ter determinado que “as particularidades visuais” do sinal “” serem menos significativas que o seu elemento nominativo não permite tirar qualquer ilação relativamente à comparação entre os sinais “NB” e “**NB**” – sinais de duas letras, nos quais os elementos figurativos ganham um enorme destaque.

OOO. Para além do mais, os elementos figurativos do sinal “” não a associam a qualquer entidade empresarial específica, ao contrário do que acontece com os elementos figurativos da marca “**NB**”.

PPP. Como ficou amplamente demonstrado, se um sinal apenas tem duas letras, os elementos gráficos ganham obrigatoriamente importância na tarefa de distinguir os sinais.

QQQ. E é precisamente por este motivo que a doutrina invocada pela Recorrente de pouco lhe serve.

RRR. Cita a Recorrente Carlos Olavo, segundo o qual “a experiência demonstra que o elemento nominativo é, em regra, o mais importante para a apreciação do risco de confusão”.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

SSS. Entendimento esse que não se nega e com o qual, aliás, se concorda. Sucede que o presente caso é precisamente uma exceção a essa regra – pois sendo a marca da Recorrente uma marca curta e pouco distintiva, o elemento figurativo da marca da Recorrida evidencia-se, no seu conjunto, como o elemento dominante.

TTT.E é precisamente por esse motivo que o Tribunal a quo menciona que os consumidores não utilizam “NB”, mas sim “Novo Banco”, para se referir aos serviços da Recorrida.

UUU. O que o Tribunal a quo faz neste ponto é desvalorizar a importância do elemento fonético num sinal de duas letras – uma vez que os consumidores, na prática, não tendem a usar estas letras para se referir vocalmente ao serviço em questão.

VVV. O sinal de duas letras funciona, neste caso, mais como uma imagem, ou um 00 monograma, do que propriamente como uma marca nominativa.

WWW. E, por isso mesmo, as diferenças figurativas têm uma importância muito superior, numa avaliação de conjunto, do que quaisquer semelhanças nominativas.

XXX. E, se dúvidas houvesse de que é esse o caso, sempre se consulte o estudo de mercado, junto como Documento 1, de acordo com o qual cerca de 75% dos consumidores portugueses associam, espontaneamente, a marca “**NB**” à ora Recorrida.

ii) **Da adequada valorização do elemento figurativo da marca “NB”.**

YYY. Num segundo momento, a Recorrente invoca o Acórdão Sabèl, exortando a que o risco de confusão seja “apreciado globalmente, atentos todos os fatores relevantes do caso em apreço”.

ZZZ. Mas, logo de seguida, volta ao argumento anterior, citando uma abstrata e, aparentemente, incontornável predominância do elemento nominativo.

AAAA. O Acórdão Sabèl apenas reforça a tese da Recorrida, bem como a argumentação constante da Sentença do Tribunal a quo – a marca da Recorrida, se apreendida como um todo, e sem isolar o seu elemento nominativo, é inconfundível com a marca da Recorrente.

BBBB. Ao contrário do que afirma a Recorrente, “a opção do tribunal a quo de valorizar os elementos figurativos e a cor integradas na marca” da Recorrida não se encontra “absolutamente injustificada”.

CCCC. O Tribunal a quo justifica sobejamente essa (como lhe chama a Recorrente) “opção”:

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

“NB são duas letras do abecedário que têm de estar disponíveis para qualquer consumidor ou comerciante que também as pretenda usar na abreviatura do seu nome, ou por outro qualquer motivo, não tendo, por si só, qualquer carácter distintivo ou original, pelo que o enfase deste tipo de marcas tem de ser dado aos elementos figurativos.”

DDDD. Em suma: não se negando que, em regra, o elemento nominativo de um sinal misto será o seu elemento predominante, a verdade é que a Recorrida argumentou, apoiando-se em ampla e firmada jurisprudência, que no caso específico em que estão em causa marcas mistas de duas letras, o elemento predominante será o figurativo. Esse argumento foi aceite pelo Tribunal a quo.

EEEE. A Recorrente, porém, pretende afastar esse argumento reafirmando, uma e outra vez, a regra genérica segundo a qual a ênfase deve ser dada ao elemento nominativo. Ora, essa regra não está em causa.

FFFF. A Recorrente não coloca em causa que exista uma exceção a essa regra para sinais de duas letras, não questiona que, nesse caso em particular, o elemento figurativo seja o predominante. E não o faz porque não tem doutrina ou jurisprudência que a suportem.

GGGG. É também por esse motivo que o Acórdão que cita – proferido pelo Venerando Tribunal ad quem no processo 70/17.2YHLSB.L1-6 – em nada fere a motivação da Sentença recorrida.

HHHH. Com efeito, o citado acórdão põe em confronto duas marcas, uma nominativa e outra mista, respetivamente com as seguintes configurações: “MH HOTELS” e “ ”.

IIII. Como é evidente, estes sinais, ao contrário das marcas em liça, são constituídos por muito mais que duas letras – e, por isso, o elemento figurativo não tem a mesma predominância que no caso sub judice.

JJJJ. Assim, os “paralelismos da situação apreciada no acórdão citado com a situação dos autos” são tudo menos “manifestos”, ao contrário do que afirma a Recorrente.

KKKK. Assim, e ao contrário do que afirma a Recorrente, não existiu qualquer erro, por parte do Tribunal a quo, na sua valorização da componente figurativa da marca figurativa.

LLLL. O argumento que, segundo o Tribunal a quo, motivou essa valoração não chega sequer a ser atacado pela Recorrente – e portanto, as objeções da Recorrente não colhem.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**Rua do Arsenal - Letra G
1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

iii) Da inexistência de risco de confusão ou associação, nos termos e para os efeitos do disposto nos artigos 239.º, n.º 1, alínea a) e 245.º, n.º 1 do CPI

MMMM. Na terceira secção do seu Articulado, a Recorrente começa por concluir, a partir da asserção de que “o consumidor raramente [tem] a possibilidade de proceder a uma comparação direta dos sinais em confronto, confiando na imagem imperfeita que reteve na memória”, que “o consumidor será facilmente induzido em erro ou confusão ou a associar a NB, de forma a que não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto.

NNNN. Antes de mais, sempre se diga que esta abrupta conclusão é irredutivelmente contrariada pela realidade: de acordo com o estudo de mercado junto como Documento 1, cerca de 75% do público em geral associa espontaneamente a marca “ ” à Recorrida, Novo Banco, S.A.

OOOO. Não deixa, no entanto, de ser surpreendente a manobra sofisticada da Recorrente neste ponto, em que partindo do princípio (errado) de que “o consumidor será facilmente induzido em erro ou confusão”, daí retira (“consequentemente”) que “a conclusão que se retira na sentença recorrida de que sendo a marca da recorrente uma marca «fraca», basta uma simples variação por parte das marcas da recorrida para afastar a confundibilidade existente é absolutamente injustificada no caso concreto, tal como de resto o é como princípio geral”.

PPPP. Ou seja: de uma suposta inexistência de risco de confusão, a Recorrente infere que a predominância do elemento figurativo em marcas de duas letras é “absolutamente injustificada”.

QQQQ. E acrescenta: “isto porque tal conclusão genérica parte da premissa errada de que os sinais de duas letras têm necessariamente um carácter distintivo inferior, premissa que a Recorrente recusa veemente [sic]”.

RRRR. Em suma, a Recorrente recusa, sem mais, o argumento que está na base da Sentença do Tribunal a quo – apesar da sua reafirmação recorrente em precedentes administrativos e judiciais, nacionais e europeus.

SSSS. A Recorrente justifica, subseqüentemente, esta “recusa”, afirmando que “a aferição do carácter distintivo de um sinal de duas letras deverá considerar os critérios legais gerais e abstratos aplicáveis a qualquer tipo de marca previstos nos artigos 222.º e 223.º do CPI e no artigo 4.º e 7.º do Regulamento da Marca da União Europeia”.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

TTTT. Os artigos citados pela Recorrente, no entanto, versam acerca dos requisitos para registabilidade de uma marca, e estabelecem que os sinais constituídos meramente por indicações descritivas das características dos produtos por eles assinalados não são suscetíveis de registo enquanto marca.

UUUU. Ora, a citação destas disposições legais é patentemente inadequada à situação aqui em causa.

VVVV. Por um lado, os artigos citados pela Recorrente não versam sobre a avaliação concreta da capacidade distintiva de determinado sinal, ou da predominância de certos elementos sobre outros dentro do conjunto de um determinado sinal.

WWWW. E, por outro lado, nem a Recorrente, nem o INPI, nem o Tribunal a quo alguma vez sugeriram que a marca da Recorrente, “NB”, fosse desprovida de capacidade distintiva, ao ponto de o seu registo ser desconforme com as disposições legais em causa.

XXXX. Os artigos 222.º e 223.º do CPI, e 4.º e 7.º do Regulamento da Marca da União Europeia não constituem, de modo algum, um catálogo tipificado de critérios de avaliação da capacidade distintiva de uma marca.

YYYY. A avaliação da capacidade distintiva de uma marca – que, como vimos, diz respeito à idoneidade de determinado sinal para assinalar e distinguir produtos e serviços no mercado – é deixada, e bem, aos critérios das autoridades administrativas competentes e aos Tribunais.

ZZZZ. E o mesmo se diga acerca da avaliação da predominância de um elemento sobre o outro dentro do conjunto de uma determinada marca, aos olhos do consumidor médio.

AAAAA. Assim sendo, a Recorrente permanece incapaz de rebater que num sinal curto, como “NB”, os elementos figurativos ganham um destaque que permite aos consumidores facilmente distinguir a marca da Recorrida da marca da Recorrente.

BBBBB. A Recorrente, de seguida, cita o Acórdão Flexi Air, para suportar a asserção de que “o carácter distintivo da marca anterior é apenas um elemento de entre outros a ponderar na apreciação do risco de confusão”.

CCCCC. Tanto a Recorrida, como o INPI, como o Tribunal a quo nunca deixaram de tomar em consideração todos os outros fatores na comparação das marcas em liça, para efeitos de aferição do risco de confusão.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

DDDDD. E, tomando em consideração todos os fatores relevantes, todos chegaram à mesma, idêntica conclusão: a de que não existe qualquer risco de confusão entre “NB” e “**NB**”.

EEEEE. É a Recorrente que, insistindo em não tomar em consideração a fraca capacidade distintiva da sua marca nominativa (e recusando-se, explicitamente, a aceitá-la), faz uma análise apenas parcial dos fatores relevantes para a aferição do risco de confusão, e chega a uma conclusão diferente.

FFFFF. Para concluir, a Recorrente afirma que “o consumidor tanto pode pensar que os serviços NB (verbal) da Recorrente são prestados em parceria com a Recorrida como perceber os serviços NB (mista) da Recorrida como sendo controlados pela Recorrente ou são serviços da Recorrente.

GGGGG. Ora, que não é esse o caso é claríssimo, tendo em conta os dados constantes do Estudo de Mercado, junto como Documento 1, e segundo o qual 75% dos inquiridos, confrontados com o sinal “**NB**”, o identificam como assinalando serviços da Recorrida.

HHHHH. Assim, e em suma, a Recorrente não apresenta argumentos de índole a afastar a plena conformidade à lei da Sentença ora recorrida.

IIIII. Pois, conforme se encontra amplamente demonstrado, não existe qualquer hipótese de confusão entre as marcas a cotejo.

JJJJJ. Conforme exposto acima, a combinação das letras “NB” com os elementos figurativos que caracterizam a Família de Marcas Novo Banco dá origem a um sinal conceptualmente distinto, que qualquer consumidor de serviços da Classe 36.^a não poderá deixar de reconhecer – e que é, como tal, inconfundível com a marca da Recorrente.

KKKKK. Em suma, e em consonância com o Tribunal a quo, a Recorrida considera que não existe qualquer risco de confusão entre os sinais, incluindo um risco de associação entre as marcas em conflito, pelo que não se encontram verificados os vários pressupostos legais para que se possa considerar que a marca da Recorrente, na classe 36.^a, se trata de uma imitação da marca da Recorrida nos termos dos artigos 239.º e 245.º do CPI.

Nestes termos, e nos mais que doutamente sejam supridos, deve o presente recurso ser julgado improcedente, mantendo-se a Sentença recorrida, e, consequentemente, a concessão da marca nacional n.º 580579 “**NB**” para a Classe 36.^a.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

Este recurso foi admitido como sendo de apelação com subida nos autos e com efeito devolutivo.

Colhidos os vistos, cumpre decidir.

II- **OBJETO DO RECURSO:** Nos termos dos artigos 635º, nº 4 e 639º, nº 1 do CPC é pelas conclusões do recurso que se define o objeto do recurso, salvo as questões de conhecimento oficioso (art.º 663º, nº 2 ex vi do art.º 608º, nº 2 do CPC).

Nestes termos as questões a decidir são as seguintes:

- a) admissão de documento com as contra-alegações;
- b) imitação de marca.

III- **FUNDAMENTOS DE FACTO:**

O Tribunal de 1ª instância considerou provados os seguintes factos:

1- A recorrente em 18/10/2012 procedeu ao registo da marca da União Europeia nº1155175NB, verbal, destinando-se a mesma a assinalar os seguintes produtos/serviços da Classificação Internacional de Nice: 36 - Financial services, namely, investment advisory, investment management, assetmanagement, portfolio management, investment brokerage, securities brokerage, investment consultation, wealth management, and financial planning services; all the aforesaid services also available via the Internet or a similar electronic network; financial and investment services, namely, investment advisory and investment management and brokerage of securities, hedge funds, private equity funds, wrap fee programs, separate accounts, variable annuity programs, stocks, bonds, commodities, derivatives and debt investment, and limited partnerships; financial services, namely, financial research, financial analysis, consultation, record keeping and information services, transfer agent services, custodian services, management and investment of funds and assets of others, capital investment services, and financial transaction services; financial services, namely, mutual fund advisory and investment management services, mutual fund distribution services, mutual fund underwriting and administration services, and variable annuities investment services; clearance services, namely, clearing and settling financial transactions on behalf of others; maintaining assets and securities for others, and confirming and tracking financial transactions for others; insurance investment services; trust and estate planning and management services; retirement planning services; real estate investment trust advisory and management services.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

2- A recorrida pediu em 05/04/2017 o registo da marca nacional n.º 580579 “**NB**”, tendo a mesma sido concedido em 19/12/2017.

3- Tal marca destina-se a assinalar na classe 36 da Classificação Internacional de Nice: «serviços financeiros; serviços bancários; negócios monetários; troca de moeda e serviços de câmbio; serviços de transação de títulos; serviços de concessão de empréstimos e créditos; locação financeira; serviços de recuperação de dívidas e factoring; serviços de investimento; constituição de capitais; investimento de capitais; subscrição financeira e emissão de títulos (serviços bancários de investimento); gestão financeira; transferências e transações financeiras e serviços de pagamento; serviços de ordem de dinheiro, cheque e numerário; serviços de cartões; informações em matéria financeira; serviços informáticos de corretagem de títulos e ações; serviços de consultoria em matéria financeira; classificação financeira e relatórios de crédito; angariação de fundos e patrocínios; serviços de avaliações financeiras; serviços financeiros, bancários, monetários prestados através de uma rede interativa de comunicações, nomeadamente a internet”.

4- A sigla NB advém do nome do banco “NOVO BANCO”, o qual sucedeu ao “BES”, sigla do insolvente- “Banco Espírito Santo”.

5- O NOVO BANCO tem registado a seu favor várias outras marcas com a sigla NB, para assinalar os serviços elencados em 3 supra na classe 36 da Classificação Internacional de Nice:

- Marca n.º 537558, pedida em 28/10/2014
- Marca n.º 537559, pedida em 28/10/2014
- Marca n.º 537560, pedida em 28/10/2014
- Marca n.º 537752, pedida em 22/10/2014
- Marca n.º 537827, pedida em 23/10/2014
- Marca n.º 537829, pedida em 23/10/2014
- Marca n.º 537830, pedida em 23/10/2014

NBdireto**NBnetwork****NBapp****NBnet****NBPRIVATE
Phone**

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

NBweb**NB1click****NB24**

6- O recorrido é titular da marca da União Europeia nº 014302459,

**NOVO BANCO**

, pedida a 29/06/2015 e destinada a assinalar os seguintes produtos e serviços da Classificação Internacional de Nice:

35 Agências de informações comerciais; Análise comercial de mercados; Gestão de negócios comerciais; Administração comercial.

36 Negócios bancários; Serviços financeiros; Serviços bancários e financeiros; Serviços de cartões de crédito; Serviços de cartões de crédito e cartões multibanco; Emissão de cartões de crédito; Emissão de cartões de crédito e de débito; Serviços de cartões bancários, cartões de crédito, cartões de débito e de cartões de pagamento eletrónico; Serviços cartões de crédito e de débito; Seguros bancários; Mediação de seguros; Serviços de subscrição de seguros.

38 Comunicação por meios eletrónicos; Comunicação de informação por meios eletrónicos; Comunicação de dados através de meios eletrónicos.

7- O uso destas marcas NB e NOVO BANCO e a sua cor verde é do conhecimento da esmagadora maioria dos portugueses.

IV- **FUNDAMENTOS DE DIREITO:**

a) **Admissão de documento junto com as contra-alegações:**

A recorrente sustentou a inadmissibilidade da junção do estudo de mercado com as contra-alegações de recurso de apelação da recorrida, nos termos dos artigos 651º, nº 1 e 425º do CPC, porquanto (i) a recorrida não alegou nem provou a impossibilidade de apresentação daquele documento em momento anterior ao recurso; e (ii) quando tendo o Estudo de Mercado sido elaborado a pedido e com a colaboração da Recorrida com referência aos seus interesses, não se verifica qualquer razão obstativa à elaboração daquele documento em momento anterior ao recurso.

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**Rua do Arsenal - Letra G
1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N° 83/18.7YHLSB.L1

Respondeu a recorrida, sustentando em síntese que o Estudo de Mercado não existia antes de Novembro de 2018 conforme comprovado sua folha de capa, pelo que não era possível apresentá-lo antes do encerramento da discussão em 1ª instância. Trata-se de uma situação de superveniência objetiva do documento- i que, nos termos do artigo 425º do CPC justifica a sua junção em sede de contra-alegações de recurso.

Cumprir decidir:

Dispõe o artigo 651º do CPC:

1- As partes apenas podem juntar documentos às alegações nas situações excepcionais a que se refere o artigo 425º ou no caso de a junção se ter tornado necessária em virtude do julgamento proferido na 1ª instância.

2- As partes podem juntar pareceres de juriconsultos até ao início do prazo para a elaboração do projeto de acórdão.

Por sua vez, preceitua o artigo 425º do CPC que “Depois do encerramento da discussão só são admitidos, no caso de recurso, os documentos cuja apresentação não tenha sido possível até aquele momento”.

“Como é sabido, a prova documental deve ser apresentada até ao encerramento da discussão em primeira instância, em regra com o respetivo articulado, nos termos do nº 1 do artigo 423º, em prejuízo do disposto nos nºs 2 e 3 do mesmo. Porém, o artigo 425º, admite a apresentação de documentos supervenientes “depois” do “encerramento da discussão”, e somente para efeitos de “recurso”, conquanto a “sua apresentação não tenha sido possível até àquele (primeiro) momento”. Portanto, os documentos a juntar devem ser objetivamente ou subjetivamente, supervenientes (RC, 8-11-2011/Proc. 39/10.8TBMDA.C1 (Henrique Antunes).

É a esses documentos que se refere a primeira parte do nº 1, os quais devem acompanhar as alegações ou contra alegações do apresentante. Mister é que a parte consiga demonstrar a referida superveniência, objetiva ou subjetiva. De outro modo, está liminarmente excluída a apresentação de documento que a parte já tinha ou podia ter em sua posse e que, como tal, deveria ter junto nos termos (amplos) do artigo 423º” (cf. Rui Pinto, “Código de Processo Civil Anotado”, Vol. II, Almedina, pp. 312-313).

Conforme refere Lebre de Freitas e Isabel Alexandre, “Código de Processo Civil Anotado”, Volume 2º, Almedina, p. 243 “constituem exemplos de impossibilidade de apresentação ...o caso em que o documento, com que se visa provar um facto já ocorrido e

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**Rua do Arsenal - Letra G
1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

alegado, só posteriormente se tenha formado (contendo, por exemplo, uma declaração confessória extrajudicial desse facto); mas não o documento que, embora posteriormente formado, prove um facto não alegado, e ele próprio, de ocorrência posterior”.

Neste sentido, Rui Pinto, “Notas ao Código de Processo Civil”, Volume I, Coimbra Editora, p. 359 “os documentos supervenientes referem-se a factos já trazidos ao processo, nos articulados normais ou nos articulados supervenientes (cf. artigos 588º ss). Portanto, a regra é de os documentos supervenientes não trazem ao processo factos supervenientes.

No caso em apreço, a sentença recorrida foi proferida a 5-09-2018, sendo que o documento junto tem a data de novembro conforme consta na capa (o que não foi posto em causa pela recorrente), pelo que se considera que o documento é superveniente objetivamente. Porém, como este documento se destina a provar um facto que não foi anteriormente alegado, não pode ser admitido.

E o mesmo se diga em relação do documento junto com o requerimento de 13-12-2018 da recorrente, já que este documento que é uma sentença judicial data de 15-10-2018.

b) Se devia ter recusado o registo por imitação de marca:

Sustenta em síntese a recorrente que a reprodução da marca prioritária NB da recorrida pelo elemento dominante NB da marca recorrente resulta inequivocamente na verificação do requisito de imitação de marca previsto no artigo 245º, nº 1, alínea a), i.e, as semelhanças gráficas e a identidade fonética levarão inevitavelmente a situações de confusão ou associação das marcas pelos consumidores.

Respondeu a recorrida, dizendo em síntese que os elementos figurativos da marca da recorrida, em associação com o seu elemento nominativo, criam um conjunto perfeitamente distinto, que nenhum consumidor corre o risco de confundir com a marca da recorrente.

Cumprir decidir:

Dispõe o artigo 224º, nº 1 do Código da Propriedade Industrial aprovado pelo Dec. Lei n.º 36/2003, de 5 de Março (CPI) que o registo da marca confere ao seu titular o direito de propriedade e do exclusivo dela para os produtos e serviços a que esta se destina.

As marcas são signos (ou sinais) suscetíveis de representação gráfica destinados a distinguir certos produtos idênticos ou afins.

Diz-nos o artigo 222º, nº 1 do Código de Propriedade Industrial que “a marca pode ser constituída por um sinal ou um conjunto de sinais suscetíveis de representação gráfica,

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**Rua do Arsenal - Letra G
1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, números, sons, a forma do produto ou da respetiva embalagem, desde que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa ou de outras empresas”.

E nos termos do n.º 2 “a marca pode, igualmente, ser constituída por frases publicitárias para os produtos ou serviços a que respeitem, desde que possuam carácter distintivo, independentemente da proteção que lhe seja reconhecida pelos direitos do autor”.

Será assim recusado o registo das marcas que sejam, diz a al. a) do n.º 1 do art.º 239º, do CPI “reprodução ou imitação no todo ou em parte de marca anteriormente registada por outrem, para o mesmo produto ou serviço, ou produto ou serviço similar ou semelhante, que possam induzir em erro ou confusão o consumidor ou que compreenda o risco de associação com a marca registada”. Têm, pois, as marcas de ser novas, distintas ou inconfundíveis, mas tal novidade tem de afirmar-se no âmbito de produtos idênticos ou afins (cf. também o art.º 245º, 1, b)- vigora aqui o princípio da especialidade.

Tendo em vista o art.º 239º, 1, a) do CPC e o art.º 4º, 1, da Diretiva 89/104/CEE, é possível traçar o seguinte quadro dos casos em que o registo deve ser recusado: a) marca cujo registo se requer é idêntica à (reproduz) marca anteriormente registada (por outrem) e os produtos respetivos são também idênticos; b) ambas as marcas são idênticas e os produtos são afins, existindo conseqüentemente um risco de erro ou confusão para os consumidores (ou utilizadores); c) as marcas são semelhantes e os produtos idênticos, com risco de erro ou confusão para os consumidores; d) tanto as marcas com os produtos são semelhantes ou afins, derivando daí a possibilidade de os consumidores serem induzidos em erro ou confusão.

Mais problemático é saber quando existe afinidade entre os produtos, semelhança entre as marcas (ou imitação de uma por outra) e risco de confusão.

São afins ou semelhantes os produtos com características próprias e finalidades idênticas ou similares (v.g. canetas e esferográficas). Deve também entender-se que são afins os produtos de natureza marcadamente diversa mas com finalidades idênticas (v.g. fios de linha e fios de seda para confeções). Trata-se, num caso e noutro, de bens “concorrentes”, intermutáveis ou substituíveis (satisfazem necessidades idênticas). Devem ainda ser considerados afins ou bens não intermutáveis ou substituíveis que o público crê razoavelmente terem a mesma origem por ser economicamente complementares (v.g. câmaras de vídeo e videocassetes) ou por outras razões (v.g. aguardentes e vinhos).

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

As semelhanças ou parecenças entre as marcas podem ser, principalmente, de natureza gráfica, figurativa ou fonética (art.º 245º, 1, c)). A grafia e/ou fonética interessam particularmente para as marcas nominativas e as constituídas por letras ou números, bem como para as marcas mistas em que elementos daquele género prevaleçam.

No juízo sobre a similitude, devem as marcas ser apreciadas global ou sinteticamente, não devem ser dissecadas analiticamente a fim de excluir do exame elementos ou segmentos, designadamente os que têm pouca capacidade distintiva (o exame deve recair sobre as marcas na sua totalidade). Não quer isso dizer, porém, que o juízo sobre a semelhança há de ser “impressionístico”, não fundado em análise e ponderação das semelhanças e dissemelhanças. É claro que os elementos de carácter específico, descritivo ou genérico ou de uso comum, embora não excluíveis de apreciação, têm peso menor do que os elementos arbitrários ou de fantasia; depois, nomeadamente nas marcas complexas (incluindo as mistas), há de ter-se em especial conta a parte preponderante ou “vedeta”, “o núcleo” ou “coração” dos signos em exame (a semelhança é mais significativa quando se verifica no “coração”).

Para que uma marca seja considerada não nova e insuscetível de registo não basta ser idêntica ou semelhante a marca anteriormente registada por outrem para produtos afins ou idênticos. É ainda necessário que tal identidade ou semelhança possa induzir em confusão o consumidor. Não existe risco de confusão sem que exista identidade ou semelhança entre os sinais e simultânea afinidade ou identidade entre os produtos. Mas estas correspondências entre marcas e produtos (identidade-afinidade, semelhança-identidade, semelhança-identidade) não implica necessariamente risco de confusão.

O risco de confusão deve ser entendido em sentido lato, de modo a abarcar tanto o risco de confusão em sentido estrito ou próprio como o risco de associação. Verifica-se o primeiro quando os consumidores podem ser induzidos a tomar uma marca por outra e, conseqüentemente, um produto por outro (os consumidores creem erroneamente tratar-se da mesma marca e do mesmo produto). Verifica-se o segundo quando os consumidores, distinguindo embora os sinais, ligam um ao outro e, em consequência, um produto ao outro (creem erroneamente tratar-se de marcas e produtos imputáveis a sujeitos com relações de coligação ou licença, ou tratar-se de marcas comunicando análogas qualidades de produtos).

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

Ora, o risco de associação depende de vários fatores, nomeadamente do tipo de consumidores, do grau de semelhança entre as marcas e entre os produtos assinalados, e da força e notoriedade da marca registada.

Os consumidores a considerar são, em primeiro lugar, aqueles a quem os produtos assinalados com as marcas se destinam. Depois, entre os consumidores destinatários, há de atender-se ao consumidor “médio”, nem particularmente atento nem particularmente distraído.

O risco de confusão é tanto maior quanto maior for a semelhança entre os sinais e os produtos. E essas semelhanças não de ser correlacionadas: a afinidade entre os produtos pode ser tanto menor quanto maior for a semelhança entre os sinais, e vice-versa.

Por sua vez, o risco de confusão é maior quando a marca registada é “forte”, ou muito conhecida (cf. Jorge Manuel Coutinho de Abreu, “Curso de Direito Comercial”, Vol. I, 9ª edição, pp. 374-375-377-378).

Como refere Luís Couto Gonçalves, “Manual de Direito Industrial”, Almedina, 2ª edição, p. 235, nota 459,

«No caso das marcas fortes – assim designadas porque não apresentam referência conceitual ao produto ou ao serviço que distinguem ou não fazem parte do património semântico comum (marcas arbitrárias e de fantasia, respetivamente) – só uma diferença tipo poderá afastar o juízo de imitação. No caso das marcas débeis – compostas por meras alterações morfológicas do nome do produto ou serviço (marcas expressivas), ou, ainda, por expressões ou figuras integrantes da linguagem ou património comuns - uma pequena variação poderá ser suficiente para que o juízo de confusão seja afastado.»

Para que uma marca registada se considere imitada por outra, é necessário, nos termos do artigo 245º, n.º 1, do CPI, que se verifiquem, cumulativamente, as seguintes condições:

- a) prioridade da marca registada;
- b) sejam ambas destinadas a assinalar produtos ou serviços idênticos ou afins;
- c) tenham semelhança gráfica, fonética ou figurativa que induzam em confusão o consumidor, de modo que este não possa distinguir as marcas senão após exame atento ou confronto.

Visa-se assim a proteção de marca com registo prioritário e ao mesmo tempo protege-se o consumidor que, não tendo muitas vezes a possibilidade de no momento da

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

aquisição ter perante si as duas marcas, pode escolher um produto pela semelhança fonética ou visual, quando na realidade era outro produto que pretendia adquirir.

A marca da recorrente é prioritária, porquanto a recorrente em 18/10/2012 procedeu ao registo da marca europeia n.º 1155175NB verbal, enquanto a recorrida pediu em 5/04/2017 o registo da marca nacional n.º 580579.

A marca da recorrente foi registada destinando-se a mesma a assinalar os seguintes produtos/serviços da Classificação Internacional de Nice:

36 - Financial services, namely, investment advisory, investment management, assetmanagement, portfolio management, investment brokerage, securities brokerage, investment consultation, wealth management, and financial planning services; all the aforesaid services also available via the Internet or a similar electronic network; financial and investment services, namely, investment advisory and investment management and brokerage of securities, hedge funds, private equity funds, wrap fee programs, separate accounts, variable annuity programs, stocks, bonds, commodities, derivatives and debt investment, and limited partnerships; financial services, namely, financial research, financial analysis, consultation, record keeping and information services, transfer agent services, custodian services, management and investment of funds and assets of others, capital investment services, and financial transaction services; financial services, namely, mutual fund advisory and investment management services, mutual fund distribution services, mutual fund underwriting and administration services, and variable annuities investment services; clearance services, namely, clearing and settling financial transactions on behalf of others; maintaining assets and securities for others, and confirming and tracking financial transactions for others; insurance investment services; trust and estate planning and management services; retirement planning services; real estate investment trust advisory and management services.

A marca da recorrida destina-se assinalar destina-se a assinalar na classe 36 da Classificação Internacional de Nice: "serviços financeiros; serviços bancários; negócios monetários; troca de moeda e serviços de câmbio; serviços de transação de títulos; serviços de concessão de empréstimos e créditos; locação financeira; serviços de recuperação de dívidas e factoring; serviços de investimento; constituição de capitais; investimento de capitais; subscrição financeira e emissão de títulos (serviços bancários de investimento); gestão financeira; transferências e transações financeiras e serviços de pagamento;

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. N.º 83/18.7YHLSB.L1

serviços de ordem de dinheiro, cheque e numerário; serviços de cartões; informações em matéria financeira; serviços informáticos de corretagem de títulos e ações; serviços de consultoria em matéria financeira; classificação financeira e relatórios de crédito; angariação de fundos e patrocínios; serviços de avaliações financeiras; serviços financeiros, bancários, monetários prestados através de uma rede interativa de comunicações, nomeadamente a internet”.

Concordamos assim com as considerações efetuadas na sentença recorrida:

“No caso, e à semelhança do que entendeu o INPI, entendo que não há confundibilidade dos sinais em causa. Efetivamente, apesar de em ambas as marcas existir um elemento verbal comum NB- o certo é que esta sigla, só por si, nada diz ao consumidor comum dos produtos da recorrida. De facto, o que distingue esta sigla da marca da recorrente é a cor verde que lhe está associada, sendo que o grafismo das letras é totalmente distinto. Por outro lado, foneticamente NB não é usado pelos consumidores dos produtos da recorrida. Estes geralmente para se lhes referir usam o nome da mesma- Novo Banco, sendo tão só o NB as letras com que se iniciam cada uma destas palavras. Sendo que tudo indica que o NB da recorrente também tem na sua génese as letras com que se inicia a sua denominação social- Neuberger Berman.

Por outro lado, NB são duas letras do abecedário que têm de estar disponíveis, para qualquer consumidor ou comerciante que também as pretenda usar na abreviatura do seu nome, ou por qualquer outro motivo, não tendo, por si só, qualquer carácter distintivo ou original, pelo que o ênfase deste tipo de marca tem de ser dado aos elementos figurativos.

Assim sendo e apesar de a sigla NB de ambas as partes serem idênticas, todo o grafismo e os elementos desenhísticos são totalmente diversos, pois o destaque das marcas da recorrida está na cor verde e no grafismo das letras e não tanto no NB, sendo os sinais totalmente distintos quer visual, quer graficamente”.

É nosso entendimento que o consumidor dos produtos que as marcas em confronto se destinam a assinalar, mesmo não tendo à vista de forma simultânea ambas as marcas, mas confrontando-se com elas de forma sucessiva, muito dificilmente confundirá as marcas em cotejo.

É que sendo a marca da recorrente uma marca “fraca” basta uma simples variação por parte da marca da recorrida para afastar a confundibilidade existente. E essa variação existe. Com efeito, a impressão de conjunto produzida pelas marcas em litígio, atendendo,

**Tribunal da Relação de Lisboa****8ª Secção**

Rua do Arsenal - Letra G

1100-038 Lisboa

Telef: 213222900 Fax: 213222992 Mail: lisboa.tr@tribunais.org.pt

Proc. Nº 83/18.7YHLSB.L1

designadamente, aos elementos figurativos e cor da marca registanda, é perfeitamente distinta, respeitando o sinal registando, o princípio de novidade das marcas.

Refira-se, que em geral, não existe risco de confusão entre sinais de duas letras estilizados de forma diferente ou com representações gráficas diferentes das mesmas letras, que produzam uma impressão visual distinta.

Por conseguinte, o risco de confusão pode ser excluído com segurança se dois sinais em conflito, apesar de serem formados pela mesma combinação de duas letras, tiverem uma caracterização gráfica suficientemente diferente para neutralizar os elementos nominativos comuns, o que se verifica no caso presente (cf. despacho de 19-12-2017 que concedeu o registo da marca nacional nº 580579).

Afigura-se, pois, que a marca da recorrente é suficientemente distinta das marcas da recorrida para afastar o juízo de imitação.

Assim, do que resulta à luz do referido art.º 245º/1 CPI não pode falar-se de imitação de marcas, não procedendo assim o pretendido fundamento de recusa de registo.

V- **DECISÃO:**

Com fundamento no atrás exposto, decide-se:

-não admitir a junção dos documentos pela recorrente e pela recorrida, condenando-se cada um delas em uma UC pelo incidente suscitado.

-negar provimento ao recurso, confirmando-se, em consequência, a sentença recorrida.

Custas pela recorrente.

Lisboa, 28 de fevereiro de 2019



PROCESSO N.º 83/18.7YHLSB.L1.S1

ACORDAM NO SUPREMO TRIBUNAL DE JUSTIÇA

I. — RELATÓRIO

Recorrente: Neuberger Berman Group LLC

Recorrido: Novo Banco, SA

1. Neuberger Berman Group LLC veio ao abrigo do disposto nos arts 39.º e seguintes do Código da Propriedade Industrial, interpor recurso do despacho do Director de Marcas do INPI que concedeu o registo da marca nacional n.º 580579, pedindo que seja revogado o despacho recorrido e não seja admitida a concessão do registo da marca.

2. Alegou em síntese, que a marca registanda era semelhante à sua e que os elementos figurativos não são suficientes para os distinguir, havendo risco de confusão para os consumidores.

3. O Novo Banco, SA, respondeu, pugnando pela improcedência do recurso.



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

4. O Tribunal da Propriedade Intelectual julgou o recurso improcedente e, em consequência, manteve o despacho recorrido por que se deferiu o pedido de registo da marca nacional n.º 580579.

5. Inconformado com a sentença do Tribunal da Propriedade Intelectual, a Autora Neuberger Berman Group LLC interpôs recurso de apelação para o Tribunal da Relação de Lisboa.

6. A Ré Novo Banco, SA, respondeu, pugnando pela improcedência do recurso.

7. A Autora e a Ré requereram a junção de documentos aos autos.

8. O Tribunal da Relação de Lisboa

I. — não admitiu a junção dos documentos pela Recorrente e pela Recorrida;

II. — negou provimento ao recurso, confirmando a sentença recorrida.

9. Inconformada, a Autora Neuberger Berman Group LLC interpôs recurso de revista.

10. Finalizou a sua alegação com as seguintes conclusões:

1. O presente recurso vem interposto do acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 28.02.2019, que confirmou a sentença do TPI de 05.09.2018 e o despacho do INPI, de 19.12.2017, o qual concedeu à Recorrida o registo da marca nacional n.º 580579 NB (mista), para assinalar serviços na classe 36.

2. O presente recurso vem interposto ao abrigo do artigo 629.º, n.º 2, alínea d) do CPC, porquanto o acórdão recorrido está em direta oposição com acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa (6.ª Secção) de 08.02.2018,



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

proferido no processo n.º 70/17.2YHLSB, o qual se debruçou sobre a mesma questão de Direito em causa nestes autos, i.e., a capacidade distintiva dos elementos comuns das marcas sob comparação – siglas de duas letras -, e a relevância dessa capacidade distintiva na verificação do terceiro requisito de imitação de marca – a semelhança dos sinais – e o impacto de tais semelhanças na aferição do risco de confusão entre as marcas.

3. As apreciações da capacidade distintiva de marcas compostas por siglas de duas letras sem qualquer significado levadas a cabo no acórdão recorrido e no acórdão fundamentado são manifestamente opostas; o acórdão recorrido partiu da premissa (errada) de que, em regra, os sinais compostos por duas letras têm necessariamente fraca capacidade distintiva independentemente dos serviços que visam assinalar; enquanto no acórdão fundamentado se levou em conta a capacidade distintiva normal de siglas de duas letras face aos serviços concretamente assinalados.

4. As letras N e B e a sigla NB não assumem qualquer significado relativamente a nenhum dos serviços bancários e financeiros assinalados quer pelo registo da marca internacional n.º 1155175, quer pela marca nacional n.º 580579, pelo que NB não é uma designação dos serviços assinalados, uma indicação descritiva das características dos serviços assinalados ou um termo que se tenha tornado de uso comum nos usos leais do comércio em relação aos serviços assinalados.

5. A única conclusão extraível do facto (reconhecido expressamente no excerto da sentença do TPI reproduzido no acórdão recorrido) de NB não ter qualquer significado relativamente aos serviços assinalados é a de que NB tem uma capacidade distintiva normal para assinalar aqueles mesmos serviços.

6. Designando a União Europeia como território de proteção, a marca internacional NB da Recorrente foi objeto de exame minucioso quanto à sua capacidade distintiva e suscetibilidade de registo como sinal distintivo por parte do Examinador do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia.

7. O acórdão recorrido laborou num erro de julgamento ao entender que in casu não está verificado o requisito do conceito legal de imitação de marca referente à semelhança dos sinais suscetível de induzir o consumidor em erro ou confusão previsto no artigo 245.º, n.º 1, alínea c) do CPI.

8. O sinal NB estilizado que integra a marca da Recorrida é uma manifesta reprodução gráfica da marca NB nominativa da Recorrente.

9. Afirmar, como afirma a sentença recorrida, que a reprodução estilizada do sinal que compõe a marca da Recorrente registada sob a forma nominativa é suficiente para “neutralizar” a coincidência do elemento nominativo reproduzido equivale a uma verdadeira expropriação da marca da Recorrente, equivalendo a dizer que o registo da marca NB não confere à Recorrente o direito previsto no artigo 258.º do CPI e no artigo 9.º do Regulamento sobre a Marca da União Europeia de se opor ao uso por terceiros de marcas que reproduzem NB.



10. Os elementos figurativos que estilizam a marca da Recorrida são meramente decorativos que não acrescentam singularidade ou distintividade ao sinal, evidenciando, antes pelo contrário, o elemento verbal NB.

11. A reprodução gráfica do elemento NB resulta numa inevitável e evidente identidade fonética das marcas sob comparação.

12. O tribunal a quo desvalorizou a total identidade fonéticas das marcas em causa sem qualquer sustentação legal, em desconformidade com os critérios de comparação de marcas unanimemente aceites pela doutrina e aplicados uniformemente pela jurisprudência.

13. Ao não ter sequer considerado a identidade fonética entre a marca NB da Recorrente e a marca NB da Recorrida o acórdão recorrido está em contradição direta com o acórdão fundamento, onde a semelhança fonética entre os elementos verbais distintivos das marcas ali em causa foi considerada sobremaneira relevante, não obstante a existência de outros elementos nas marcas (verbais e figurativos).

14. Na apreciação global do risco de confusão entre sinais nominativos e mistos como os que estão em causa nos presentes autos, é aceite sem controvérsia pela doutrina e pela jurisprudência que se deve atender aos respetivos elementos distintivos e dominantes, sendo que no caso das marcas mistas o elemento nominativo tende a ser o dominante.

15. O elemento distintivo da marca da Recorrida é o seu elemento verbal NB, porquanto é aquele que será usado pelo consumidor para referência oral e escrita e, por isso, é o mais idóneo a perdurar na memória do consumidor, assumindo os demais elementos figurativos um carácter eminentemente decorativo que apenas destaca o elemento NB.

16. Deste modo, afigura-se absolutamente errada valorização dos elementos figurativos e da cor integradas na marca NB (mista) como elementos aptos a conferir a esta carácter distintivo face a NB.

17. À luz dos critérios doutrinários e da prática jurisprudencial relevante, a reprodução da marca prioritária NB da Recorrida pelo elemento dominante NB da marca Recorrente resulta inequivocamente na verificação do requisito de imitação de marca previsto no artigo 245.º, n.º 1, alínea a), i.e., as semelhanças gráficas e a identidade fonética levarão inevitavelmente a situações de confusão ou associação das marcas pelos consumidores.

18. Também nesta sede é de notar a oposição entre o acórdão recorrido e o acórdão fundamento, no qual estava em causa o risco de confusão entre uma marca nominativa (a marca ali registanda) e marcas mistas (as marcas ali prioritárias).

19. Face a todos os fatores presentes nos autos, outra não poderia ter sido a conclusão do acórdão recorrido senão a de que o consumidor será facilmente induzido em erro ou confusão, ou a associar a marca NB (mista)



da Recorrida à marca NB da Recorrente, de forma a não conseguir distingui-las senão após exame atento ou confronto.

20. A ter decidido não se verificarem semelhanças entre a marca NB (mista) da Recorrida e a marca NB da Recorrente suscetíveis de induzir o consumidor em erro ou confusão, a sentença recorrida violou o artigo 245.º, n.º 1 do CPI.

21. Deste modo, ao ter confirmado a decisão de concessão do registo da marca nacional n.º 580579 NB (mista) à Recorrente o acórdão violou também o artigo 239.º, n.º 1, alínea a) e os artigos 9.º e 189.º do Regulamento sobre a Marca da União Europeia.

Nestes termos, e nos mais de Direito, deve o presente recurso ser julgado procedente e, consequentemente, deve o acórdão recorrido ser revogado e, consequentemente, ser recusado o registo da marca nacional n.º 580579 “NB” (mista).

11. A Ré Novo-Banco, SA, contra-alegou, pugnando pela inadmissibilidade e, na hipótese de o recurso ser admitido, pela sua improcedência.

12. Finalizou a sua alegação com as seguintes conclusões:

A. De acordo com a Recorrente, o Acórdão recorrido “está em contradição com a interpretação do conceito de imitação de marca previsto no artigo 245.o, n.o 1 do CPI e com a aplicação do fundamento de recusa de registo de marca previsto no artigo 239.o, n.o 1, alínea a) do CPI efetuadas no Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa (6.a Secção) de 08.02.2018, proferido no processo n.o 70/17.2YHLSB (Acórdão fundamento)”.

B. A Recorrente resume a referida contradição nos seguintes termos:

“[T]anto no Acórdão recorrido como no Acórdão fundamento estava em causa a imitação de marcas registadas (ou respetivos elementos distintivos) compostas por siglas de duas letras por outras marcas apresentadas a registo posteriormente, as quais combinam a respetiva sigla com outros elementos.

Assim, em ambos os Acórdãos estava em causa a capacidade distintiva dos elementos comuns das marcas sob comparação – as siglas de duas letras –, e a relevância dessa capacidade distintiva na verificação do terceiro requisito de imitação de marca – a semelhança dos sinais – e o impacto de tais semelhanças na aferição do risco de confusão entre as marcas.



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

No entanto, a interpretação efetuada no Acórdão recorrido é oposta à interpretação plasmada no Acórdão fundamento, o que levou a que no Acórdão recorrido fosse tomada uma decisão frontalmente contrária à decisão adotada no Acórdão fundamento.

C. A Recorrida discorda da tese da Recorrente, no que toca à existência de oposição de julgados, nos termos do artigo 629.º do CPC, pelos três motivos que se expõem de seguida: (i) a questão jurídica apresentada pela Recorrente como sendo comum aos dois Acórdãos – a capacidade distintiva das siglas de duas letras, e a relevância dessa capacidade distintiva na verificação do terceiro requisito de imitação de marca, a semelhança dos sinais – não é explicitamente abordada, nem no Acórdão fundamento, nem no Acórdão recorrido; (ii) o núcleo central da situação de facto analisada no Acórdão fundamento não coincide com o núcleo central da situação de facto analisada no Acórdão recorrido; e (iii) os dois Acórdãos são compatíveis entre si, não existindo qualquer contradição entre eles.

(i) A questão jurídica apresentada pela Recorrente como sendo comum aos dois Acórdãos não é explicitamente abordada, nem no Acórdão fundamento, nem no Acórdão recorrido

D. A Recorrente apresenta a questão fundamental de direito comum aos dois Acórdãos em suposta oposição como dizendo respeito à “capacidade distintiva dos elementos comuns das marcas sob comparação – as siglas de duas letras –, e a relevância dessa capacidade distintiva na verificação do terceiro requisito de imitação de marca – a semelhança dos sinais – e o impacto de tais semelhanças na aferição do risco de confusão entre as marcas.”

E. Esta questão fundamental de direito, no entanto, não é sequer abordada no Acórdão fundamento, que a Recorrente alega estar em antinomia com o Acórdão recorrido.

F. Na verdade, no Acórdão fundamento, o Tribunal não se chega sequer a pronunciar sobre a questão que a Recorrente afirma ser a base de toda esta alegada contradição de julgados – “a capacidade distintiva das siglas de duas letras, e a relevância dessa capacidade distintiva na verificação do terceiro requisito de imitação de marca, a semelhança dos sinais”.

G. Em momento algum o Acórdão fundamento faz menção ao grau ou nível – elevado, normal, ou baixo – de capacidade distintiva dos sinais de duas letras.

H. Aliás, o Acórdão refere-se às marcas em liça como “marcas complexas (constituídas por mais de um elemento nominativo)”; nunca se refere a elas como marcas de “duas letras”, ou, de modo algum, à capacidade distintiva dessa tipologia de marca.

I. Assim, nunca se poderia afirmar que existe qualquer contradição na interpretação do direito aplicável, quanto à questão da “capacidade distintiva das siglas de duas letras”.



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

J. De acordo com a melhor doutrina e jurisprudência, para que exista oposição de julgados, nos termos da alínea d) do n.º 2 do artigo 629.º do CPC, é essencial que a questão seja explicitamente abordada em ambos os Acórdãos em contradição.

K. A Recorrente não identifica um único excerto em que a questão da “capacidade distintiva de marcas compostas por siglas de duas letras” seja abordada no Acórdão fundamento. Como tal, é manifesto que não existe qualquer contradição com o Acórdão recorrido neste ponto.

L. Em momento algum da sua argumentação a Recorrente evidencia qualquer oposição de decisões expressas, relativamente à questão da “capacidade distintiva de marcas compostas por siglas de duas letras”.

M. De onde se conclui que, nos termos e para os efeitos da alínea d) do número 2 do artigo 629.º do CPC, conforme interpretada pela melhor doutrina e jurisprudência, não existe qualquer oposição de julgados entre o Acórdão recorrido e o Acórdão fundamento.

(ii) Das diferenças existentes no núcleo central das situações de facto analisadas em ambos os Acórdãos

N. Em termos substanciais, o cerne da situação de facto trazida a juízo é distinta nos dois casos em confronto (Acórdão recorrido e Acórdão fundamento) – o que significa que não existe identidade na “questão fundamental de direito”, requisito essencial para que haja lugar a oposição de julgados.

O. No Acórdão recorrido, o Tribunal da Relação de Lisboa foi confrontado com um conflito entre a marca, “NB” (nominativa), e a marca “NB⁺” (mista).

P. Sendo a marca prioritária, “NB”, uma marca nominativa constituída por uma sigla de duas letras, e a marca registanda, “NB⁺”, uma marca mista, constituída não só por uma sigla de duas letras, desenhadas numa específica tonalidade de verde, acompanhada de um específico elemento figurativo (uma forma geométrica, representando a silhueta cinzenta de uma borboleta).

Q. Já no Acórdão fundamento, o conflito de marcas submetido ao Tribunal da Relação de Lisboa opunha, por um lado, as marcas prioritárias “NH” (nominativa), “NH⁺” (mista), “NH⁺ HOTELS” (mista), e “NH+HOTEL.GROUP” (mista), e, por outro, a marca posterior “MH HOTELS” (nominativa) – marcas compostas apenas por letras e palavras, escritas a preto e branco, e nenhuma delas acompanhada por qualquer elemento figurativo.

R. Assim, a forma como a Recorrente descreve as situações factuais em liça em ambos os Acórdãos não reproduz, de forma fidedigna, a realidade das coisas:

“[T]anto no Acórdão recorrido como no Acórdão fundamento estava em causa a imitação de marcas registadas (ou respetivos elementos distintivos) compostas por siglas de duas letras por outras marcas apresentadas a registo posteriormente, as quais combinam a respetiva sigla com outros elementos.”



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

S. A Recorrente omite várias circunstâncias que distinguem os dois núcleos factuais dos casos em confronto.

T. Atente-se nos sinais a cotejo em ambos os litígios:

	Marcas prioritárias	Marcas posteriores
Acórdão fundamento	NH 	MH HOTELS
Acórdão recorrido	NB	

U. Em primeiro lugar, a diferença marcante é que, no caso do Acórdão recorrido, a marca posterior combina o elemento nominativo de duas letras com um elemento figurativo – uma forma geométrica, representando a silhueta de uma borboleta; enquanto no caso do Acórdão fundamento, nenhuma das marcas em confronto apresenta elementos figurativos.

V. E, em segundo lugar, no Acórdão fundamento todos os sinais em liça aparecem a preto e branco – enquanto no Acórdão recorrido o sinal posterior apresenta uma diferença visualmente muito perceptível relativamente ao sinal prioritário, que consiste no facto de nele se utilizar uma específica tonalidade de verde no desenho da sigla que o compõe.

W. Com efeito, a marca “NB” é uma marca mista, que inclui uma cor verde clara específica, e, ainda, uma forma geométrica, representando a silhueta cinzenta de uma borboleta, no canto superior direito.

X. As marcas sob comparação no Acórdão fundamento, ao contrário da marca “NB”, não apresentam quaisquer elementos figurativos, nem quaisquer cores – encontrando-se registadas a preto e branco.



Y. Assim, quando a Recorrente afirma que em causa, em ambos os casos, estão “outras marcas apresentadas a registo posteriormente, as quais combinam a respetiva sigla com outros elementos”, não menciona que, no caso do Acórdão fundamento, esses “outros elementos” são apenas um elemento nominativo genérico (“HOTELS”), enquanto no caso do Acórdão recorrido aqueles “outros elementos” consistem num elemento figurativo (forma geométrica representando uma borboleta) e numa cor específica (verde claro).

Z. Todas estas diferenças são relevantes para compreender os motivos que levaram o Tribunal da Relação de Lisboa a chegar a duas decisões de sentidos opostos (mas coerentes entre si) nestes dois casos.

AA. Nestes termos, cai pela base a tese da Recorrente, segundo a qual existiria oposição de julgados, uma vez que o substrato factual tratado no Acórdão recorrido e no Acórdão fundamento são substancialmente diferentes – o que é o mesmo que dizer que a questão fundamental de direito não é idêntica.

(iii) Da compatibilidade entre as decisões prolatadas no Acórdão recorrido e no Acórdão fundamento

BB. Alega a Recorrente que o Acórdão recorrido “contraria frontalmente” o Acórdão fundamento.

CC. Nas palavras da Recorrente, a questão fundamental de direito cuidada nos dois Acórdãos em suposta oposição seria a seguinte:

“[E]m ambos os Acórdãos estava em causa a capacidade distintiva dos elementos comuns das marcas sob comparação – as siglas de duas letras –, e a relevância dessa capacidade distintiva na verificação do terceiro requisito de imitação de marca – a semelhança dos sinais – e o impacto de tais semelhanças na aferição do risco de confusão entre as marcas.

DD. Em boa verdade, se existe uma divergência nos resultados das duas decisões do Tribunal da Relação de Lisboa, esta encontra plena justificação nas diferenças entre os dois conjuntos de marcas com que esse Tribunal se defrontou nesses dois casos.

EE. Pois se o Tribunal da Relação de Lisboa conferiu implicitamente uma relevância diferente à capacidade distintiva das (concretas) “siglas de duas letras” ao avaliar o risco de confusão entre as marcas nestes dois casos, essa diferente relevância prende-se exclusivamente com a diferente configuração dos sinais em confronto nesses dois casos.

FF. Na verdade, os dois julgamentos em causa envolvem comparações entre diferentes pares de marcas – e o Tribunal da Relação de Lisboa simplesmente considerou, num caso (Acórdão fundamento), que os elementos nominativos das marcas em liça eram preponderantes, face à quase inexistência de elementos figurativos; enquanto no outro (Acórdão recorrido), entendeu que devido ao seu carácter marcante os elementos figurativos da marca registanda (“NB”) prevaleciam por entre o conjunto que a compõe.



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

GG. Por outras palavras, os aspetos que levaram o Tribunal a quo a chegar, num caso, a uma decisão de recusa de uma marca (Acórdão fundamento), e, no outro, a uma decisão de concessão (Acórdão recorrido), não se prendem, como pretende a Recorrente, com uma contradição na interpretação do direito, mas simplesmente com o facto de nesses dois casos o mesmo Tribunal ter aplicado o mesmo princípio a marcas constituídas por elementos figurativos diferentes – num caso (“NB^h”), muito singulares, e, no outro (“NH” e “NH^h”) inexistentes, ou quase nulos.

HH. O Tribunal a quo expressa de forma admiravelmente sucinta a regra jurídica que o levou a julgar pela inexistência de risco de confusão entre as marcas “NB” e “NB^h”:

“Por conseguinte, o risco de confusão pode ser excluído com segurança se dois sinais em conflito, apesar de serem formados pela mesma combinação de duas letras, tiverem uma caracterização gráfica suficientemente diferente para neutralizar os elementos nominativos comuns, o que se verifica no caso presente.”

II. Por outras palavras, o Tribunal da Relação de Lisboa estatui que a adição de elementos figurativos suficientemente distintivos permite afastar o risco de confusão entre sinais de duas letras idênticos – uma conclusão que o Acórdão fundamento de modo algum contraria.

JJ. No Acórdão recorrido, foram os elementos figurativos singulares da marca “ ” que levaram ao afastamento do risco de confusão entre duas marcas de duas letras.

KK. Nomeadamente, nas palavras do Tribunal a quo, foi devido à “cor verde” (do sinal da recorrida) e “o grafismo das letras”, que é “totalmente distinto” que se concluiu que não existia qualquer imitação entre os sinais.

LL. O Tribunal a quo chegou a esse entendimento após realizar uma comparação entre os dois sinais a cotejo em concreto: “NB” e “NB^h”.

MM. Já no Acórdão fundamento o Tribunal da Relação de Lisboa não se podia focar em quaisquer elementos que não as siglas de duas letras “NH” e “MH” – porque todos os restantes elementos das marcas sob comparação são ou descritivos dos serviços em causa (“HOTELS”, “HOTEL GROUP”) ou banais (como o tipo de letra das marcas mistas).

NN. Facto esse que levou o Tribunal da Relação de Lisboa, no Acórdão fundamento, a considerar que existia um “claro domínio do [...] elemento verbal” nas marcas mistas (“NH”, “NH^h”, “HOTELS”, e “ ”) a cotejo – precisamente o contrário do que sucedeu no Acórdão recorrido.

OO. O que sucedeu no caso do Acórdão fundamento – e que não contradiz, e, aliás, confirma o entendimento perfilhado no Acórdão recorrido – foi que o Tribunal pura e simplesmente não considerou que a alteração de



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

um “N” para um “M” e a adição do termo descritivo “HOTELS” fosse suficiente para afastar o risco de confusão entre o sinal “MH HOTELS” e as marcas “NH”, “**NH**” (mista), “**NH**_{HOTELS}” (mista), e “**NH** HOTEL GROUP” (mista).

PP. Assim, o facto de, no Acórdão fundamento, “a análise comparativa [ter-se concentrado] no confronto das siglas MH e NH”, que a Recorrente parece ver como uma contradição flagrante com o sucedido no Acórdão recorrido, mais não é do que uma consequência da análise concreta levada a cabo pelo Tribunal da Relação aos elementos das marcas em liça.

QQ. Ou seja: a mesma regra de direito – o risco de confusão pode ser excluído com segurança se dois sinais em conflito, apesar de serem formados pela mesma combinação de duas letras, tiverem uma caracterização gráfica suficientemente diferente para neutralizar os elementos nominativos comuns – foi aplicada tanto ao Acórdão recorrido como ao Acórdão fundamento.

RR. E se no Acórdão recorrido o Tribunal da Relação de Lisboa considerou que os elementos figurativos da marca “**NB**” configuravam uma “caracterização gráfica suficientemente diferente para neutralizar os elementos nominativos comuns” entre as marcas, já no Acórdão fundamento o mesmo Tribunal considerou que a “caracterização gráfica” dos dois sinais em conflito não era suficientemente diferente para afastar o risco de confusão entre as marcas em liça.

SS. Em suma: não foi por causa de uma contradição jurídica, relativa à força distintiva inerente aos sinais de duas letras, que o Tribunal a quo chegou a uma conclusão distinta no Acórdão recorrido e no Acórdão fundamento – mas sim por causa das diferenças entre os distintos conjuntos de marcas sobre os quais incidiu, nestes dois casos, o julgamento do Tribunal da Relação de Lisboa.

TT. Atente-se na afirmação com que a Recorrente conclui o seu argumentário:

“Ademais, ao ter desvalorizado a capacidade distintiva da marca verbal NB da Recorrente, o Acórdão recorrido considerou que os elementos figurativos da marca NB da Recorrida são suficientes para afastar qualquer risco de confusão, o que também está em contradição com o entendimento sufragado no Acórdão fundamento, onde, como se viu, se considerou que os elementos figurativos das marcas sob comparação não afastavam o risco de confusão, tendo em conta a predominância dos respetivos elementos verbais distintivos.”

UU. A Recorrente afirma, essencialmente, que pelo simples facto de ter considerado os elementos figurativos da marca **NB** suficientes para a distinguir, aos olhos do consumidor, da marca “NB”, o Tribunal a quo está a entrar em contradição com o Acórdão fundamento, onde “se considerou que os elementos figurativos das marcas sob comparação não afastavam o risco de confusão”.



VV. Ora, como é evidente, a subsunção de dois casos diferentes a uma mesma regra jurídica pode levar a dois resultados distintos. É precisamente essa a situação nos casos do Acórdão recorrido e do Acórdão fundamento – em que as decisões, apesar de apresentarem sentidos opostos, são coerentes e consistentes entre si.

WW. Em conclusão, não se verifica qualquer contradição de julgados no domínio da mesma legislação e sobre a mesma questão fundamental de direito, pelo que não se encontra preenchido o requisito da alínea d) do número 2 do artigo 629.o do CPC, invocado pela Recorrente para fundamentar a admissibilidade do presente recurso.

XX. Nestes termos, deve o presente recurso ser recusado por inadmissível, e transitar em julgado a decisão do Tribunal da Relação de Lisboa.

II – DA FALTA DE FUNDAMENTO DO RECURSO

YY. Caso o presente Recurso seja considerado admissível, o que meramente se admite para efeitos de patrocínio, sempre se diga que o mesmo carece por completo de fundamento.

ZZ. Em boa verdade, a decisão do Tribunal da Relação é absolutamente irrepreensível – e os argumentos da Recorrente não a colocam de modo algum em causa, conforme se expõe de seguida.

(i) Da fraca capacidade distintiva da marca verbal NB da Recorrente

AAA. A Recorrente começa por afirmar que “a capacidade distintiva intrínseca de qualquer marca (ou o seu carácter não descritivo, genérico ou usual) deve ser determinada segundo os critérios gerais e abstratos previstos no artigo 222.o e 222.o [sic] do CPI e nos artigos 4.o e 7.o do Regulamento sobre a Marca da União Europeia, e em função dos produtos ou serviços assinalados.

BBB. E continua: “Assim, a capacidade distintiva da marca NB afere-se em função da sua (in)capacidade para descrever os serviços financeiros que aquela marca assinala na classe 36.”

CCC. Em suma, a Recorrente incorre numa evidente falácia, ao amalgamar por completo a capacidade distintiva de uma marca com o seu carácter não descritivo.

DDD. A capacidade distintiva de uma marca não se resume à mera ausência de elementos descritivos, como a Recorrente pretende fazer crer.

EEE. Efetivamente, a maior ou menor aptidão de uma marca para individualizar produtos ou serviços não se resume ao seu carácter descritivo ou genérico. Existem sinais mais fortes que outros – que, devido às suas características visuais, fonéticas e conceptuais, são mais facilmente apreendidos e recordados pelo consumidor.



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

FFF. É nestes termos que se afirma, com apoio em firmada jurisprudência, nacional e europeia, que a marca “NB” da Recorrente apresenta fraca capacidade distintiva – o que restringe, necessariamente, o seu âmbito de proteção.

GGG. Assim, cai por terra a conclusão da Recorrente segundo a qual “a única conclusão extraível do facto de NB não ter qualquer significado relativamente aos serviços assinalados é a de que NB tem uma capacidade distintiva normal para assinalar aqueles mesmos serviços”.

HHH. É prática corrente no Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia, e é jurisprudência confirmada pelo Supremo Tribunal de Justiça, que um sinal de duas letras pode ser desprovido de qualquer significado para os produtos e serviços assinalados, e, ainda assim, ter fraca capacidade distintiva para assinalar esses mesmos serviços.

III. É esse o caso da marca nominativa “NB” para serviços bancários e financeiros.

JJJ. E, como é evidente, embora esta baixa capacidade distintiva limite o âmbito de proteção conferido à marca “NB”, é manifestamente hiperbólico afirmar, como faz a Recorrente, que “considerar que a marca NB da Recorrente tem fraca distintividade apenas porque é composta por uma sigla de duas letras está errado e traduz um verdadeiro esvaziamento do conteúdo do direito da Recorrente”.

KKK. A marca da Recorrente encontra-se registada e é válida – mas o seu âmbito será limitado a marcas que dela não se distingam o suficiente para afastar o risco de confusão.

LLL. É absurdo declarar, como faz a Recorrente, que “se a marca verbal NB não puder ser oposta a outras marcas contendo a mesma sigla de duas letras e destinadas a assinalar os mesmos serviços, isso significa que na prática que a marca verbal NB da Recorrente não possui carácter distintivo”.

MMM. Esta passagem limita-se a tornar claro que a Recorrente se encontra sob a falsa impressão de ter adquirido um monopólio sobre as letras NB, em qualquer configuração figurativa, para assinalar serviços bancários e financeiros.

(ii) Da alegada imitação entre os sinais “NB” e “NB⁺”

NNN. Começa a Recorrente por alegar um facto que em momento algum foi colocado em causa, e que, com efeito, resume todos os seus argumentos – o facto de a marca da Recorrida, “NB⁺”, reproduzir as letras que compõem o sinal “NB”, “aglutinadas na mesma sequência”.

OOO. Nem a Recorrida, nem o INPI, nem o Tribunal da Propriedade Intelectual, nem o Tribunal da Relação de Lisboa colocaram este facto em causa – e, mesmo assim, todos estão em concordância quanto à inexistência de qualquer risco de confusão entre os sinais em liça.



PPP. A falácia neste argumento central da Recorrente é fácil de localizar: passa pela atribuição de uma importância indevida à reprodução do elemento nominativo “NB” – um elemento de fraquíssima capacidade distintiva, conforme estabelecido e abundantemente justificado na Sentença a quo.

QQQ. Afinal, a força distintiva do sinal nominativo da Recorrente, constituído por duas simples letras, é parca – o que atribui uma ênfase muito maior aos elementos figurativos neste tipo de sinais.

RRR. A Recorrida não tem dúvidas de que as especificidades visuais da sua marca são mais que suficientes para lograr evitar qualquer risco de confusão com a marca prioritária – uma marca nominativa, composta por apenas duas letras.

SSS. Basta, aliás, consultar a jurisprudência nacional para verificar que mesmo pequenas diferenças figurativas (o que não é o caso, pois o elemento figurativo da marca da Recorrida é altamente distintivo) são suficientes para diferenciar marcas mistas de marcas nominativas compostas pelas mesmas duas letras.

TTT. A Recorrente exprime, e sublinha, a seguinte opinião: “afirmar que a reprodução estilizada do sinal que compõe a marca da Recorrente registada sob a forma nominativa é suficiente para “neutralizar” a coincidência do elemento nominativo reproduzido equivale a uma verdadeira expropriação da marca da Recorrente”.

UUU. Esta frase cristaliza toda a motivação que levou o presente Recurso perante o Venerando Tribunal ad quem: a Recorrente parece possuir a errada convicção de que o registo da marca nominativa “NB” lhe confere um monopólio sobre o uso dessas letras, independentemente da existência de um elemento figurativo distintivo.

VVV. Ora, é absolutamente impróprio falar de “expropriação” quando o direito da Recorrente a utilizar a sua marca “NB” permanece intocado, e, para mais, a concessão da marca nacional n.º 580579, “NB[†]” apenas outorga à Recorrida o direito a utilizar o referido sinal na específica configuração gráfica em que este foi concedido.

WWW. Se a Recorrente continua a utilizar a sua marca, “NB”, e a Recorrida apenas pode utilizar a marca “NB[†]”, é evidente que o uso da expressão “expropriação” excede mesmo o que é aceitável para uma hipérbole.

XXX. Mais alega a Recorrente, em suporte das suas asserções, que “o tipo de letra a cor verde e um pequeno elemento figurativo que integram a composição da marca NB (mista) são elementos gráficos básicos, sem qualquer singularidade e com função eminentemente decorativa e que, no limite, apenas evidenciam o elemento NB”.

YYY. Ora, a análise do risco de confusão não se faz somando ou subtraindo elementos comuns e diferentes para atingir uma “neutralização de semelhanças”.



ZZZ. E a afirmação de que os elementos gráficos da marca da Recorrida (o tipo de letra, a cor verde, e a borboleta) são “básicos” e “sem qualquer singularidade” não colhe.

AAAA. Na verdade, elementos simples, e até minimalistas, podem ser portadores de uma enorme capacidade distintiva.

BBBB. Com efeito, os elementos figurativos da marca “NB” não são de modo algum triviais – mas sim, citando as palavras da Sentença a quo, “marcantes e distintos”.

CCCC. O erro da Recorrente parece residir numa ideia pouco acertada daquilo que atribui capacidade distintiva a um determinado elemento – equacionando elementos figurativos simples com elementos figurativos básicos.

DDDD. Chegando até ao ponto de afirmar que os elementos figurativos da marca da Recorrida não apresentam “qualquer singularidade”.

EEEE. Ora, esta descrição trai uma ideia pouco correta daquilo que é, hoje em dia, o design gráfico e a construção de uma imagem de marca – e da maneira como estes se relacionam com o conceito de capacidade distintiva.

FFFF. “Capacidade distintiva” refere-se precisamente à idoneidade de um sinal para ser reconhecido pelos consumidores e distinguido de outros sinais.

GGGG. E, por muito que essa realidade tenha escapado à Recorrente, existe, por entre a aparente simplicidade dos elementos figurativos da marca da Recorrida, um conceito, altamente singular e plenamente capaz de a distinguir de outros símbolos que são apostos aos mesmos bens e serviços.

HHHH. Esse conceito, que parte da ideia de um lettering sólido, assente, e uma borboleta no canto superior direito, representando leveza e renascimento, é pleno de significado e diferença.

IIII. Dentro do panorama, muitas vezes pesado e solene, do marketing e do branding bancários, os elementos figurativos da marca “NB” impõem-se com um conceito diferente e distinto através dessa mesma aparente simplicidade.

JJJJ. Subjacente ao raciocínio esboçado pelo Recorrente está uma ideia, absolutamente errada, de que apenas o complexo, ou o pesado, ou o difícil pode ser singular.

KKKK. Quando, o mais das vezes, as marcas mais distintivas são precisamente as que, à primeira vista, parecem mais simples.

LLLL. Um exemplo clássico é o da marca da empresa de remessa expressa de correspondência americana Federal Express, tida como um exemplo de excelência em branding:



FedEx®

MMMM. Esta marca, aparentemente simples, cujos elementos figurativos se resumem a um tipo de letra e duas cores, encerra um conceito que lhe atribui uma enorme capacidade distintiva.

NNNN. A seta formada pelo espaço negativo entre a letra “E” e a letra “x” cria uma ideia de movimento para a frente, o que conota a rapidez do serviço prestado.

OOOO. Serve este exemplo para ilustrar que elementos aparentemente simples podem passar ideias poderosas ao consumidor, que distinguem um sinal de outros, apesar de os elementos visuais não serem suscetíveis de uma enumeração extensiva.

PPPP. O mesmo é o caso da marca “**NE**” – a inescapável borboleta, cor verde e tipo de letra único e sólido constituem uma unidade de significado intrinsecamente distintiva.

QQQQ. Com efeito, do ponto de vista visual, aquilo que o consumidor vê quando se depara com a marca da Recorrida não é a informação, nua, que as letras “NB”, sozinhas, comunicam – é toda a informação visual comunicada por essas letras naquele tipo de letra, associadas a uma cor verde, com a borboleta no canto superior direito.

RRRR. Não pode haver dúvidas de que a impressão causada pelos elementos figurativos é mais impactante – mesmo que esses elementos não sejam complexos – que a impressão causada pelas letras “NB”, por si sós.

SSSS. E, acima de tudo, não pode haver dúvidas de que essa impressão visual é suficiente para distinguir as duas marcas – ou seja, para afastar qualquer noção de que elas são detidas pelo mesmo operador económico, ou por operadores económicos associados.

TTTT. É importante ter em conta que os elementos figurativos da marca “**NE**” são utilizados, desde 2014, numa família de marcas notórias em Portugal.

UUUU. Aliás, o Acórdão recorrido enumera como facto provado n.o 7 que “o uso destas marcas NB e NOVO BANCO e a sua cor verde é do conhecimento da esmagadora maioria dos portugueses”.

VVVV. Ao ver as letras “NB”, qua tale (ou seja, na configuração registada como marca pela Recorrente), o consumidor português médio de serviços bancários e financeiros não lhes associa qualquer significado, em particular – assume estar perante uma sigla, as iniciais de uma determinada entidade empresarial; mas sem identificar qual.



WWWW. Porém, ao ver essa mesma sigla – “NB” – associada às cores e elementos figurativos que a Recorrida vem utilizando, consistentemente, desde 2014, o consumidor médio de serviços bancários e financeiros não terá dúvidas: vai apreender, do símbolo “NB”, o significado de “NOVO BANCO”.

XXXX. Assim, existe uma evidente, e enorme, diferença conceptual entre as marcas em liça: enquanto a marca da Recorrente não tem qualquer significado conceptual para o consumidor médio de serviços financeiros e bancários, a marca da recorrida tem um significado muito definido, que é mobilizado pela conjugação das letras “NB” com os elementos figurativos da Família de Marcas Novo Banco: o significado de “Novo Banco”.

YYYY. E, assim, não tem a Recorrida dúvidas de que nenhum elemento visual – mesmo que em teoria mais complexo (ex: fotografias, formas complexas, várias cores) seria tão eficiente na tarefa de distinguir a marca da Recorrida da marca da Recorrente como os elementos gráficos da Família de Marcas Novo Banco – cujo conteúdo conceptual torna os sinais absolutamente inconfundíveis na mente de qualquer consumidor.

ZZZZ. Em suma: não se consegue imaginar qualquer elemento gráfico que, aplicado às letras “NB”, permita ao consumidor distinguir a sua origem empresarial com mais eficácia que os elementos presentes na Marca Nacional n.º 558079 “NB”.

AAAA. E, não existindo elementos figurativos que melhor pudessem distinguir duas marcas integrando as letras “NB”, a recusa da marca da Recorrida seria equivalente a conferir à Recorrente um intolerável monopólio sobre qualquer marca mista que compreenda essas duas letras.

(iii) Da inexistência de risco de confusão ou associação, nos termos e para os efeitos do disposto nos artigos 239.º, n.º 1, alínea a) e 245.º, n.º 1 do CPI

BBBB. A Recorrente invoca o Acórdão Sabèl, bem como o Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa relativo ao processo n.º 481/14.5YHLSB-2, exortando a que o risco de confusão seja “apreciado globalmente, atentos todos os fatores relevantes do caso em apreço”.

CCCC. Mas, logo de seguida, volta ao argumento anterior, citando uma abstrata e, aparentemente, incontornável predominância do elemento nominativo.

DDDD. O Acórdão Sabèl, e, bem assim, o Acórdão relativo ao processo n.º 481/14.5YHLSB-2, apenas reforçam a tese da Recorrida, bem como a argumentação constante da decisão do Tribunal a quo – a marca da Recorrida, se apreendida como um todo, e sem isolar o seu elemento nominativo, é inconfundível com a marca da Recorrente.

EEEE. Ao contrário do que afirma a Recorrente, a “valorização dos elementos figurativos e da cor integradas na marca NB” da Recorrida não se afigura “absolutamente errada”.



FFFFF. O Tribunal a quo justifica sobejamente essa valorização do elemento figurativo face ao elemento nominativo:

“NB são duas letras do abecedário que têm de estar disponíveis para qualquer consumidor ou comerciante que também as pretenda usar na abreviatura do seu nome, ou por outro qualquer motivo, não tendo, por si só, qualquer carácter distintivo ou original, pelo que o ênfase deste tipo de marcas tem de ser dado aos elementos figurativos.”

GGGGG. Em suma: não se negando que, em regra, o elemento nominativo de um sinal misto será o seu elemento predominante, a verdade é que a Recorrida argumentou, apoiando-se em ampla e firmada jurisprudência, que no caso específico em que estão em causa marcas mistas de duas letras, o elemento predominante será o figurativo. Esse argumento foi aceite pelo Tribunal a quo.

HHHHH. A Recorrente, porém, pretende afastar esse argumento reafirmando, uma e outra vez, a regra genérica segundo a qual a ênfase deve ser dada ao elemento nominativo. Ora, essa regra não está em causa.

IIIII. A Recorrente não coloca em causa que exista uma exceção a essa regra para sinais de duas letras, não questiona que, nesse caso em particular, o elemento figurativo possa predominar. E não o faz porque não tem doutrina ou jurisprudência que a suportem.

JJJJJ. É também por esse motivo que o profusamente citado “Acórdão fundamento” em nada fere a motivação do Acórdão recorrido.

KKKKK. Com efeito, o citado Acórdão põe em confronto duas marcas, uma nominativa e outra mista, respetivamente com as seguintes configurações: “MH HOTELS” e “.

LLLLL. Como é evidente, e para além de tudo o que já ficou dito nesta sede, estes sinais – ao contrário das marcas em liça neste processo – são constituídos por muito mais que duas letras. E, por isso, o elemento figurativo não tem a mesma predominância que no caso sub judice.

MMMMM. Assim, os “paralelismos da situação apreciada no Acórdão citado com a situação dos autos” são tudo menos “manifestos”, ao contrário do que afirma a Recorrente.

NNNNN. Assim, e ao contrário do que afirma a Recorrente, não existiu qualquer erro, por parte do Tribunal a quo, na sua valorização da componente figurativa da marca figurativa.

OOOOO. O argumento que, segundo o Tribunal a quo, motivou essa valoração não chega sequer a ser atacado pela Recorrente – e portanto, as objeções da Recorrente não colhem.

PPPPP. A Recorrente conclui, partindo da premissa de que “a marca  reproduz a marca NB, tendo a Recorrida procurado obter proteção para aquela em relação a serviços manifestamente idênticos ou afins



àqueles para os quais a marca NB da Recorrente se encontra especificamente protegida”, que “estão reunidas todas as condições para que o consumidor seja facilmente induzido em erro ou confusão ou a associar a marca NB da Recorrida à marca NB da Recorrente, de forma a que não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto”.

QQQQ. Ou seja: no entender da Recorrente, e à revelia da prática dos Institutos e da jurisprudência dos nossos Tribunais, o registo de uma marca nominativa, independentemente da sua força distintiva, confere ao seu titular o monopólio sobre qualquer sinal que “reproduza” as mesmas letras que se encontram protegidas – ainda que a marca posterior apresente elementos figurativos distintivos.

RRRRR. E, partindo da conclusão errónea de que “o consumidor seria facilmente induzido em erro ou confusão” entre as marcas a cotejo, a Recorrente clama estar demonstrado “o erro da conclusão que se retira na sentença recorrida de que sendo a marca da recorrente uma marca «fraca», basta uma simples variação por parte das marcas da recorrida para afastar a confundibilidade existente”.

SSSSS. Ou seja: de uma suposta inexistência de risco de confusão, a Recorrente infere que a predominância do elemento figurativo em marcas de duas letras é “absolutamente injustificada”.

TTTTT. E acrescenta: “isto porque tal conclusão genérica parte da premissa errada de que os sinais de duas letras têm necessariamente um carácter distintivo inferior, premissa que a Recorrente recusa veemente [sic] e demonstrou acima ser falsa”.

UUUUU. Em suma, a Recorrente recusa, sem mais, o argumento que está na base do Acórdão do Tribunal a quo – apesar da sua reafirmação recorrente em precedentes administrativos e judiciais, nacionais e europeus.

VVVVV. Para concluir, a Recorrente frisa (novamente A Recorrente, de seguida, cita o Acórdão Flexi Air, para suportar a asserção de que “o carácter distintivo da marca anterior é apenas um elemento de entre outros a ponderar na apreciação do risco de confusão”.

WWWWW. Tanto a Recorrida, como o INPI, como o Tribunal da Propriedade Intelectual, como o Tribunal da Relação de Lisboa nunca deixaram de tomar em consideração todos os outros fatores na comparação das marcas em liça, para efeitos de aferição do risco de confusão.

XXXXX. E, tomando em consideração todos os fatores relevantes, todos chegaram à mesma, idêntica conclusão: a de que não existe qualquer risco de confusão entre “NB” e “NB”.

YYYYY. É a Recorrente que, insistindo em não tomar em consideração a fraca capacidade distintiva da sua marca nominativa (e recusando-se, explicitamente, a aceitá-la), faz uma análise apenas parcial dos fatores relevantes para a aferição do risco de confusão, e chega a uma conclusão diferente.



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

ZZZZZ.) “a contradição entre o Acórdão recorrido e o Acórdão fundamento” – mais uma vez, ignorando as evidentes diferenças entre esse caso e o caso presente, amplamente explanadas supra.

AAAAAA. Assim, e em suma, a Recorrente não apresenta argumentos de índole a afastar a plena conformidade à lei do Acórdão ora recorrido.

BBBBBB. Pois, conforme se encontra amplamente demonstrado, não existe qualquer hipótese de confusão entre as marcas a cotejo.

CCCCCC. Conforme exposto acima, a combinação das letras “NB” com os elementos figurativos que caracterizam a Família de Marcas Novo Banco dá origem a um sinal conceptualmente distinto, que qualquer consumidor de serviços da Classe 36.a não poderá deixar de reconhecer – e que é, como tal, inconfundível com a marca da Recorrente.

DDDDDD. Em conclusão, e em consonância com o INPI, o Tribunal da Propriedade Intelectual e o Tribunal a quo, a Recorrida considera que não existe qualquer risco de confusão entre os sinais, incluindo um risco de associação entre as marcas em conflito, pelo que não se encontram verificados os vários pressupostos legais para que se possa considerar que a marca da Recorrente, na classe 36.a, se trata de uma imitação da marca da Recorrida nos termos dos artigos 239.o e 245.o do CPI.

Nestes termos, e nos mais que doutamente sejam supridos, deve o presente recurso ser rejeitado por inadmissível, transitando em julgado o Acórdão recorrido;

Ou, subsidiariamente, deve o presente recurso ser declarado improcedente, mantendo-se o Acórdão recorrido e, consequentemente, a concessão da marca nacional n.o 580579 “NB[®]” para a Classe 36.a.

13. Corridos os vistos, cumpre apreciar e decidir.

14. Como o objecto do recurso é delimitado pelas conclusões do recorrente (cf. arts. 635.º, n.º 4, e 639.º, n.º 1, do Código de Processo Civil), sem prejuízo das questões de conhecimento oficioso (cf. art. 608.º, n.º 2, por remissão do art. 663.º, n.º 2, do Código de Processo Civil), as questões a decidir, *in casu*, são as seguintes:



I. — se o recurso deve ser admitido, por haver contradição entre o acórdão recorrido e o acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 8 de Fevereiro de 2018, proferido no processo n.º 70/17.2YHLSB.L1-6; II. — caso o recurso seja admitido, se deve ser recusado o registo da marca nacional n.º 580579 “NB” (mista), por aplicação dos arts. 239.º e 245.º do Código da Propriedade Industrial aprovado pelo Decreto-Lei n.º 36/2003, de 5 de Março.

II. — FUNDAMENTAÇÃO

OS FACTOS

15. O acórdão recorrido deu como provados os factos seguintes:

1- A recorrente em 18/10/2012 procedeu ao registo da marca da União Europeia nº1155175 NB verbal, destinando-se a mesma a assinalar os seguintes produtos/serviços da Classificação Internacional de Nice:

36 - Financial services, namely, investment advisory, investment management, assetmanagement, portfolio management, investment brokerage, securities brokerage, investment consultation, wealth management, and financial planning services; all the aforesaid services also available via the Internet or a similar electronic network; financial and investment services, namely, investment advisory and investment management and brokerage of securities, hedge funds, private equity funds, wrap fee programs, separate accounts, variable annuity programs, stocks, bonds, commodities, derivatives and debt investment, and limited partnerships; financial services, namely, financial research, financial analysis, consultation, record keeping and information services, transfer agent services, custodian services, management and investment of funds and assets of others, capital investment services, and financial transaction services; financial services, namely, mutual fund advisory and investment management services, mutual fund distribution services, mutual fund underwriting and administration services, and variable annuities investment services; clearance services, namely, clearing and settling financial transactions on behalf of others; maintaining assets and securities for others, and confirming and tracking financial transactions for others; insurance investment services; trust and estate planning



and management services; retirement planning services; real estate investment trust advisory and management services.

2. A recorrida pediu em 05/04/2017 o registo da marca nacional n.º 580579 “NB[®]”, tendo a mesmo sido concedido em 19/12/2017.

3. Tal marca destina-se a assinalar na classe 36 da Classificação Internacional de Nice: «serviços financeiros; serviços bancários; negócios monetários; troca de moeda e serviços de câmbio; serviços de transação de títulos; serviços de concessão de empréstimos e créditos; locação financeira; serviços de recuperação de dívidas e factoring; serviços de investimento; constituição de capitais; investimento de capitais; subscrição financeira e emissão de títulos (serviços bancários de investimento); gestão financeira; transferências e transações financeiras e serviços de pagamento; serviços de ordem de dinheiro, cheque e numerário; serviços de cartões; informações em matéria financeira; serviços informáticos de corretagem de títulos e ações; serviços de consultoria em matéria financeira; classificação financeira e relatórios de crédito; angariação de fundos e patrocínios; serviços de avaliações financeiras; serviços financeiros, bancários, monetários prestados através de uma rede interativa de comunicações, nomeadamente a internet”.

4. A sigla NB advém do nome do banco “NOVO BANCO”, o qual sucedeu ao “BES”, sigla do insolvente “Banco Espírito Santo”.

5. O NOVO BANCO tem registado a seu favor várias outras marcas com a sigla NB, para assinalar os serviços elencados em 3 supra na classe 36 da Classificação Internacional de Nice:

— Marca n.º 537558, pedida em 28/10/2014

NBdireto[®]

— Marca no 537559, pedida em 28/10/2014

NBnetwork[®]

— Marca no 537560, pedida em 28/10/2014

NBapp[®]

— Marca no 537752, pedida em 22/10/2014

NBnet[®]

— Marca no 537827, pedida em 23/10/2014



**NBPRIVATE
Phone[®]**

— Marca no 537828, pedida em 23/10/2014

NBweb[®]

— Marca no 537829, pedida em 23/10/2014

NB1click[®]

— Marca no 537830, pedida em 23/10/2014

NB24[®]

6. O recorrido é titular da marca da União Europeia n.º 014302459,



pedida a 29/06/2015 e destinada a assinalar os seguintes produtos e serviços da Classificação Internacional de Nice:

35. Agências de informações comerciais; Análise comercial de mercados; Gestão de negócios comerciais; Administração comercial.

36. Negócios bancários; Serviços financeiros; Serviços bancários e financeiros; Serviços de cartões de crédito; Serviços de cartões de crédito e cartões multibanco; Emissão de cartões de crédito; Emissão de cartões de crédito e de débito; Serviços de cartões bancários, cartões de crédito, cartões de débito e de cartões de pagamento eletrónico; Serviços cartões de crédito e de débito; Seguros bancários; Mediação de seguros; Serviços de subscrição de seguros.

38. Comunicação por meios eletrónicos; Comunicação de informação por meios eletrónicos; Comunicação de dados através de meios eletrónicos.

7. O uso destas marcas NB e NOVO BANCO e a sua cor verde é do conhecimento da esmagadora maioria dos portugueses.



O DIREITO

16. A questão da admissibilidade do recurso é uma *questão prévia*; deverá, por consequência, averiguar-se se a disposição art. 46.º, n.º 3, do antigo Código da Propriedade Industrial, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 36/2003, de 5 de Março, aplicável ao caso *sub judice*, impedirá o Supremo Tribunal de Justiça de conhecer da presente revista.

17. O art. 46.º do antigo Código da Propriedade Industrial aplicável ao caso *sub judice*, é do seguinte teor:

1. — Da sentença proferida [pelo tribunal da propriedade intelectual — art. 40.º] cabe recurso, nos termos da lei geral do processo civil, para o tribunal da Relação territorialmente competente para a área da sede do tribunal de propriedade intelectual, sem prejuízo do disposto no n.º 3 do presente artigo
2. — As decisões do tribunal de propriedade intelectual que admitam recurso, nos termos previstos no regime geral das contra-ordenações e nos artigos 80.º a 92.º do Regulamento (CE) n.º 6/2002, do Conselho, de 12 de Dezembro de 2001, e nos artigos 95.º a 105.º do Regulamento (CE) n.º 207/2009, do Conselho, de 26 de Fevereiro, são impugnáveis junto do tribunal da Relação territorialmente competente para a área da sede do tribunal de propriedade intelectual.
3. — Do acórdão do Tribunal da Relação não cabe recurso para o Supremo Tribunal de Justiça, sem prejuízo dos casos em que este é sempre admissível.

Os casos em que o recurso é sempre admissível estão previstos no art. 629.º, n.º 2, do Código de Processo Civil e, entre os casos previstos no art. 629.º, n.º 2, está o da contradição de julgados:

“[...] é sempre admissível recurso: [...]”



d) Do acórdão da Relação que esteja em contradição com outro, dessa ou de diferente Relação, no domínio da mesma legislação e sobre a mesma questão fundamental de direito, e do qual não caiba recurso ordinário por motivo estranho à alçada do tribunal, salvo se tiver sido proferido acórdão de uniformização de jurisprudência com ele conforme”.

18. O texto do art. 629.º, n.º 2, alínea d), do Código de Processo deve analisar-se distinguindo os três requisitos essenciais do recurso: que o acórdão recorrido esteja em contradição com algum acórdão anteriormente proferido pela Relação, denominado de *acórdão fundamento*; que os dois acórdãos tenham sido proferidos no domínio da *mesma legislação*; e que os dois acórdãos tenham sido proferidos sobre a *mesma questão fundamental de direito*.

Como se diz, designadamente, no acórdão do Supremo Tribunal de Justiça de 14 de Setembro de 2017, proferido no processo n.º 27/16.0YHLSB.L1.S2,

I. — Em regra, não cabe recurso para o STJ do acórdão do tribunal da Relação proferido no âmbito do recurso, de plena jurisdição, previsto nos arts. 39.º e ss. do CPI.

II. — Essa regra de irrecorribilidade, fixada no art. 46.º, n.º 3, do CPI é, contudo, excepcionada se invocada alguma das situações elencadas no art. 629.º, n.º 2, do CPC, nomeadamente a contradição de julgados.

III. — A contradição de julgados aqui equacionada e que releva como *conditio* da admissibilidade do recurso de revista pressupõe, além do mais, pronúncia sobre a mesma questão fundamental de direito.

IV. — A questão de direito fundamental só é a mesma, para este efeito, quando a subsunção do mesmo núcleo factual seja idêntica (ou coincidente), mas tenha, em termos de interpretação e aplicação dos preceitos, sido feita de modo diverso.

V. — A inexistência do fundamento invocado (contradição de julgados) em ordem a permitir a revista “atípica”, obsta a que dela se tome conhecimento.

19. A Recorrente Neuberger Berman Group LLC alega que o acórdão recorrido está em contradição com o acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 8 de Fevereiro de 2018, proferido no processo n.º 70/17.2YHLSB.L1-6, e que, estando em contradição com o acórdão do Tribunal da



Relação de Lisboa de 8 de Fevereiro de 2018, deve ser admitido ao abrigo do art. 46.º, n.º 3, do antigo Código da Propriedade Industrial e do art. 629.º, n.º 2, alínea d), do Código de Processo Civil.

20. Em primeiro lugar, deve averiguar-se se os dois acórdãos foram proferidos no *domínio da mesma legislação*.

21. O acórdão recorrido refere-se aos arts. 222.º, 224.º, 239.º e 245.º do antigo Código da Propriedade Industrial — em ligação com o art. 4.º da Directiva 1989/104/CEE, de 21 de Dezembro de 1988. O acórdão fundamento, aos arts. 222.º, 224.º, 239.º e 245.º do antigo Código da Propriedade Industrial — em ligação com o art. 5.º da Directiva n.º 2008/95/CE, de 22 de Outubro de 2008, e com o art. 9.º do Regulamento n.º 207/2009, de 27 de Fevereiro de 2009.

O requisito de que os dois acórdãos hajam sido proferidos no domínio da mesma legislação está preenchido em relação às duas disposições legais decisivas para a resolução do litígio, ou seja, em relação aos arts. 239.º e 245.º do antigo Código da Propriedade Industrial.

O art. 239.º, n.º 1, do antigo Código da Propriedade Industrial, considera como fundamento de recusa do registo de marca “[a] reprodução ou 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” e o art. 245.º, explicitando o conceito de imitação, determina que

1. — A marca registada considera-se imitada ou usurpada por outra, no todo ou em parte, quando, cumulativamente:
 - a) A marca registada tiver prioridade;
 - b) Sejam ambas destinadas a assinalar produtos ou serviços idênticos ou afins;



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

c) Tenham tal semelhança gráfica, figurativa, fonética ou outra que induza facilmente o consumidor em erro ou confusão, ou que compreenda um risco de associação com marca anteriormente registada, de forma que o consumidor não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto.

2. — Para os efeitos da alínea b) do n.º 1:

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

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

3. — Considera-se imitação ou usurpação parcial de marca o uso de certa denominação de fantasia que faça parte de marca alheia anteriormente registada ¹.

22. Em segundo lugar, como os dois acórdãos foram proferidos *no domínio da mesma legislação*, deve averiguar-se se foram proferidos *sobre a mesma questão fundamental de direito*.

23. O termo *questão de direito* abrange, em primeiro lugar, as questões relacionadas com a interpretação de *conceitos jurídicos* ou de *noções jurídicas* e, em segundo lugar, as questões relacionadas com a interpretação, à integração e à aplicação de *normas jurídicas*.

24. A Recorrente alega que os dois acórdãos se pronunciaram sobre a interpretação de um, e do mesmo, conceito jurídico — o conceito de imitação de marca — e com a aplicação de duas, e das mesmas, normas jurídicas — do art. 239.º e do art. 245.º do Código da Propriedade Industrial.

Concretizando-o, alega que a questão de direito considerada nos dois acórdãos é

¹ Os arts. 239.º e 245.º do antigo Código da Propriedade Industrial correspondem sensivelmente aos arts. 232.º e 238.º do novo Código da Propriedade Industrial, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 110/2019, de 10 de Dezembro, e entrado em vigor em 1 de Julho de 2019.



“a capacidade distintiva dos elementos comuns das marcas sob comparação — siglas de duas letras — e a relevância dessa capacidade distintiva na verificação do terceiro requisito de imitação de marca — a semelhança dos sinais”.

25. A Recorrida contesta-o, contra-alegando que a questão da capacidade distintiva das siglas de duas letras não é considerada no acórdão fundamento:

F. [...] no Acórdão fundamento, o Tribunal não se chega sequer a pronunciar sobre a questão que a Recorrente afirma ser a base de toda esta alegada contradição de julgados – ‘a capacidade distintiva das siglas de duas letras, e a relevância dessa capacidade distintiva na verificação do terceiro requisito de imitação de marca, a semelhança dos sinais’.

G. Em momento algum o Acórdão fundamento faz menção ao grau ou nível — elevado, normal, ou baixo — de capacidade distintiva dos sinais de duas letras.

H. Aliás, o Acórdão refere-se às marcas em liça como “marcas complexas (constituídas por mais de um elemento nominativo)”; nunca se refere a elas como marcas de “duas letras”, ou, de modo algum, à capacidade distintiva dessa tipologia de marca.

I. Assim, nunca se poderia afirmar que existe qualquer contradição na interpretação do direito aplicável, quanto à questão da ‘capacidade distintiva das siglas de duas letras’.

26. Os dois acórdãos interpretaram um, e o mesmo, conceito jurídico — interpretaram o conceito de imitação de marca — para o efeito de aplicarem duas, e as mesmas, normas jurídicas — o art. 239.º e o art. 245.º do antigo Código da Propriedade Industrial.

Em cada um dos dois acórdãos, não havia dúvidas sobre estarem, ou não, preenchidos os requisitos das alíneas a) e b) do n.º 1 do art. 245.º — a marca registada tiver prioridade e as duas marcas, registada e registando, destinavam-se a assinalar produtos ou serviços idênticos ou afins.

Em cada um dos dois acórdãos, só havia dúvidas sobre estar, ou não, preenchido o requisito da alínea c) do n.º 1 do art. 245.º, ou seja, sobre as duas marcas, registada e registanda, “[terem] 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”.

O facto de os dois acórdãos interpretarem um, e o mesmo, conceito jurídico, para o efeito de aplicarem duas, e as mesmas, normas significa que está em causa uma, e a mesma, *questão de direito*.

27. Em terceiro lugar, deve averiguar-se se o acórdão recorrido está em contradição com o acórdão invocado pela Recorrente — se o acórdão recorrido está em contradição com acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 8 de Fevereiro de 2018, proferido no processo n.º 70/17.2YHLSB.L1-6.

28. A *contradição* ou *oposição de julgados* há-de determinar-se atendendo a dois elementos: a *semelhança entre as situações de facto* e a *dissemelhança entre os resultados da interpretação e/ou da integração* das disposições legais relevantes em face das situações de facto consideradas.

Em sumário do acórdão do Supremo Tribunal de Justiça de 20 de Outubro de 2014, proferido no processo n.º 7382/07.1TBVNG.P1.S1, diz-se que “[a] oposição de acórdãos, quanto à mesma questão fundamental de direito, verifica-se quando, perante uma idêntica situação de facto, a mesma disposição legal se mostre, num e noutro, interpretada e/ou aplicada em termos opostos”, e em sumário do acórdão do Supremo Tribunal de Justiça de 2 de Março de 2017, proferido no processo n.º 488/14.2TVPR-T-B.P1.S1, diz-se que

“A oposição de dois acórdãos da Relação sobre a mesma questão fundamental de direito verifica-se quando o essencial da situação de facto, à luz da norma aplicável, é idêntico nos dois acórdãos”².

² Cf. ainda o sumário do acórdão do STJ de 20 de Maio de 2015 — processo n.º 321/12.0YHLSB.L1.S1 —, em que se escreve que, “[e]m sentido técnico, a oposição de acórdãos quanto à mesma questão fundamental de direito verifica-se quando a mesma disposição legal se mostra, num e noutro, interpretada e/ou aplicada em termos opostos, havendo identidade de situações de facto subjacentes a essa aplicação”, e que “[p]ara tanto é sempre exigível a identidade, em



29. Em relação ao requisito da *semelhança das situações de facto*, dir-se-á o seguinte:

30. A *questão de direito* considerada pelos dois acórdãos do Tribunal da Relação de Lisboa relacionava-se sobretudo com a aplicação do requisito do art. 245.º, n.º 1, alínea c), do antigo Código da Propriedade Industrial, ou seja, do requisito de que as duas marcas, registada e registanda,

“[t]enham tal semelhança gráfica, figurativa, fonética ou outra que induza facilmente o consumidor em erro ou confusão, ou que compreenda um risco de associação com marca anteriormente registada, de forma que o consumidor não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto”.

Ora o Supremo Tribunal de Justiça tem considerado, constantemente, que “[é] pela visão do ‘conjunto’ que se há-de analisar se o consumidor médio confunde os vários produtos”³.

O risco de erro, de confusão ou de associação entre as duas marcas, entre as marcas registada e registanda, deve apreciar-se globalmente⁴ e fundar-se “numa impressão de conjunto, tendo em conta, nomeadamente, os elementos distintivos e dominantes dessas marcas”⁵.

Como se diz nos acórdãos de 18 de Março de 2003 — processo n.º 03A545 — e de 3 de Novembro de 1981 — processo n.º 069396 —, “[é] por intuição sintética e não por dissecção analítica que deve proceder-se à comparação de marcas, já que o que importa ter em conta é a

ambos os casos, do núcleo central da situação de facto e das normas jurídicas interpretandas e/ou aplicandas”, ou o sumário do acórdão do STJ de 14 de Setembro de 2017 — processo n.º 27/16.0YHLSB.L1.S2 —, em que se escreve que “[a] questão de direito fundamental só é a mesma, para este efeito, quando a subsunção do mesmo núcleo factual seja idêntica (ou coincidente), mas tenha, em termos de interpretação e aplicação dos preceitos, sido feita de modo diverso”.

³ Cf. acórdão do STJ de 3 de Novembro de 1981 — processo n.º 069396 —, de 26 de Junho de 2000 — processo n.º 00A1604 —, de 15 de Maio de 2001 — processo n.º 01A1112 —, de 18 de Março de 2003 — processo n.º 03A545 —, de 12 de Julho de 2005 — processo n.º 05B2005 —; em termos semelhantes, *vide*, p. ex., os acórdãos do STJ de 25 de Março de 2004 — processo n.º 03B3971 — e de 17 de Abril de 2008 — processo n.º 08A375.

⁴ Cf. acórdão do STJ de 25 de Março de 2004 — processo n.º 03B3971.

⁵ Cf. acórdão do STJ de 25 de Março de 2004 — processo n.º 03B3971.



impressão global, de conjunto, própria do público consumidor que, desvalorizando os pormenores se concentra nos elementos fundamentais dotados de maior eficácia distintiva”.

O padrão ou *standard* pelo qual há-de apreciar-se o risco de erro, de confusão ou de associação é o do *consumidor* — haverá um risco de erro, de confusão ou de associação desde que as marcas tenham tal semelhança “que o consumidor não as possa distinguir senão depois de exame atento ou confronto” — e, dentro dos consumidores, é o consumidor *médio* ⁶.

Como se escreve, p. ex., nos acórdãos de 17 de Abril de 2008 — processo n.º 08A375 —, de 26 de Fevereiro de 2015 — processo n.º 1288/05.6TYLSB.L1.S1 —, de 24 de Novembro de 2016 — processo n.º 267/2001.E2.S2 —, haverá que determinar-se se a coexistência das duas marcas no mercado “é passível de induzir facilmente em erro ou confusão o consumidor médio destinatário dos produtos por elas assinalados”. O padrão ou *standard* do consumidor médio é ou, em todo o caso, deve ser um *standard* flexível, “por forma a abranger vários sub-tipos, como o consumidor profissional e o especializado ou o mais atento, nos produtos de preço muito elevado, ou o menos diligente, no caso de produtos de preço baixo ou de largo consumo” ⁷.

O requisito da *semelhança das situações de facto* deve concretizar-se como *semelhança entre o risco de erro, de confusão ou de associação entre a marca registada e a marca registanda, apreciado globalmente, por referência ao padrão ou standard de um consumidor médio*.

31. Face ao critério de *semelhança* ou *dissemelhança* enunciado, deverá concluir-se que entre as situações de facto subjacentes ao acórdão fundamento e ao acórdão recorrido há uma única semelhança e pelo menos três diferenças — e que as três diferenças são fundamentais.

Entre as situações de facto subjacentes ao acórdão fundamento e ao acórdão recorrido há uma única semelhança. Os dois acórdãos pronunciam-se sobre marcas contendo siglas de duas letras, foneticamente semelhantes — no caso do acórdão fundamento, as siglas NH e MH e, no caso

⁶ Cf. acórdãos do STJ de 13 de Maio de 1997 — processo n.º 96A609 —, de 26 de Junho de 2000 — processo n.º 00A1604 — de 17 de Abril de 2008 — processo n.º 08A375 —, de 26 de Fevereiro de 2015 — processo n.º 1288/05.6TYLSB.L1.S1 — ou de 24 de Novembro de 2016 — processo n.º 267/2001.E2.S2.

⁷ Cf. acórdão do STJ de 12 de Julho de 2005 — processo n.º 05B2005.



do acórdão recorrido, a sigla NB. Entre as situações de facto subjacentes ao acórdão fundamento e ao acórdão recorrido há, pelo menos, três diferenças — e as três diferenças são fundamentais.

Em primeiro lugar, no acórdão fundamento, a semelhança entre as siglas de duas letras — NH e MH — era agravada pela presença de um elemento verbal idêntico ou semelhante — HOTEL ou HOTELS — e, no acórdão recorrido, não — a semelhança entre as siglas não é agravada pela presença de nenhum elemento verbal. Em segundo lugar, no acórdão fundamento, a semelhança fonética entre as siglas de duas letras era essencial — os consumidores designam a marca registada e poderiam designar a marca registanda pela sua sigla — e, no acórdão recorrido, não era essencial — os consumidores não designam a marca registanda pela sua sigla NB e sim pelo seu nome — NOVO BANCO. Em terceiro lugar, no acórdão fundamento, a semelhança fonética entre as siglas de duas letras — NH e MH — não era neutralizada por nenhuma dissemelhança gráfica ou figurativa *com adequada eficácia distintiva* e, no acórdão recorrido, sim — a semelhança fonética entre as siglas era neutralizada por uma dupla dissemelhança. A marca registada é uma marca verbal e a marca registanda, uma marca mista, com uma particular cor e um particular grafismo.

32. Em relação à primeira diferença, dir-se-á que o acórdão recorrido aprecia o risco de erro, de confusão ou de associação entre duas marcas cujo elemento verbal é constituído exclusivamente por uma sigla de duas letras:

“apesar de em ambas as marcas existir um elemento verbal comum — NB — o certo é que esta sigla, só por si, nada diz ao consumidor comum dos produtos da recorrida”.

O acórdão fundamento, esse, aprecia o risco de erro, de confusão ou de associação entre duas marcas cujo elemento verbal é constituído cumulativamente por uma sigla de duas letras e pela palavra HOTEL ou HOTELS:



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

“existindo na marca da apelante e em duas das marcas figurativas [a n.º 13135264 e a n.º 12230199] da apelada, a presença coincidente do elemento verbal "HOTELS" e HOTEL, como que o risco — em face da acentuação da semelhança visual e impressão de conjunto das marcas em causa — de confusão se mostra potenciado. [...]

Ora... se à semelhança fonética dos sinais se adiciona nos mesmos um outro elemento/palavra que o próprio legislador considera [no art. 223.º, n.º 1, alínea c), do CPI] como não contribuindo de todo [bem pelo contrário] para distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas, como que o risco de associação entre marcas [se mostra] bastante reforçado”.

33. Em relação à segunda diferença, dir-se-á que o acórdão recorrido considera que a semelhança, ou identidade, fonética entre as siglas de duas letras não é essencial:

“foneticamente, NB não é usado pelos consumidores dos produtos da recorrida. Estes geralmente para se lhes referir usam o nome da mesma — Novo Banco —, sendo tão só o NB as letras com que se iniciam cada uma destas palavras”.

O acórdão fundamento, esse, considera que a semelhança fonética é essencial:

“é inequívoco que , pronunciando-se a sigla da autora como ‘é-m-a-g-á’ , e , as da apelada como ‘é-n-a-g-á’ , existe uma fortíssima semelhança fonética entre as marcas em confronto, ou não estivéssemos na presença de siglas integradas por consoantes nasais [aquelas em que a corrente expiratória se desenvolve pela boca e pelo nariz, em virtude do abaixamento do véu palatino]”.

34. Em relação à terceira diferença, dir-se-á que o acórdão recorrido considerou que a marca registanda (mista) tinha uma “caracterização gráfica suficientemente diferente para neutralizar os elementos nominativos comuns” com a marca registada (verbal):



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

“... sendo a marca da recorrente uma marca ‘fraca’ basta uma simples variação por parte da marca da recorrida para afastar a confundibilidade existente. E essa variação existe. Com efeito, a impressão de conjunto produzida pelas marcas em litígio, atendendo, designadamente, aos elementos figurativos e cor da marca registanda, é perfeitamente distinta, respeitando o sinal registando, o princípio de novidade das marcas”

“... em geral, não existe risco de confusão entre sinais de duas letras estilizados de forma diferente ou com representações gráficas diferentes das mesmas letras, que produzam uma impressão visual distinta.

Por conseguinte, o risco de confusão pode ser excluído com segurança se dois sinais em conflito, apesar de serem formados pela mesma combinação de duas letras, tiverem uma caracterização gráfica suficientemente diferente para neutralizar os elementos nominativos comuns, o que se verifica no caso presente (cf. despacho de 19-12-2017 que concedeu o registo da marca nacional nº 580579)”.

O acórdão fundamento, esse, considerou que a marca registanda (verbal) não tinha qualquer “caracterização gráfica” e, por isso, não era suficientemente diferente para neutralizar os elementos nominativos comuns com a marca registada (mista):

“... a primeira constatação que importa precisar/effectuar é a de que, sendo a da autora uma marca verbal ou nominativa [porque apenas integrante de letras e palavras], já o grosso — a [...] quase totalidade — das marcas da Reclamante /apelada são marcas figurativas ou emblemáticas, mas com claro domínio do seu elemento verbal — letras e palavras.

“... em sede de análise comparativa entre marcas, o que releva é a impressão global do conjunto dos seus elementos, ou seja, a impressão de conjunto, [e] não há dúvida que o que ressalta de comum /semelhante entre os sinais da autora e as da apelada, é a presença em todas elas de uma sigla formada por duas letras, sendo as da marca da autora o MH, e as das marcas da apelada, o NH... ”.

35. Em todo o caso, ainda que porventura estivesse preenchido o requisito da *semelhança das situações de facto*, não estaria preenchido o requisito da *dissemelhança entre os resultados da interpretação e/ou da integração* das disposições legais relevantes — os dois acórdãos aplicaram as mesmas disposições legais, interpretadas nos mesmos termos, a situações de facto diferentes.



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

Entre os dois acórdãos, não há qualquer diferença relevante na interpretação de conceitos jurídicos; não há qualquer diferença na interpretação na interpretação e/ou na integração das normas jurídicas; e não há qualquer diferença na aplicação das normas jurídicas.

Em primeiro lugar, o acórdão fundamento diz que “o risco [de erro, de confusão ou de associação] há-de ser medido com base em entendimento/visão de um consumidor médio dos produtos ou serviços que a marca visa assinalar” e o acórdão recorrido, que

“[o] risco de confusão deve ser entendido em sentido lato, de modo a abarcar tanto o risco de confusão em sentido estrito ou próprio como o risco de associação”; que “o risco de associação depende de vários factores” e, em especial, “do tipo de consumidores, do grau de semelhança entre as marcas e entre os produtos assinalados, e da força e notoriedade da marca registada”; e que

“Os consumidores a considerar são, em primeiro lugar, aqueles a quem os produtos assinalados com as marcas se destinam. Depois, entre os consumidores destinatários, há de atender-se ao consumidor ‘médio’, nem particularmente atento nem particularmente distraído”.

Em segundo lugar, o acórdão fundamento diz que “há-de... ter-se em atenção uma impressão de conjunto, sem dissecação de pormenores”; — que aquilo que releva “a impressão global, de conjunto, própria do público consumidor, e que, desvalorizando pormenores, se concentra nos elementos fundamentais dotados de maior eficácia distintiva”; — e o acórdão recorrido, que

“No juízo sobre a similitude, devem as marcas ser apreciadas global ou sinteticamente, não devem ser dissecadas analiticamente a fim de excluir do exame elementos ou segmentos, designadamente os que têm pouca capacidade distintiva (o exame deve recair sobre as marcas na sua totalidade)”



SUPREMO
TRIBUNAL
DE JUSTIÇA

36. Como não há qualquer diferença relevante na interpretação de conceitos jurídicos, não há qualquer diferença na interpretação na interpretação e/ou na integração das normas jurídicas e não há qualquer diferença na aplicação das normas jurídicas, o facto de as duas decisões terem sido, como foram, diferentes deve-se exclusivamente à circunstância de as situações de facto consideradas terem sido, como foram, diferentes.

III. — DECISÃO

Pelo exposto, **não se admite o recurso.**

Custas pela Recorrente **Neuberger Berman Group LLC.**

Lisboa, 11 de Julho de 2019

Nuno Manuel Pinto Oliveira

Paula Sá Fernandes

Maria dos Prazeres Beleza

PATENTES DE INVENÇÃO

Pedidos - BBCA/1A

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

(11) **110720** (13) **A**

(22) 2018.05.04

(30)

(71) **PT UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES
E ALTO DOURO**

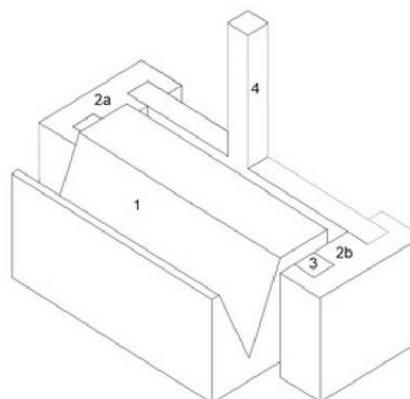
(72) **MÁRIO MANUEL DINIS GINJA
BRUNO JORGE ANTUNES COLAÇO
JOÃO MANUEL CARDOSO MARTINS
MARIA SOFIA RODRIGUES ALVES PIMENTA
ANA PAULA PORTELA ÁLVARO SANTANA**

(51) **Int. Cl.**

A61B 5/00 (2006.01) A61B 5/103 (2006.01)

(54) **PRONADOR DE FÉMUR DE CÃES.**

(57) O PRONADOR DOS FÉMURES DE CÃES (PFC), PRETENDE SER UTILIZADO NO POSICIONAMENTO DOS MEMBROS PÉLVICOS DO CÃO PARA A AVALIAÇÃO RADIOGRÁFICA DA DISPLASIA DA ANCA. O PFC É CONSTITUÍDO POR 5 COMPONENTES REPRESENTADOS NA FIG. 1: O COMPONENTE (1) EM BORRACHA, E OS RESTANTES COMPONENTES (2A, 2B, 3 E 4) EM ACRÍLICO DEVIDAMENTE ENCAIXADOS. O ANIMAL É COLOCADO NA MESA DE RAIOS X EM DECUBITO DORSAL, COM A REGIÃO DO TARSO SOBRE O SULCO DO COMPONENTE (1), SEGURO COM AUXÍLIO DE UMA FITA DE VELCRO. O COMPONENTE (4) MOVE-SE CENTRIPTAMENTE DE FORMA A PROMOVER A PRONAÇÃO ADEQUADA DO MEMBRO PÉLVICO, FIXANDO-SE POSTERIORMENTE AO PFC DO MEMBRO CONTRALATERAL. O PFC PERMITE PROMOVER A PRONAÇÃO ADEQUADA DO MEMBRO, FUNDAMENTAL PARA A QUALIDADE TÉCNICA DO EXAME RADIOGRÁFICO, SEM A NECESSIDADE DA PRESENÇA HUMANA NA SALA DE RAIOS X PARA ESTE EFEITO, E DA SUA EXPOSIÇÃO À RADIAÇÃO IONIZANTE.



Ver Fascículo Completo

Patentes europeias vigentes em Portugal - FG4A

Processo	Início de vigência	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classificação principal	Observações
1753715	2005.05.21	2019.10.24	BASF SE	DE	C07C 263/10 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
1880053	2005.05.04	2019.10.23	NOVOZYMES A/S	DK	D21C 3/18 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
1982607	2007.08.09	2019.10.25	HAIRDREAMS HAARHANDELS GMBH	AT	A41G 5/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2349217	2009.11.10	2019.10.24	DEBREGEAS ET ASSOCIES PHARMA	FR	A61K 9/16 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2359809	2006.12.20	2019.10.24	NOVARTIS AG	CH	A61K 9/16 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2419741	2010.04.14	2019.10.23	B.R.A.H.M.S GMBH	DE	G01N 33/74 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2462062	2010.08.02	2019.10.21	OPKO IRELAND GLOBAL HOLDINGS, LIMITED	IE	C01G 49/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2530389	2012.05.24	2019.10.24	HEMSTEDT GMBH	DE	F24D 13/02 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2751154	2012.08.29	2019.10.24	BASF SE	DE	C08G 18/02 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2751422	2012.08.14	2019.10.24	WOBLEN PROPERTIES GMBH	DE	F03D 9/25 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2770994	2013.05.03	2019.10.25	SAMUMED, LLC	US	A61K 31/4162 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2777103	2012.11.09	2019.10.25	SCHLEUNIGER HOLDING AG	CH	H01R 43/28 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2778267	2013.03.11	2019.10.25	PARABEAM B.V.	NL	B32B 5/02 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2873129	2013.07.03	2019.10.25	WOBLEN PROPERTIES GMBH	DE	H02J 3/24 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2874624	2013.07.16	2019.10.25	BAYER NEW ZEALAND LIMITED	NZ	A61K 31/43 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2902025	2013.09.27	2019.10.25	KOWA COMPANY LTD.	JP	A61K 31/397 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2906219	2013.10.09	2019.10.24	NERRE THERAPEUTICS LIMITED	GB	A61K 31/495 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2908823	2013.10.15	2019.10.23	EPIZYME, INC.	US	A61K 31/5377 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2919838	2013.11.12	2019.10.23	VETTER PHARMA-FERTIGUNG GMBH & CO. KG	DE	A61M 5/34 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2925636	2013.11.19	2019.10.23	PHILIP MORRIS PRODUCTS S.A.	CH	B65D 85/10 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
2969973	2014.03.15	2019.10.25	E3WATER LLC	US	C02F 1/52 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3023106	2011.12.14	2019.10.23	GLAXOSMITHKLINE BIOLOGICALS S.A.	BE	A61K 39/04 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3052439	2014.10.02	2019.10.24	SOLVAY SA	BE	C01B 15/13 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3058978	2006.12.27	2019.10.23	PHILIP MORRIS PRODUCTS S.A.	CH	A61M 15/06 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3067246	2015.03.09	2019.10.24	BOMBARDIER TRANSPORTATION GMBH	DE	B61L 3/12 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3072326	2013.11.19	2019.10.24	NOKIA TECHNOLOGIES OY	FI	H04W 36/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3083232	2014.12.16	2019.10.24	BASF SE	DE	B32B 5/20 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3085161	2013.12.19	2019.10.24	GUANGDONG OPPO MOBILE TELECOMMUNICATIONS CORP., LTD.	CN	H04W 48/08 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3092415	2014.12.17	2019.10.25	VÄLINGE INNOVATION AB	SE	F16B 12/10 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:

Processo	Início de vigência	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classificação principal	Observações
3092916	2015.10.09	2019.10.25	ADHESPACK INDUSTRIA E COMERCIO IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA.	BR	A45D 40/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3094814	2014.12.22	2019.10.24	RISE MINING DEVELOPMENTS PTY LTD	AU	E21B 33/12 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3105954	2014.10.08	2019.10.24	GUANGDONG OPPO MOBILE TELECOMMUNICATIONS CORP., LTD.	CN	H04W 16/20 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3116312	2014.03.14	2019.10.24	THE UNIVERSITY OF QUEENSLAND	AU	A01N 25/22 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3124294	2016.06.21	2019.10.25	SIEMENS MOBILITY GMBH	DE	B60D 5/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3145709	2015.05.21	2019.10.25	IKEA SUPPLY AG	CH	B32B 5/02 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3148582	2015.05.27	2019.10.25	GENEURO SA	CH	C07K 16/10 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3152364	2015.06.09	2019.10.24	SURF LAKES HOLDINGS LTD.	AU	E02B 3/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3154543	2015.06.12	2019.10.25	INVENTIVA	FR	A61K 31/428 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3209482	2015.10.08	2019.10.25	STORA ENSO OYJ	FI	B29C 51/08 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3240554	2016.06.15	2019.10.24	4D PHARMA RESEARCH LIMITED	GB	A61K 35/74 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3261499	2016.02.24	2019.10.24	LA MARZOCCO S.R.L.	IT	A47J 31/46 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3266723	2017.01.12	2019.10.25	REPUBLIC TECHNOLOGIES (NA) LLC	US	B65D 5/72 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3274143	2016.03.24	2019.10.25	BASF SE	DE	B27N 3/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3280811	2016.05.12	2019.10.24	COLORIFIX LIMITED	GB	C12P 17/16 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3291405	2016.12.12	2019.10.24	CRRC QINGDAO SIFANG ROLLING STOCK RESEARCH INSTITUTE CO., LTD.	CN	H02J 7/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3299091	2017.09.21	2019.10.24	VORWERK AUTOTEC GMBH & CO. KG	DE	B21D 5/14 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3322171	2016.07.07	2019.10.24	KONICA MINOLTA, INC.	JP	H04N 1/24 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3324914	2017.05.08	2019.10.24	PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE	FR	A61H 15/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3336839	2014.10.27	2019.10.23	FRAUNHOFER-GESELLSCHAFT ZUR FÖRDERUNG DER ANGEWANDTEN FORSCHUNG E.V.	DE	G10L 19/05 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3338145	2016.08.12	2019.10.23	CLAUDE CHOUET	FR	G04B 37/14 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3339648	2017.12.20	2019.10.23	ALTOP PATENTS II B.V.	NL	F04D 9/04 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3340975	2016.08.25	2019.10.24	NOURYON CHEMICALS INTERNATIONAL B.V.	NL	A61K 31/327 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3347105	2016.09.08	2019.10.24	PIERRE FABRE MEDICAMENT	FR	A61Q 19/04 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3355795	2016.09.29	2019.10.25	CENTRE LEON BERARD	FR	A61B 8/00 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3369233	2016.10.24	2019.10.24	ROVI GUIDES, INC.	US	H04L 29/06 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3390893	2016.12.16	2019.10.24	ENGIE	FR	F17C 13/02 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3400562	2017.01.05	2019.10.24	TISULAR SAFETY, S.L.U.	ES	G06Q 10/08 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3402337	2017.01.10	2019.10.25	COMPAGNIE LAITIERE EUROPEENNE	FR	A23C 9/13 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3448149	2017.01.17	2019.10.25	XVIVO PERFUSION AB	SE	A01N 1/02 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:
3478885	2017.08.17	2019.10.25	YUNTEKS TEKSTIL SANAYI VE TICARET LIMITED SIRKETI	TR	D04D 7/02 (2019.01)	ART. 84º DO C.P.I.:

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

Processo	Início de vigência	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
1747015	2005.04.22	2019.10.22	JANSSEN BIOTECH, INC.	US	
2113476	2009.04.22	2019.10.22	GLOMOT-PENOT SYSTEMES	FR	
2129255	2008.04.22	2019.10.22	LA TETE DANS LES ETOILES SA	CH	
2560897	2011.04.22	2019.10.22	MACCHIAVELLI S.R.L.	IT	
2956347	2014.04.22	2019.10.22	SIEMENS AKTIENGESELLSCHAFT	DE	

Caducidades por limite de vigência - Patente europeia - MM3A

Processo	Início de vigência	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
1000883	1999.10.22	2019.10.22	MATÉRIEL POUR L' ARBORICULTURE FRUITIÈRE	FR	
1065445	1999.10.22	2019.10.22	BAXI S.P.A.	IT	
1123387	1999.10.22	2019.10.22	INSTITUTE OF VIROLOGY SLOVAK ACADEMY OF SCIENCES	SK	
1124546	1999.10.22	2019.10.22	BIONICHE TEORANTA	IE	
1124961	1999.10.22	2019.10.22	KIRIN-AMGEN INC.	US	
1198402	1999.10.22	2019.10.22	YOUNG MICROBRUSH LLC	US	
1222160	1999.10.22	2019.10.22	RICHTER GEDEON VEGYESZETI GYAR R.T.	HU	
1783222	1999.10.22	2019.10.22	KIRIN-AMGEN INC.	US	
2319928	1999.10.22	2019.10.22	KIRIN-AMGEN, INC.	US	

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

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
107398	2019.10.25	MARIA JOÃO ROMÃO VIANA FEDERICA SANDRI ENRICO SANDRI	PT IT IT	THORN ASSETS, LDA.	PT	

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

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
1539116	2019.10.25	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM VETMEDICA, INC.	US	
1610613	2019.10.25	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM VETMEDICA, INC.	US	
1713326	2019.10.25	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM VETMEDICA, INC.	US	
1734992	2019.10.25	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM VETMEDICA, INC.	US	
1799878	2019.10.24	CALYXO GMBH	DE	TS GROUP GMBH	DE	
1869471	2019.10.25	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM VETMEDICA, INC.	US	
1881845	2019.10.25	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM VETMEDICA, INC.	US	
1951374	2019.10.24	MAELOR LABORATORIES LIMITED MERIAL, INC.	GB US	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC. MAELOR LABORATORIES LIMITED	US GB	
1962794	2019.10.25	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM VETMEDICA, INC.	US	
1988903	2019.10.24	MAELOR LABORATORIES LIMITED MERIAL INC.	GB US	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC. MAELOR LABORATORIES LIMITED	US GB	
2035390	2019.10.25	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM VETMEDICA, INC.	US	
2076157	2019.10.25	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM VETMEDICA, INC.	US	
2155699	2019.10.25	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM VETMEDICA, INC.	US	
2629791	2019.10.24	AVENTIS AGRICULTURE MERIAL, INC.	FR	AVENTIS AGRICULTURE	FR	
2713799	2019.10.24	AUGENOPTIK- U. HÖRGERÄTEAKUSTIK RIEDEL GMBH BRILLEN-STUBE	DE	NEUROTH AG	AT	
2755473	2019.10.24	MERIAL, INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA INC.	US	
2785719	2019.10.24	MERIAL, INC.	US	BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA	US	

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
2811998	2019.10.24	MERIAL, INC.	US	INC. BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA	US	
2814508	2019.10.24	MERIAL, INC.	US	INC. BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA	US	
2874656	2019.10.24	MERIAL, INC.	US	INC. BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA	US	
2895465	2019.10.24	MERIAL, INC.	US	INC. BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA	US	
2922845	2019.10.24	MERIAL, INC.	US	INC. BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA	US	
2950795	2019.10.24	MERIAL, INC.	US	INC. BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA	US	
3157912	2019.10.24	MERIAL, INC.	US	INC. BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH USA	US	

CERTIFICADOS COMPLEMENTARES DE PROTECÇÃO

Pedidos e avisos de concessão

Processo	Tipo de dado	Conteúdo dos dados	País resid.
862	(68) – Patente de Base (22) – Data do Pedido Data da Concessão (94) – Prazo de Validade Titulares (54) – Título da Invenção (95) – Prod. (medicamento) (92) – Aut. Com. Nacional	PTE, 2279753 D, de 2002.10.09 2017.11.21 2019.10.28 Início em: 2022.10.10, e fim em: 2027.10.09 Nome: NOVO NORDISK A/S REMODELAÇÃO E GLICOCONJUGAÇÃO DE PÉPTIDOS NONACOG BETA PEGOL Data: 2017.06.07, País: PT, Número: C(2017)3956	DK
944	(68) – Patente de Base (22) – Data do Pedido Data da Concessão (94) – Prazo de Validade Titulares (54) – Título da Invenção (95) – Prod. (medicamento) (92) – Aut. Com. Nacional	PTE, 1744764 R, de 2005.04.22 2018.11.28 2019.10.28 Início em: 2025.04.23, e fim em: 2030.04.22 Nome: CELATOR PHARMACEUTICALS, INC. FORMULAÇÕES LIPOSSÓMICAS DE AGENTES ANTRACICLINA E ANÁLOGOS DE CITIDINA DAUNORRUBICINA, CITARABINA Data: 2018.08.27, País: PT, Número: C(2018)5695	US

Caducidades por limite de vigência

Processo	Início de vigência	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
193	2016.08.22	2019.10.22	MERUS LABS LUXCO II S.À.R.L.	LU	

Pedidos

Processo	Tipo de dado	Conteúdo dos dados	País resid.
992	(68) – Patente de Base (22) – Data do Pedido Titulares (54) – Título da Invenção (95) – Prod. (medicamento) (92) – Aut. Com. Nacional	PTE, 2257311 Z, de 2009.02.26 2019.10.09 Nome: NOVO NORDISK A/S MOLÉCULAS DO FACTOR VIII CONJUGADO TUROCTOCOG ALFA PEGOL Data: 2019.06.24, País: PT, Número: C(2019)4851	DK
993	(68) – Patente de Base (22) – Data do Pedido Titulares (54) – Título da Invenção (95) – Prod. (medicamento) (92) – Aut. Com. Nacional	PTE, 2152868 K, de 2008.05.23 2019.10.10 Nome: BIOMARIN PHARMACEUTICAL INC. COMPOSIÇÕES DE AMÓNIA-LIASE DE FENILALANINA PROCARIÓTICA E MÉTODOS DE UTILIZAÇÃO DAS REFERIDAS COMPOSIÇÕES PEGVALIASE Data: 2019.05.08, País: PT, Número: C(2019)3571	US

DESENHOS OU MODELOS**Concessões - FG4Y**

Processo	Início de vigência	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classificação principal	Observações
5972	2019.07.22	2019.10.29	LUIS MANUEL ILISIÁRIO PEREIRA	PT	06-03	
5979	2019.07.26	2019.10.29	FLOWCO, LDA	PT	26-05	
5982	2019.07.31	2019.10.29	RUI SÉRGIO SEABRA MOREIRA GOMES	PT	25-03	

Caducidades por falta de pagamento de taxa - MM4Y

Processo	Início de vigência	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
3605	2014.04.22	2019.10.22	IDEIA ILIMITADA, ATELIER DE DESIGN LIMITADA	PT	
3606	2014.04.22	2019.10.22	PEDRO MIGUEL OLIVEIRA RODRIGUES DIAS DA SILVA	PT	

REGISTO NACIONAL DE MARCAS

Pedidos

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

(210) **631564** MNA

(220) 2019.10.09

(300)

(730) **PT AROUND VICTORY UNIPessoal LDA**

(511) 41 ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS; COMPETIÇÕES E TORNEIOS DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO DE TORNEIOS DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES; ATIVIDADES DESPORTIVAS; ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES DESPORTIVAS E DE COMPETIÇÕES DESPORTIVAS; ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES E COMPETIÇÕES DESPORTIVAS; ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES DESPORTIVAS E DE COMPETIÇÕES; ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES OU COMPETIÇÕES DESPORTIVAS; ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES DESPORTIVAS; SERVIÇOS DE ACADEMIA DE FUTEBOL; SERVIÇOS DE CLUBES DE DESPORTO; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES DE FUTEBOL; ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE JOGOS DE FUTEBOL; FORMAÇÃO DESPORTIVA; FORNECIMENTO DE COMPETIÇÕES DESPORTIVAS; GESTÃO DE EVENTOS PARA CLUBES DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO DE ACONTECIMENTOS DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES DESPORTIVAS E EVENTOS; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES DESPORTIVAS E ACONTECIMENTOS DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES DESPORTIVAS E EVENTOS DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES DESPORTIVAS; ORGANIZAÇÃO DE DESPORTOS E DE EVENTOS DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS E COMPETIÇÕES; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS NO DOMÍNIO DO FUTEBOL; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE COMPETIÇÕES DESPORTIVAS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO, PLANEAMENTO E REALIZAÇÃO DE JOGOS DE FUTEBOL; ORGANIZAÇÃO, PLANEAMENTO E DIREÇÃO DE COMPETIÇÕES DESPORTIVAS; ORGANIZADORES DE EVENTOS DESPORTIVOS E DE COMPETIÇÕES DESPORTIVAS; PLANEAMENTO DE EVENTOS DESPORTIVOS; PRESTAÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS; PRODUÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS; REALIZAÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS; SERVIÇOS DE DESPORTO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO DESPORTIVO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE EVENTOS DESPORTIVOS

(591)

(540)



(531) 1.15.9 ; 2.1.8 ; 7.5.9

(210) **631623** MNA

(220) 2019.10.11

(300)

(730) **PT MAURO LUCIANO RODRIGUES ABRANTES**

(511) 33 VINHO BRANCO; VINHO DE UVAS; VINHO ESPUMANTE DE UVAS; VINHOS ALCOÓLICOS; VINHOS COM BAIXO TEOR DE ÁLCOOL; VINHOS DE DENOMINAÇÕES DE ORIGEM PROTEGIDAS; VINHOS DE MESA; BEBIDAS À BASE DE VINHO; BEBIDAS QUE CONTÊM VINHO [SPRITZERS]; VINHO TINTO; VINHOS COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA; VINHOS ESPUMANTES; VINHOS ROSÉ

(591)

(540)

ALICE MANUEL

(210) **631770** MNA

(220) 2019.10.14

(300)

(730) **PT PRÁTICO LAR, UNIPessoal LDA**

(511) 04 CERA PARA ILUMINAÇÃO; LAMPARINAS [VELAS]; CÍRIOS; CÍRIOS PARA ILUMINAÇÃO; VELAS, CANDEIAS, CÍRIOS [ILUMINAÇÃO]
05 PRODUTOS BIOLÓGICOS PARA USO MEDICINAL; CHÁS MEDICINAIS; TISANAS PARA FINS MEDICINAIS

- 20 BUSTOS EM MADEIRA; BUSTOS EM CERA; CRUCIFIXOS DE MADEIRA, CERA, GESSO OU PLÁSTICO, NÃO SENDO ARTIGOS DE JOALHARIA; ESCULTURAS DE MADEIRA; ESTÁTUAS EM MADEIRA, CERA, GESSO OU MATÉRIAS PLÁSTICAS; ESTATUETAS EM MINIATURA [PLÁSTICO]; ESTATUETAS EM GESSO; ESTÁTUAS ORNAMENTAIS EM MADEIRA; ESTÁTUAS EM MADEIRA; FIGURAS EM MADEIRA; FIGURAS EM MADEIRA, CERA, GESSO OU PLÁSTICO; OBJETOS DE ARTE EM MADEIRA, CERA, GESSO OU MATÉRIAS PLÁSTICAS; CRUCIFIXOS EM MADEIRA, EM CERA, EM GESSO OU EM MATÉRIAS PLÁSTICAS, SEM SEREM JOALHARIA; BUSTOS EM MADEIRA, EM CERA, EM GESSO OU EM MATÉRIAS PLÁSTICAS
- 44 MASSAGENS; MASSAGENS COM PEDRAS QUENTES; SERVIÇOS DE MASSAGENS; MASSAGISTAS

(591) CINZENTO

(540)



ESSÊNCIA DE PRÁTICO LAR

(531) 2.9.4 ; 26.3.1 ; 26.3.10

(210) **631924**
(220) 2019.10.17
(300)

MNA

(730) **PT SPORT ALGÉS E DAFUNDO**
(511) 28 ARTIGOS DE DESPORTO

35 AFIXAÇÃO DE CARTAZES; AFIXAÇÃO DE CARTAZES PUBLICITÁRIOS; AGÊNCIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS; AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE; AGENTES PUBLICITÁRIOS; ANGARIAÇÃO DE PATROCÍNIOS; ANÚNCIOS CLASSIFICADOS; ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS ONLINE; APOIO COMERCIAL EM MATÉRIA DE IDENTIDADE CORPORATIVA; APRESENTAÇÃO DE COMPANHIAS ATRAVÉS DA INTERNET E DE OUTROS MEIOS DE COMUNICAÇÃO; APRESENTAÇÃO DE EMPRESAS E DE SEUS BENS E SERVIÇOS ATRAVÉS DA INTERNET; CAMPANHAS DE MERCADO; COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS; ATUALIZAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS PARA TERCEIROS; COLOCAÇÃO DE PUBLICIDADE

41 DESPORTO E FORMA FÍSICA; AULAS DE DESPORTO; ENSINO DE DESPORTOS; ENSINO NA ÁREA DO DESPORTO; ENSINO, TREINO E INSTRUÇÃO DE DESPORTOS; FORMAÇÃO DE PROFESSORES DE DESPORTO; ADMINISTRAÇÃO [ORGANIZAÇÃO] DE COMPETIÇÕES; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES; ORGANIZAÇÃO DE TORNEIOS DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES; SERVIÇOS RELACIONADOS COM A ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES [EDUCAÇÃO OU DIVERTIMENTO]; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES DE DIVERTIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES [EDUCAÇÃO OU DIVERTIMENTO]

(591) VERDE;BRANCO;

(540)



(531) 27.99.1 ; 29.1.3

(210) **631905**
(220) 2019.10.16
(300)

MNA

(730) **PT LUIS FILIPE BATISTA PINHEIRO**

(511) 35 COMPRA E VENDA DE PEÇAS E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS

37 MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMÓVEIS

(591)

(540)



PEÇAS E REPARAÇÕES AUTO

(531) 1.1.2 ; 1.1.99 ; 24.7.1 ; 26.4.1 ; 26.4.9 ; 27.5.10 ; 27.99.2 ; 27.99.12

(210) **631925**
(220) 2019.10.17
(300)

MNA

(730) **PT ALEXANDRINO MATIAS & Cª. SA**

(511) 35 COMERCIALIZAÇÃO DE PEÇAS DE DESGASTE E DE SUBSTITUIÇÃO PARA TODO O TIPO DE MÁQUINAS

(591)

(540)

AMC-COMÉRCIO E SERVIÇOS

(210) **631928** MNA (591)
 (220) 2019.10.17 (540)
 (300)
 (730) **PT SPORT ALGES E DAFUNDO**

(511) 28 ARTIGOS DE DESPORTO
 35 AFIXAÇÃO DE CARTAZES; AFIXAÇÃO DE
 CARTAZES PUBLICITÁRIOS; AGÊNCIA DE
 RELAÇÕES PÚBLICAS; AGÊNCIAS DE
 PUBLICIDADE; AGENTES PUBLICITÁRIOS;
 ANGARIAÇÃO DE PATROCÍNIOS; ANÚNCIOS
 PUBLICITÁRIOS ONLINE; APOIO COMERCIAL EM
 MATÉRIA DE IDENTIDADE CORPORATIVA;
 APRESENTAÇÃO DE COMPANHIAS ATRAVÉS DA
 INTERNET E DE OUTROS MEIOS DE
 COMUNICAÇÃO; APRESENTAÇÃO DE EMPRESAS E
 DE SEUS BENS E SERVIÇOS ATRAVÉS DA
 INTERNET; CAMPANHAS DE MERCADO;
 COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS; ANÚNCIOS
 CLASSIFICADOS; COLOCAÇÃO DE PUBLICIDADE
 41 DESPORTO E FORMA FÍSICA; ATIVIDADES
 DESPORTIVAS E CULTURAIS; EDUCAÇÃO E
 FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES
 RECREATIVAS; ORGANIZAÇÃO DE ATUAÇÕES AO
 VIVO; ORGANIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS,
 EXPOSIÇÕES E COMPETIÇÕES; ORGANIZAÇÃO DE
 ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS
 COM FINS CULTURAIS, RECREATIVOS E
 DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE
 ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE TORNEIOS
 RECREATIVOS; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE
 CLUBES DE ENTRETENIMENTO; PRODUÇÃO DE
 EVENTOS AO VIVO

(591) verde;branco;

(540)



(531) 27.99.1 ; 29.1.3

(210) **631946** MNA
 (220) 2019.10.17
 (300)
 (730) **PT NOVA SABORES SANTA CLARA, LDA.**

(511) 43 DISPONIBILIZAÇÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS EM
 BISTRÔS; DISPONIBILIZAÇÃO DE ALIMENTOS E
 BEBIDAS EM PASTELARIAS; DISPONIBILIZAÇÃO
 DE ALIMENTOS E BEBIDAS EM BARES, CAFÉS,
 PASTELARIAS, RESTAURANTES, BISTROS
 DISPONIBILIZAÇÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS EM
 SERVIÇOS DE CAFETARIA DE LOJAS
 TRADICIONAIS; SUPERMERCADOS, EM
 PARTICULAR DISPONIBILIZAÇÃO DAS SEGUINTE
 BEBIDAS E ALIMENTOS: PASTELARIA,

PASTELARIA TRADICIONAL, BOLOS, BOLACHAS,
 DOCES, REBUÇADOS, REBUÇADOS DE OVO,
 BEBIDAS ALCOÓLICAS, VINHOS, VINHO DO PORTO,
 GINS, CHÁS, TISANAS, CAFÉS, LICORES, LICOR DE
 CAFÉ, LICORES DE ERVAS, LICORES DE FRUTOS,
 XAROPES, FRUTOS SECOS, FRUTOS SECOS
 PROCESSADOS.



SABORES SANTA CLARA

(531) 15.7.4 ; 15.7.7 ; 27.5.1

(210) **631997** MNA

(220) 2019.10.17

(300)

(730) **PT CÁLCULOS E PROGNÓSTICOS, LDA**

(511) 41 ACAMPAMENTOS DE VERÃO [ENTRETENIMENTO E
 EDUCAÇÃO]; ATIVIDADES CULTURAIS;
 ATIVIDADES DE DIVERSÃO, DESPORTIVAS E
 CULTURAIS; CABARÉS E DISCOTECAS; CLUBES
 DE FÂS; CLUBES NOTURNOS; CONCERTOS DE
 MÚSICA; CONCERTOS DE MÚSICA AO VIVO;
 CONCURSOS DE TELEVISÃO; DISC JOCKEYS PARA
 FESTAS E EVENTOS ESPECIAIS; DISCOTECAS;
 DISPONIBILIZAÇÃO DE EQUIPAMENTO PARA
 KARAOKE ; DISPONIBILIZAÇÃO DE
 EQUIPAMENTO DE KARAOKE; DISPONIBILIZAÇÃO
 DE EVENTOS RECREATIVOS; DIVERTIMENTO;
 DIVERTIMENTO, ATIVIDADES DESPORTIVAS E
 CULTURAIS; DIVERTIMENTO ATRAVÉS DE RÁDIO;
 DIVERTIMENTO ATRAVÉS DE CONCERTOS;
 DIVERTIMENTO SOB A FORMA DE ESPETÁCULOS
 DE DANÇA; DIVERTIMENTO TELEVISIVO E
 RADIOFÔNICO; DIVERTIMENTO TELEVISIVO;
 EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO; ESPETÁCULOS DE
 GRUPOS AO VIVO; ESPETÁCULOS DE BANDAS DE
 MÚSICA AO VIVO; ESPETÁCULOS DE CABARÉ E
 DE VARIEDADES; ESPETÁCULOS DE MÚSICA;
 ESPETÁCULOS DE MÚSICA AO VIVO;
 ESPETÁCULOS DE VARIEDADES; ESPETÁCULOS
 MÚSICAIS; ESPETÁCULOS MÚSICAIS AO VIVO;
 ESTÚDIOS DE DANÇA; EVENTOS DE DANÇA;
 EXIBIÇÃO DE ESPETÁCULOS AO VIVO;
 EXPLORAÇÃO DE INSTALAÇÕES RECREATIVAS;
 EXPLORAÇÃO DE INSTALAÇÕES RECREATIVAS DE
 UM CLUBE; FORNECIMENTO DE ATIVIDADES
 RECREATIVAS; FORNECIMENTO DE ATIVIDADES
 CULTURAIS; FORNECIMENTO DE
 ENTRETENIMENTO AO VIVO; FORNECIMENTO DE
 ENTRETENIMENTO MUSICAL; FORNECIMENTO DE
 ESPETÁCULOS AO VIVO; FORNECIMENTO DE
 ESCORREGAS AQUÁTICOS PARA FINS
 RECREATIVOS; FORNECIMENTO DE PARQUES DE
 DIVERSÕES; FORNECIMENTO DE SALAS DE SLOT
 MACHINES; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS
 DESPORTIVOS E RECREATIVOS; GESTÃO
 ARTÍSTICA DE ESPETÁCULOS DE TEATRO;
 GESTÃO ARTÍSTICA DE ESPETÁCULOS MÚSICAIS;
 INFORMAÇÃO NA ÁREA DO ENTRETENIMENTO;
 JOGOS DE AZAR; JOGOS E APOSTAS; MUSIC-
 HALL; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES PARA
 FINS DE DIVERTIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE
 ATIVIDADES RECREATIVAS DE GRUPO;
 ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES RECREATIVAS;
 ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE
 ENTRETENIMENTO PARA COLÓNIAS DE FÉRIAS;
 ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES DESPORTIVAS
 PARA COLÓNIAS DE FÉRIAS; ORGANIZAÇÃO DE

ATIVIDADES EDUCATIVAS PARA COLÓNIAS DE FÉRIAS; ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES CULTURAIS PARA COLÓNIAS DE FÉRIAS; ORGANIZAÇÃO DE ATUAÇÕES AO VIVO; ORGANIZAÇÃO DE CONCERTOS; ORGANIZAÇÃO DE CONCERTOS MÚSICAIS; ORGANIZAÇÃO DE CONCURSOS; ORGANIZAÇÃO DE CONCURSOS DE BELEZA; ORGANIZAÇÃO DE CONCURSOS MÚSICAIS; ORGANIZAÇÃO DE CONCURSOS DE ENTRETENIMENTO POR TELEFONE; ORGANIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS, EXPOSIÇÕES E COMPETIÇÕES; ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS E CONFERÊNCIAS COM FINS CULTURAIS E EDUCATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE DEMONSTRAÇÕES PARA FINS DE ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE DESFILES; ORGANIZAÇÃO DE DESFILES DE BELEZA; ORGANIZAÇÃO DE DIVERTIMENTO VISUAL E MUSICAL; ORGANIZAÇÃO DE DIVERTIMENTO MUSICAL; ORGANIZAÇÃO DE DIVERTIMENTOS VISUAIS; ORGANIZAÇÃO DE ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE ENTRETENIMENTO PARA FESTAS DE ANIVERSÁRIO; ORGANIZAÇÃO DE ESPECTÁCULOS DE ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS EM PALCO; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS PARA FINS CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS PARA FINS DE ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE COMÉDIA; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE MÚSICA; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS MÚSICAIS; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS AÉREOS; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE PATINAGEM NO GELO PARA PÚBLICO AO VIVO; ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS MÚSICAIS AO VIVO; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS COM FINS CULTURAIS, RECREATIVOS E DESPORTIVOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS CULTURAIS E ARTÍSTICOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE DANÇA; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS MÚSICAIS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS PARA FINS RECREATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE FESTAS; ORGANIZAÇÃO DE FESTAS [DIVERTIMENTO]; ORGANIZAÇÃO DE FESTAS PARA FINS EDUCACIONAIS; ORGANIZAÇÃO DE FESTAS PARA FINS DE ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE FESTAS PARA FINS CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS RECREATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS PARA FINS CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE FESTAS PARA FINS RECREATIVOS; ORGANIZAÇÃO DEFESTIVAIS; ORGANIZAÇÃO DE FESTIVAIS PARA FINS RECREATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE FESTIVAIS PARA FINS DE DIVERTIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE FESTIVAIS PARA FINS CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE SERVIÇOS DE DIVERTIMENTO; ORGANIZAÇÃO E APRESENTAÇÃO DE ESPECTÁCULOS; ORGANIZAÇÃO E APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS EM DIRETO; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE CONCERTOS MÚSICAIS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE CONCERTOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE FESTAS [ENTRETENIMENTO]; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE BAILES; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE FEIRAS COM FINS CULTURAIS OU EDUCATIVOS; PARQUES DE DIVERSÃO; PLANEAMENTO DE ESPETÁCULOS; PLANEAMENTO DE FESTAS; PLANEAMENTO DE FESTAS [DIVERTIMENTO]; PLANEAMENTO DE FESTAS [ENTRETENIMENTO]; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO PARA DIFUSÃO; PREPARAÇÃO DE PROGRAMAS DE DIVERTIMENTO PARA TRANSMISSÃO; PREPARAÇÃO DE TEXTOS PARA PUBLICAÇÃO; PRESTAÇÃO DE AUDIÇÕES PARA ESPETÁCULOS DE JOGOS TELEVISIVOS; PREPARAÇÃO, DIREÇÃO

E ORGANIZAÇÃO DE CONCERTOS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE ENTRETENIMENTO E EVENTOS RECREATIVOS ATRAVÉS DE REDES ONLINE E INTERNET; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE TELEVISÃO; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO MUSICAL POR GRUPOS INSTRUMENTAIS; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ATRAVÉS DE FILMES DE VÍDEO; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE CLUBES DE ENTRETENIMENTO; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE MÚSICA GRAVADA; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE ÁUDIO E VÍDEO, E FOTOGRAFIA; PRODUÇÃO DE ÁUDIO, VÍDEO E MULTIMÉDIA, E FOTOGRAFIA; PRODUÇÃO DE CABARETS; PRODUÇÃO DE CONCERTOS DE MÚSICA; PRODUÇÃO DE DOCUMENTÁRIOS; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS AO VIVO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS CÉNICOS; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TEATRO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE COMÉDIA; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE ENTRETENIMENTO COM CANTORES; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE MÚSICA; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE PATINAGEM NO GELO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE ENTRETENIMENTO COM DANÇARINOS E CANTORES; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE ENTRETENIMENTO COM DANÇARINOS; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS EM PALCO; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS E PROGRAMAS TELEVISIVOS E RADIOFÓNICOS; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS EM PARQUES DE DIVERSÕES; PRODUÇÃO DE EVENTOS AO VIVO; PRODUÇÃO DE EVENTOS DE ENTRETENIMENTO AO VIVO; PRODUÇÃO DE PEÇAS DE TEATRO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO AO VIVO PARA ENTRETENIMENTO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE RÁDIO OU DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO AO VIVO PARA FINS EDUCATIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO AO VIVO; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE JOGOS TELEVISIVOS; PRODUÇÃO DE PROGRAMAS TELEVISIVOS E RADIOFÓNICOS; PRODUÇÃO DE SHOWS TEATRAIS; PRODUÇÃO DE TELEVISÃO E DE PROGRAMAS DE RÁDIO; REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES CULTURAIS; REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE ENTRETENIMENTO; REALIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS AO VIVO; REALIZAÇÃO DE EVENTOS CULTURAIS; REALIZAÇÃO DE EVENTOS RECREATIVOS; REALIZAÇÃO DE FESTIVAIS DE CINEMA; REALIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE ENTRETENIMENTO; RÉCITAIS DE MÚSICA; REDAÇÃO MUSICAL; REPORTAGENS FOTOGRÁFICAS; REPRESENTAÇÕES TEATRAIS; REPRESENTAÇÕES TEATRAIS, ESPETÁCULOS MÚSICAIS; SERVIÇOS DE ACESSORIA RELACIONADOS COM DIVERTIMENTO; SERVIÇOS DE CLUBE NOTURNO [ENTRETENIMENTO]; SERVIÇOS DE CLUBE [DISCOTECA]; SERVIÇOS DE CLUBE SOCIAL PARA FINS DE ENTRETENIMENTO; SERVIÇOS DE CLUBES DE DANÇA; SERVIÇOS DE CLUBES DE ENTRETENIMENTO; SERVIÇOS DE DISC JOCKEY [DJ]; SERVIÇOS DE DISC JOCKEY; SERVIÇOS DE DIVERTIMENTO, EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO; SERVIÇOS DE DIVERTIMENTO SOB A FORMA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO DE RÁDIO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO; SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO ON-LINE; WORKSHOPS PARA FINS CULTURAIS; WORKSHOPS PARA FINS RECREATIVOS.

(591)
(540)

MARACATU

(531) 27.5.2

(591) azul, branco,preto;
(540)

Presticlean
FACILITY SERVICES

(531) 26.1.6

(210) **632038** MNA

(220) 2019.10.19

(300)

(730) **PT HELENA MARIA DOS SANTOS FERNANDES**

(511) 35 SERVIÇOS GROSSISTAS RELACIONADOS COM PRODUTOS DE LIMPEZA

37 FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS AOS SERVIÇOS DE LIMPEZA DE JANELAS; LIMPEZA A CONTRATO DE FÁBRICAS; LIMPEZA ATRAVÉS DE ACESSO INDUSTRIAL POR MEIO DE CORDAS; LIMPEZA DE ÁGUAS-FURTADAS; LIMPEZA DE CASAS RESIDENCIAIS; LIMPEZA DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA DE EDIFÍCIOS DE ESCRITÓRIOS E ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS; LIMPEZA DE EDIFÍCIOS [INTERIOR]; LIMPEZA DE EDIFÍCIOS PÚBLICOS; LIMPEZA DE EDIFÍCIOS [SUPERFÍCIES EXTERIORES]; LIMPEZA DE ESCOLAS; LIMPEZA DE ESTRUTURAS; LIMPEZA DE FÁBRICAS; LIMPEZA DE FACHADAS; LIMPEZA DE FACHADAS DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA DE GALERIAS DE ESCOAMENTO; LIMPEZA DE HOSPITAIS; LIMPEZA DE HOTÉIS; LIMPEZA DE INSTALAÇÕES COMERCIAIS; LIMPEZA DE INSTALAÇÕES DOMÉSTICAS; LIMPEZA DE INTERIORES DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA DE LOCAIS DE EVENTOS ANTES E DEPOIS DESTES; LIMPEZA DE LOJAS; LIMPEZA DE PLANTAS INDUSTRIAIS; LIMPEZA DE SUPERFÍCIES DE SOALHO; LIMPEZA DE SUPERFÍCIES DE TETOS; LIMPEZA DE SUPERFÍCIES EXTERIORES DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA DE SUPERFÍCIES EXTERIORES DE PAREDES; LIMPEZA DE SUPERFÍCIES INTERIORES DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA DE TETOS ACÚSTICOS; LIMPEZA DE VALAS; LIMPEZA DOMÉSTICA; LIMPEZA EXTERIOR DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA INDUSTRIAL DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA INDUSTRIAL EM PROFUNDIDADE DE INSTALAÇÕES COMERCIAIS DE CATERING; SERVIÇOS CONTRATADOS DE LIMPEZA PARA CENTROS DE LAZER; SERVIÇOS CONTRATADOS DE LIMPEZA PARA ESCRITÓRIOS; SERVIÇOS CONTRATADOS DE LIMPEZA PARA CLUBES; SERVIÇOS DE LIMPEZA DE ESCRITÓRIOS; SERVIÇOS DE LIMPEZA DE TETOS; SERVIÇOS DE LIMPEZA DOMÉSTICA; SERVIÇOS DE LIMPEZA E DE PORTARIA; SERVIÇOS DOMÉSTICOS [SERVIÇOS DE LIMPEZA]; EXTERMINAÇÃO, DESINFESTAÇÃO E CONTROLO DE PRAGAS

44 ASSESSORIA EM MATÉRIA DE JARDINAGEM; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES SOBRE JARDINAGEM; INFORMAÇÕES E ASSESSORIA EM MATÉRIA DE JARDINAGEM; JARDINAGEM; JARDINAGEM PAISAGISTA; JARDINAGEM PAISAGÍSTICA; JARDINAGEM PAISAGÍSTICA RELACIONADA COM ARRANJOS FLORAIS PARA INTERIORES DE EDIFÍCIOS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM A JARDINAGEM AQUÁTICA; SERVIÇOS DE JARDINEIRO E JARDINAGEM

(210) **632052** MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT FUNDAÇÃO PARA A PROTECÇÃO E GESTÃO AMBIENTAL DAS SALINAS DO SAMOUÇO**

(511) 41 ORGANIZAÇÃO DE FESTIVAIS; ORGANIZAÇÃO DE FESTIVAIS PARA FINS EDUCATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE FESTIVAIS PARA FINS RECREATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE VISITAS PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE VISITAS EDUCATIVAS GUIADAS; REALIZAÇÃO DE VISITAS GUIADAS; WORKSHOPS PARA FINS EDUCATIVOS; WORKSHOPS PARA FINS RECREATIVOS; WORKSHOPS PARA FINS CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES COM FINS EDUCATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES PARA FINS CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES PARA FINS CULTURAIS OU EDUCATIVOS

(591)

(540)



(531) 3.7.7 ; 3.7.24 ; 3.7.99 ; 26.13.25 ; 27.5.10

(210) **632058** MNA

(220) 2019.10.18

(300)

(730) **PT MARIA CRISTINA AMARAL MARQUES**

(511) 39 ALUGUER DE AUTOCARAVANAS

(591)

(540)



(531) 27.5.4 ; 27.5.10

(210) **632076** MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT RICARDO FERREIRA VALINS**

(511) 35 DISPONIBILIZAÇÃO DE UM ESPAÇO DE MERCADO ONLINE PARA COMPRADORES E VENDEDORES DE PRODUTOS E SERVIÇOS; ALUGUER DE ESPAÇOS PUBLICITÁRIOS ONLINE; ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS ONLINE; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES ONLINE SOBRE NEGÓCIOS E ACTIVIDADES COMERCIAIS; ORGANIZAÇÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS PARA OUTROS ATRAVÉS DE LOJAS ONLINE; PROMOÇÃO DE OBRAS DE ARTE DE TERCEIROS ATRAVÉS DO FORNECIMENTO DE PORTEFÓLIOS ONLINE NUM SÍTIO WEB; PROMOÇÃO, PUBLICIDADE E MARKETING DE PÁGINAS ONLINE

(591)

(540)



(531) 3.7.3 ; 7.1.8 ; 25.1.9 ; 27.5.1

ESPETÁCULOS DE DANÇA; APRESENTAÇÃO DE ESPETÁCULOS AO VIVO DE DANÇA; APRESENTAÇÕES DE DANÇA (ORGANIZAÇÃO DE-); DIVERTIMENTO SOB A FORMA DE ESPETÁCULOS DE DANÇA; ENSINO DE DANÇA; ENSINO DE DANÇA PARA ADULTOS; ENSINO DE DANÇA PARA CRIANÇAS; ENTRETENIMENTO SOB A FORMA DE ESPETÁCULOS DE DANÇA AO VIVO; ESCOLAS DE DANÇA; ESPETÁCULOS DE DANÇA AO VIVO; ESPETÁCULOS DE DANÇA, MÚSICA E TEATRO; ESTÚDIOS DE DANÇA; EVENTOS DE DANÇA; EXIBIÇÕES DE DANÇA MASCULINA; FORNECIMENTO DE AULAS DE DANÇA; FORNECIMENTO DE INSTALAÇÕES PARA DANÇA; FORNECIMENTO DE INSTALAÇÕES DE DANÇA; INSTALAÇÕES PARA AERÓBICA E DANÇA; INSTRUÇÕES RELATIVAS À DANÇA DO VARÃO; OFERTA DE SERVIÇOS DE FORMAÇÃO NO DOMÍNIO DA DANÇA; ORGANIZAÇÃO DE CONCURSOS DE DANÇA; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE DANÇA; ORGANIZAÇÃO DE EXIBIÇÕES DE DANÇA; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE ENTRETENIMENTO COM DANÇARINOS E CANTORES; PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE ENTRETENIMENTO COM DANÇARINOS; SERVIÇOS DE CLUBES DE DANÇA; SERVIÇOS DE DANÇAS EXÓTICAS; SERVIÇOS EDUCATIVOS RELACIONADOS COM A DANÇA

43 FORNECIMENTO DE INSTALAÇÕES PARA CONGRESSOS; SERVIÇOS DE CATERING DE ALIMENTOS E BEBIDAS PARA CENTROS DE CONGRESSOS

(591)

(540)



(531) 27.5.1

(210) **632078** MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT VALDEMAR SÉRGIO AMARAL FERREIRA**

PT DALILA PAULA VASCONCELOS FERREIRA LOPES

(511) 41 ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS EDUCATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS E CONFERÊNCIAS COM FINS CULTURAIS E EDUCATIVOS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS E CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS, CONGRESSOS E SIMPÓSIOS; PREPARAÇÃO, DIREÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE EVENTOS DE CONGRESSOS; REALIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS E CONGRESSOS; SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO E CONSULTORIA EM MATÉRIA DE PREPARAÇÃO, CELEBRAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS; APRESENTAÇÃO DE COREOGRAFIAS DE DANÇA; APRESENTAÇÃO DE

(210) **632080** MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT SILVIA CARVALHO PEREIRA DIOGO**

(511) 44 SERVIÇOS DE TERAPIAS DE BELEZA; SERVIÇOS DE ESTÉTICA

(591) laranja - RGB 165C; Verde Agua -RGB 346C;

(540)



(531) 2.3.1 ; 5.5.16 ; 27.5.1 ; 29.1.3 ; 29.1.98

- (210) **632082** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT ALEXANDRE FREITAS FERREIRA
 PACHECO**
 (511) 38 FORNECIMENTO DE ACESSO A PLATAFORMAS DE
 INTERNET
 (591) preto, azul, cinza;
 (540)



- (531) 17.1.8 ; 27.5.1 ; 29.1.4

- (210) **632084** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT TERRAMOTO DE IDEIAS UNIPessoal
 LDA**

- (511) 28 BRINQUEDOS, JOGOS, ARTIGOS DE BRINCAR E DE
 FESTA; COMANDOS DE JOGOS; COMANDOS PARA
 JOGOS; COMANDOS PARA CONSOLAS DE JOGOS;
 COMANDOS DE JOGOS PARA COMPUTADORES;
 COMANDOS PARA MÁQUINAS DE JOGOS DE
 VÍDEO; CONSOLAS DE JOGOS; CONSOLAS DE
 JOGOS PORTÁTEIS; CONTROLADORES PARA
 MÁQUINAS DE JOGOS DE VÍDEO; EQUIPAMENTOS
 DE JOGOS ELETRÓNICOS; ESTOJOS PARA
 MÁQUINAS DE JOGOS DE VÍDEO; JOGOS; JOGOS
 DE ALVOS; JOGOS DE AÇÃO DE HABILIDADE;
 JOGOS DE ARCADE; JOGOS DE ARCADE DE
 BASQUETEBOL; JOGOS DE CARROS DE CORRIDA;
 JOGOS DE BASQUETEBOL DE MESA; JOGOS DE
 CARTAS; JOGOS DE COMPUTADOR ALIMENTADOS
 A BATERIA COM UM ECRÃ LCD; JOGOS DE
 CONSTRUÇÃO; JOGOS DE DADOS; JOGOS DE
 DADOS JAPONÊSES (SUGOROKU); JOGOS DE
 DAMAS; JOGOS DE DARDOS; JOGOS DE DARDOS
 ELETRÓNICOS; JOGOS DE DESEMPENHO DE
 PAPÉIS (RPG); JOGOS DE DOMINÓ; JOGOS DE
 DOMINÓS; JOGOS DE FERRADURA; JOGOS DE
 FERRADURAS [BRINQUEDOS]; JOGOS DE FESTAS;
 JOGOS DE FLIPPERS; JOGOS DE GAMÃO; JOGOS
 DE FLIPPERS PORTÁTEIS; JOGOS DE GO; JOGOS DE
 GUERRA EM QUE SE UTILIZAM MINIATURAS DE
 SOLDADOS; JOGOS DE HÓQUEI; JOGOS DE
 INTERPRETAÇÃO DE PERSONAGENS (RPG); JOGOS
 DE LANÇAMENTO DE ARGOLAS; JOGOS DE
 LÓGICA MANIPULÁVEIS; JOGOS DE MAHJONG;
 JOGOS DE MANIPULAÇÃO; JOGOS DE MEMÓRIA;
 JOGOS DE PERGUNTAS E RESPOSTAS; JOGOS DE
 PERÍCIA E AÇÃO; JOGOS DE PETANCA; JOGOS DE
 SOCIEDADE; JOGOS DE TABULEIRO; JOGOS DE
 TABULEIRO COREANOS (JOGOS YUT NORI); JOGOS
 DE TABULEIRO ELETRÓNICOS; JOGOS DE VÍDEO

ELETRÓNICOS PORTÁTEIS; JOGOS DE VÍDEO PARA
 MINICONSOLAS; JOGOS DESPORTIVOS; JOGOS DE
 XADREZ; JOGOS DIDÁTICOS ELETRÓNICOS PARA
 ENSINO; JOGOS E BRINQUEDOS CONTENDO
 FUNÇÕES DE TELECOMUNICAÇÃO; JOGOS E
 BRINQUEDOS PORTÁTEIS COM FUNÇÃO DE
 TELECOMUNICAÇÃO INTEGRADA; JOGOS
 ELETRÓNICOS; JOGOS ELETRÓNICOS PARA O
 ENSINO DE CRIANÇAS; JOGOS ELETRÓNICOS
 PORTÁTEIS; JOGOS ELETRÓNICOS SEM SER OS
 CONCEBIDOS PARA SEREM UTILIZADOS SOMENTE
 COM RECEPTORES DE TELEVISÃO; JOGOS
 MUSICAIS; JOGOS PORTÁTEIS COM ECRANS DE
 CRISTAL LÍQUIDO [LCD]; JOGOS PORTÁTEIS COM
 ECRÃS DE CRISTAL LÍQUIDO [LCD]; JOGOS
 PORTÁTEIS COM ECRÃS DE CRISTAL LÍQUIDO
 [LCD]; JOGOS PORTÁTEIS COM ECRÃS DE
 CRISTAIS LÍQUIDOS; JOGOS RELACIONADOS COM
 PERSONAGENS DE FICÇÃO; JOYSTICKS PARA
 JOGOS DE VÍDEO; LUVAS [ACESSÓRIOS DE
 JOGOS]; LUVAS PARA BATEDORES [ACESSÓRIOS
 DE JOGOS]; MÁQUINAS DE JOGOS; MÁQUINAS DE
 JOGOS AUTOMÁTICAS; MÁQUINAS DE JOGOS COM
 LCD; MÁQUINAS DE JOGOS COM SAÍDA DE VÍDEO
 PARA UTILIZAÇÃO COM TELEVISORES;
 MÁQUINAS DE JOGOS DE ARCADE; MÁQUINAS DE
 JOGOS DE ARCADE DE TIPO GRUA; MÁQUINAS DE
 JOGOS DE AZAR OU FORTUNA "SLOT MACHINES";
 MÁQUINAS DE JOGOS DE AZAR OU FORTUNA
 "SLOT MACHINES"; MÁQUINAS DE JOGOS DE
 DIVERSÃO ACIONADAS POR MOEDAS; MÁQUINAS
 DE JOGOS DE VÍDEO; MÁQUINAS DE JOGOS DE
 VÍDEO [ARCADE]; MÁQUINAS DE JOGOS DE VÍDEO
 AUTÓNOMAS; MÁQUINAS DE JOGOS DE
 DIVERSÃO; MÁQUINAS DE JOGOS DE
 DIVERTIMENTO ACIONADAS POR MOEDAS;
 MÁQUINAS DE JOGOS DE VÍDEO ACIONADAS COM
 FICHAS; MÁQUINAS DE JOGOS PARA USO
 DOMÉSTICO; RATOS PARA JOGOS; REDES PARA
 JOGOS DE BOLA; UNIDADES DE JOGOS
 ELETRÓNICOS DE MÃO; UNIDADES PORTÁTEIS
 PARA JOGOS DE VÍDEO; UNIDADES PORTÁTEIS
 PARA JOGOS ELETRÓNICOS

- (591) ab88be;dee0e3;cbcf5;262729;3a3a3c;7f3f98;000000;
 (540)



- (531) 21.1.25 ; 27.5.17 ; 29.1.5

- (210) **632086** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT JOÃO PEDRO DA COSTA NINA**
 (511) 41 SERVIÇOS DE ARTISTAS DE ESPETÁCULO
 (591) BRANCO; CINZENTO; AZUL;
 (540)



(531) 2.1.1 ; 27.5.1

(210) **632088** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT JANAINA BERTUCCI DE SOUZA MADEIRA**
PT AMAURI BERGONSE SCHÖN
 (511) 44 ACONSELHAMENTO SOBRE NUTRIÇÃO; CUIDADOS DE SAÚDE RELACIONADOS COM MASSAGENS TERAPÊUTICAS; PLANEAMENTO DE PROGRAMAS PARA REDUÇÃO DE PESO; SERVIÇOS DE DRENAGEM LINFÁTICA; SERVIÇOS DE TERAPIA
 (591) BRANCO; AZUL ESCURO.
 (540)



(531) 1.5.1 ; 27.5.10 ; 29.1.4

(210) **632090** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT FATIAS FLUTUANTES, UNIPessoal, LDA**
 (511) 30 PASTELARIA VARIADA; PRODUTOS DE PADARIA
 (591)
 (540)



(531) 27.5.9

(210) **632091** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT ADAM OLIVEIRA DA SILVA**
PT FRANCISCO DE NORONHA CARVALHO
PT SÉRGIO DAVID RIBEIRO DE CARVALHO
 (511) 35 ANÁLISE DE MARKETING IMOBILIÁRIO; MARKETING IMOBILIÁRIO; SERVIÇOS DE MARKETING IMOBILIÁRIO; SERVIÇOS DE ANÁLISE DE MARKETING IMOBILIÁRIO; PUBLICIDADE DE BENS IMOBILIÁRIOS COMERCIAIS OU RESIDENCIAIS
 (591)
 (540)



(531) 7.1.8 ; 17.1.9 ; 27.5.1

(210) **632092** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT SIL SALE, UNIPessoal LDA.**
 (511) 04 COMBUSTÍVEL DE BIOMASSA
 (591) #C6A530; PRETO
 (540)



(531) 26.4.2 ; 26.4.5 ; 26.4.19 ; 27.5.1 ; 29.1.97

(210) **632098** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT MARIA DO CÉU SIMÕES DE DEUS**
 (511) 37 SERVIÇOS DE LIMPEZA E LAVAGEM DE
 AUTOMÓVEIS; LIMPEZA MINUCIOSA DE
 AUTOMÓVEIS
 (591) #af1723; #2f7e82;
 (540)



(531) 1.15.15 ; 15.1.21 ; 27.5.4 ; 27.5.10 ; 29.1.1 ; 29.1.4

(210) **632099** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT APOLO SHOES UNIPessoAL, LDA**
 (511) 25 CALÇADO PARA HOMEM E SENHORA; CALÇADO
 PARA CRIANÇA
 (591)
 (540)



(531) 27.5.10

(210) **632103** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT HUGO DANIEL DOS ANJOS FÉLIX**
 (511) 41 ESCOLA DE SURF; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS
 COM FINS CULTURAIS, RECREATIVOS E
 DESPORTIVOS
 (591)
 (540)



(531) 26.1.3 ; 26.1.18 ; 27.5.1 ; 27.99.12 ; 27.99.19

(210) **632107** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT HOME LINK, LDA.**

(511) 36 ADMINISTRAÇÃO DE IMÓVEIS; GESTÃO DE
 IMÓVEIS; ALUGUER DE APARTAMENTOS;
 ALUGUER DE ESCRITÓRIOS (IMOBILIÁRIO);
 ARRENDAMENTO DE ESCRITÓRIOS PARA CO-
 WORKING; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS
 IMOBILIÁRIAS.

(591)
 (540)



(531) 26.1.3 ; 26.1.18 ; 27.5.10 ; 27.5.22 ; 27.99.1 ; 27.99.16

(210) **632124** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT DANIEL JOSÉ MORAIS**
 (511) 29 AZEITE EXTRA VIRGEM PARA ALIMENTAÇÃO
 (591)
 (540)



(531) 5.7.19 ; 5.13.4 ; 27.5.1

(210) **632125** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT DELICIOUS KINGDOM, LDA**
 (511) 30 BASES DE MASSA PARA PASTELARIA; BISCOITO
 DE CHOCOLATE E NOZES; BISCOITOS;
 ALIMENTOS À BASE DE CACAU; ALIMENTOS QUE
 CONTÊM CHOCOLATE [COMO ELEMENTO
 PRINCIPAL]; ARROZ DOCE; ARTIGOS DE
 CONFEITARIA COBERTOS DE CHOCOLATE;
 BEBIDAS À BASE DE CAFÉ; BEBIDAS À BASE DE
 CAFÉ QUE CONTÊM LEITE; BEBIDAS À BASE DE
 CHÁ; BEBIDAS À BASE DE CHÁ COM AROMA DE
 FRUTOS
 32 BATIDOS [BEBIDAS DE FRUTA NÃO ALCOÓLICAS];
 BEBIDAS À BASE DE FRUTA; BEBIDAS À BASE DE
 SUMO DE LARANJA; BEBIDAS À BASE DE
 VEGETAIS; BEBIDAS COM SABOR A FRUTA; ÁGUA
 ENGARRAFADA; CERVEJA

(591)
 (540)



(531) 1.15.5 ; 11.3.4 ; 27.5.1



(531) 1.1.3 ; 1.1.99 ; 2.5.22 ; 27.5.1 ; 27.5.7 ; 29.1.15

(210) **632126** MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT CASA DE SARMENTO, S.A.**

(511) 29 ENCHIDOS; AZEITE; AZEITE VIRGEM EXTRA; AZEITONAS EM CONSERVA; PICKLES [PICLES]; PRODUTOS DE CHARCUTARIA; BACON [TOUCINHO]; PRESUNTO [FIAMBRE]; SALSICHAS; CHOURIÇO DE SANGUE
30 VINAGRE; PASTELARIA VARIADA; CONFEITARIA; MEL
33 LICORES; VINHOS; AGUARDENTE; VINHOS ESPUMANTES BRANCOS; VINHOS ESPUMANTES TINTOS; VINHOS ESPUMANTES; BEBIDAS GASEIFICADAS COM ÁLCOOL, EXCLUINDO CERVEJA

(591)

(540)



CASA DE SARMENTO

(531) 24.1.3 ; 24.1.5 ; 27.5.1 ; 27.99.3 ; 27.99.19

(210) **632130** MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT PEQUENOS TALENTOS - CRECHE E JARDIM DE INFÂNCIA, LDA.**

(511) 41 CRECHES/JARDINS DE INFÂNCIA; ENSINO EM ESCOLAS PRIMÁRIAS; APOIO ESCOLAR EM ACADEMIAS DE ESTUDO

(591) vermelho, azul, laranja, creme, castanho claro, branco;

(540)

(210) **632133** MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT DÁRIO JOSÉ FARIA ARTEAGA**

(511) 09 ARMAÇÕES PARA ÓCULOS E ÓCULOS DE SOL; ESTOJOS PARA ÓCULOS DE SOL; ÓCULOS DE SOL; ÓCULOS DE SOL DA MODA
18 SACOS DE PRAIA
24 TOALHAS DE PRAIA; TOALHAS DE PRAIA EM MATÉRIAS TÊXTEIS
25 CALÇADO DE PRAIA; CALÇADO PARA A PRAIA; CHINELOS; CHINELOS DE BANHO; CHINELOS DE PLÁSTICO; T-SHIRTS; T-SHIRTS DE MANGA CURTA; T-SHIRTS IMPRESSAS; CALÇÕES; CALÇÕES DE BANHO; CALÇÕES [VESTUÁRIO]; VESTUÁRIO DE PRAIA; CHAPÉUS DE PRAIA; ROUPA DE PRAIA

(591) Pantone 715C; Pantone 7691 C; Pantone 7461 C; Pantone 7700C;

(540)



(531) 1.3.2 ; 1.15.24 ; 27.5.10 ; 29.1.4 ; 29.1.98

(210) **632136** MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT FUNDAÇÃO AEP**

(210) **632136** MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT FUNDAÇÃO AEP**

(511) 42 PLATAFORMA DIGITAL (REDE SOCIAL COLABORATIVA) QUE VISA PROMOVER O NETWORKING COM AS COMUNIDADES PORTUGUESAS NA DIÁSPORA, FACILITAR O INVESTIMENTO DOS INVESTIDORES DA DIÁSPORA, MAPEAR E CONECTAR A DIÁSPORA PORTUGUESA, ESTIMULAR RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE EMPRESAS, PROMOVER A MARCA PORTUGAL INTERNACIONALMENTE, AJUDAR AS PME A

AUMENTAR AS SUAS EXPORTAÇÕES, IDENTIFICAR AS REDES DE DISTRIBUIÇÃO DA DIÁSPORA E IDENTIFICAR QUADROS PARA OPORTUNIDADES DE EMPREGO.

(591) Gradiente 45 Pantone 1795 C 130 C 367 C 2767 C
Quadricromia C 0 M 100 Y 100 K 0 C 0 M 36 Y 98 K 0 C 38
M 0 Y 80 K 0 C 97 M 77 Y 24 K 55 Red Green Blue ;

(540)

REDE
GLOBAL
DA DIÁSPORA

(531) 27.5.9 ; 27.5.11

(210) **632140**

MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT INÊS SILVA XARÁ**

(511) 18 CARTEIRAS [MARROQUINARIA]

(591)

(540)



(531) 27.5.11

(210) **632138**

MNA

(220) 2019.10.21

(300)

(730) **PT LEOPOLDO GARCIA CALHAU**

(511) 35 GESTÃO COMERCIAL DE RESTAURANTES; ASSISTÊNCIA EM GESTÃO COMERCIAL NA CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE RESTAURANTES; GESTÃO DE RESTAURANTES PARA TERCEIROS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE NEGÓCIOS RELACIONADOS COM A CRIAÇÃO DE RESTAURANTES; SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE NEGÓCIOS RELACIONADOS COM A GESTÃO DE RESTAURANTES; ASSISTÊNCIA EM GESTÃO COMERCIAL NA EXPLORAÇÃO DE RESTAURANTES
43 FORNECIMENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS PARA CLIENTES DE RESTAURANTES; FORNECIMENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS EM RESTAURANTES E BARES; RESTAURANTES DE IGUARIAS REFINADAS; RESTAURANTES PARA TURISTAS; SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS PARA CLIENTES DE RESTAURANTES; SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS EM RESTAURANTES E BARES; SERVIÇOS DE RESTAURANTE E BAR

(591)

(540)



(531) 4.5.2 ; 11.3.2

(210) **632150**

MNA

(220) 2019.10.22

(300)

(730) **PT PAULO JOSÉ DA LUZ AMADO**

(511) 41 APRESENTAÇÃO DE EVENTOS DE ENTRETENIMENTO AO VIVO; ORGANIZAÇÃO DE COMPETIÇÕES DESPORTIVAS E EVENTOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS CULTURAIS E ARTÍSTICOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS E CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS, CONGRESSOS E SIMPÓSIOS; PREPARAÇÃO, DIREÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE EVENTOS DE CONGRESSOS; REALIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS E CONGRESSOS; SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO E CONSULTORIA EM MATÉRIA DE PREPARAÇÃO, CELEBRAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS

(591)

(540)

a r t e
biennal
g a s t r o n o m i a

(531) 27.5.25

(210) **632151**

MNA

(220) 2019.10.22

(300)

(730) **PT PAULO JOSÉ DA LUZ AMADO**

(511) 41 ORGANIZAÇÃO DE CONCURSOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS CULTURAIS E ARTÍSTICOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE ENTRETENIMENTO; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE ENTRETENIMENTO E CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS PARA FINS CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS, CONGRESSOS E SIMPÓSIOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS E CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONGRESSOS

(591)

(540)



(531) 26.1.22 ; 27.99.9

SERVIÇOS DE TRATAMENTOS DE EMAGRECIMENTO; SERVIÇOS DE VISAGISTAS; SERVIÇOS DESTINADOS A REFIRMAR A PELE POR MEIO DE LASER; SERVIÇOS PARA CUIDADOS DO ROSTO; SERVIÇOS PARA OS CUIDADOS DOS PÉS; SERVIÇOS PARA OS CUIDADOS DA PELE; SERVIÇOS PARA OS CUIDADOS DOS CABELOS; SERVIÇOS RELACIONADOS COM OS CUIDADOS DO COURO CABELUDO; SERVIÇOS TERAPÊUTICOS PERSONALIZADOS RELACIONADOS COM A REGENERAÇÃO CAPILAR; SERVIÇOS TERAPÊUTICOS PERSONALIZADOS RELACIONADOS COM A REMOÇÃO DE CELULITE; SERVIÇOS TERAPÊUTICOS PERSONALIZADOS RELACIONADOS COM O MELHORAMENTO CIRCULATÓRIO; TRATAMENTO COSMÉTICO DA PELE COM LASER; TRATAMENTO COSMÉTICO DE DEPILAÇÃO COM LASER; TRATAMENTOS COSMÉTICOS; TRATAMENTOS COSMÉTICOS PARA OS CABELOS; TRATAMENTOS COSMÉTICOS PARA O CORPO; TRATAMENTOS DE BELEZA; TRATAMENTOS COM PRODUTOS DE ENCHIMENTO INJETÁVEIS PARA FINS COSMÉTICOS; TRATAMENTOCOSMÉTICO DOS FUNGOS NAS UNHAS DOS PÉS COM LASER; SERVIÇOS TERAPÊUTICOS PERSONALIZADOS RELACIONADOS COM A DISSOLUÇÃO DE GORDURA; SERVIÇOS DE REDUÇÃO E ELIMINAÇÃO PERMANENTE DE PÊLOS; SERVIÇOS DE REJUVENESCIMENTO DA PELE POR LASER; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EM COSMÉTICOS; SERVIÇOS DE CUIDADOS COSMÉTICOS DO CORPO

(591)

(540)

(210) 632157

MNA

(220) 2019.10.22

(300)

(730) PT VIVIANE BERETTA LOPES DA SILVEIRA

(511) 44 FISIOTERAPIA; ACONSELHAMENTO EM MATÉRIA DE BELEZA; APLICAÇÃO DE PRODUTOS DE COSMÉTICA NO ROSTO; APLICAÇÃO DE PRODUTOS DE COSMÉTICA NO CORPO; CONSULTADORIA E ACONSELHAMENTO EM MATÉRIA DE ESTÉTICA; CONSULTAS DE ESTÉTICA; CONSULTORIA EM CUIDADOS CORPORAIS E DE BELEZA; CONSULTORIA VIA INTERNET EM CUIDADOS CORPORAIS E DE BELEZA; ELECTRÓLISE PARA FINS DE COSMÉTICA; ELETRÓLISE COSMÉTICA; ELETRÓLISE COSMÉTICA PARA A ELIMINAÇÃO DE PELOS; REMOÇÃO DA CELULITE CORPORAL; SALÕES PARA OS CUIDADOS DA PELE; SERVIÇOS COSMÉTICOS PARA OS CUIDADOS DO CORPO; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO RELACIONADOS COM TRATAMENTOS DE BELEZA; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO EM CUIDADOS CAPILARES; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO RELACIONADOS COM BELEZA; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA RELACIONADOS COM CUIDADOS DE BELEZA; SERVIÇOS DE CUIDADOS ESTÉTICOS PARA O CORPO; SERVIÇOS DE DEPILAÇÃO A LASER; SERVIÇOS DE ESTÉTICA; SERVIÇOS DE ESTETICISTA; SERVIÇOS DE TERAPIAS DE BELEZA; SERVIÇOS DE TRATAMENTO COSMÉTICO FACIAL E CORPORAL; SERVIÇOS DE TRATAMENTO COM MICROAGULHAS; SERVIÇOS DE TRATAMENTO DA CELULITE; SERVIÇOS DE TRATAMENTO DE CELULITE; SERVIÇOS DE TRATAMENTOS DE BELEZA PARA O ROSTO;



(531) 2.3.5 ; 2.9.21

(210) 632171

MNA

(220) 2019.10.22

(300)

(730) PT FRANCISCO ANTÓNIO GOMES GONÇALVES, LDA.

(511) 32 CERVEJAS

33 AGUARDENTES; BEBIDAS DESTILADAS; BEBIDAS ESPIRITUOSAS; BEBIDAS ESPIRITUOSAS E LICORES; DIGESTIVOS [LICORES E BEBIDAS ALCOÓLICAS]; DIGESTIVOS [LICORES E VINHOS]; LICORES; VINHOS; VINHO

(591)

(540)



(531) 7.1.1

- (210) **632188** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT MARIA CATARINA FERNANDES**
 (511) 14 ADORNOS CORPORAIS; ALFINETE ORNAMENTAIS; ALFINETES [JOALHARIA]; ANÉIS; ANÉIS DE JOALHARIA; ANÉIS DE PRATA; ANÉIS [JOALHARIA]; ANÉIS [JOALHARIA] EM METAIS NÃO PRECIOSOS; ANÉIS [JOIAS] FEITOS DE METAIS PRECIOSOS; BOTÕES DE PUNHO; BRINCOS; BRACELETES E PULSEIRAS; BROCHES DECORATIVOS [JOALHARIA]; COLARES; JOALHARIA EM PRATA DE LEI; JOALHARIA FEITA DE MATERIAIS SEMIPRECIOSOS; JOALHARIA FEITA DE METAIS NÃO PRECIOSOS; JOALHARIA FEITA DE METAIS PRECIOSOS; PULSEIRAS

(591)
(540)

- (210) **632187** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT EVERFASHION REPRESENTAÇÕES TÊXTEIS UNIPESSOAL LDA**

- (511) 35 ACONSELHAMENTO NA ÁREA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS E MARKETING; ADMINISTRAÇÃO DE CONCURSOS PARA FINS DE PUBLICIDADE; ADMINISTRAÇÃO DE PROGRAMAS DE PRÊMIOS DE INCENTIVO PARA PROMOVER A VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS; AFIXAÇÃO DE CARTAZES; AFIXAÇÃO DE CARTAZES PUBLICITÁRIOS; AGÊNCIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS; AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE; AGENTES PUBLICITÁRIOS; AMOSTRAGEM DE PRODUTOS; ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS ONLINE; APRESENTAÇÃO DE COMPANHIAS ATRAVÉS DA INTERNET E DE OUTROS MEIOS DE COMUNICAÇÃO; APRESENTAÇÃO DE EMPRESAS E DE SEUS BENS E SERVIÇOS ATRAVÉS DA INTERNET; ASSESSORIA NO DOMÍNIO DA GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS E DE MARKETING; ASSISTÊNCIA A EMPRESAS RELACIONADA COM A IMAGEM COMERCIAL; ASSISTÊNCIA EM GESTÃO PARA A PROMOÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; ASSISTÊNCIA PARA A GESTÃO EM EMPRESAS COMERCIAIS NO QUE RESPEITA A PUBLICIDADE; COMPILAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS PARA UTILIZAÇÃO NA INTERNET; CONCEÇÃO DE FOLHETOS PUBLICITÁRIOS; CONCEÇÃO DE LOGÓTIPOS PUBLICITÁRIOS; DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIAS E CONCEITOS DE MARKETING

(591)
(540)

(531) 24.17.4 ; 27.5.10



(531) 26.1.3 ; 26.1.12 ; 26.11.5 ; 26.11.9 ; 26.11.98 ; 27.5.10

- (210) **632189** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)

- (730) **PT BRUNO ANDRÉ DUARTE BORGES**
 (511) 25 BERMUDAS; BLUSAS; BLUSÕES; CALÇAS; CALÇÕES; CAMISAS; CAMISETAS; CAMISOLAS; CASACOS; CASACÕES; FATOS; FAIXAS PARA VESTUÁRIO; JAQUETAS; LUVAS; MEIAS; QUIMONOS; ROUPA DE GINÁSTICA; VESTUÁRIO PARA RAPAZ; VESTUÁRIO PARA RAPARIGAS; VESTUÁRIO PARA HOMEM
 28 APARELHOS DE DESPORTO; ARTIGOS DE DESPORTO

(591) White alyssum;PANTONE black C;
(540)

(531) 2.9.17

(210) **632190** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT MARIA JOÃO HENRIQUES CARDOSO**
 (511) 35 GESTÃO DE CONDOMÍNIOS
 (591) 64, 160, 246;253, 135, 47;
 (540)



(531) 7.1.24 ; 26.4.16

(210) **632192** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT NELSON ANTÓNIO VINAGRE MARQUES**
 (511) 06 CONSTRUÇÕES SOB A FORMA DE ESTRUTURAS METÁLICAS FIXAS; CONSTRUÇÕES COM ESTRUTURAS METÁLICAS; ESTRUTURAS DE TELHADO METÁLICAS
 37 APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS EM EDIFÍCIOS; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS DE PROTEÇÃO PARA CONSTRUÇÕES; INSTALAÇÃO DE REVESTIMENTOS DE JANELA; LIMPEZA DE ESTRUTURAS; ALVENARIA; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS; APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS IMPERMEÁVEIS PARA TELHADOS

(591)
 (540)



NELSON VI METAIS

(531) 7.3.11 ; 27.7.23

(210) **632193** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT SOPLACAS SA**
 (511) 19 BLOCOS DE PAVIMENTAÇÃO EM BETÃO; LAJES DE BETÃO; PAINÉIS DE BETÃO; PAVIMENTOS EM BETÃO

(591)
 (540)

ECOFLOOR

(210) **632194** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT SOCIEDADE PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA (S.P.C.)**

(511) 41 PUBLICAÇÕES E REPORTAGENS INFORMATIVAS; DISPONIBILIZAÇÃO DE PUBLICAÇÕES ON-LINE; DISPONIBILIZAÇÃO DE PUBLICAÇÕES ELECTRÓNICAS; DISPONIBILIZAÇÃO DE PUBLICAÇÕES ELECTRÓNICAS NÃO DESCARREGÁVEIS NA INTERNET OU EM UMA REDE GLOBAL DE COMUNICAÇÃO; EDIÇÃO DE JORNAIS ELECTRÓNICOS ACESSÍVEIS ATRAVÉS DE UMA REDE INFORMÁTICA MUNDIAL; EDIÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO COM IMAGENS, SEM FINS PUBLICITÁRIOS; EDIÇÃO DE PUBLICAÇÕES; EDIÇÃO DE PUBLICAÇÕES ELECTRÓNICAS; EDIÇÃO DE TEXTOS, COM EXCEÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS; EDIÇÃO DE TEXTOS ESCRITOS; EDIÇÃO ELECTRÓNICA; EDIÇÃO MULTIMÉDIA; FORNECIMENTO DE PUBLICAÇÕES ATRAVÉS DE UMA REDE INFORMÁTICA MUNDIAL OU DA INTERNET QUE PODEM SER PESQUISADAS; FORNECIMENTO DE PUBLICAÇÕES ELECTRÓNICAS (NÃO DESCARREGÁVEIS); FORNECIMENTO DE PUBLICAÇÕES ELECTRÓNICAS ONLINE [NÃO DESCARREGÁVEIS]; FORNECIMENTO DE PUBLICAÇÕES ONLINE [NÃO DESCARREGÁVEIS]; PUBLICAÇÃO DE ANUÁRIOS; PUBLICAÇÃO DE ARTIGOS CIENTÍFICOS RELACIONADOS COM A TECNOLOGIA MÉDICA; PUBLICAÇÃO DE ARTIGOS CIENTÍFICOS; PUBLICAÇÃO DE BOLETINS INFORMATIVOS; PUBLICAÇÃO DE BROCHURAS; PUBLICAÇÃO DE DOCUMENTOS; PUBLICAÇÃO DE DOCUMENTOS NO DOMÍNIO DA FORMAÇÃO, CIÊNCIA, DIREITO PÚBLICO E ASSUNTOS SOCIAIS; PUBLICAÇÃO DE JORNAIS, REVISTAS, CATÁLOGOS E BROCHURAS; PUBLICAÇÃO DE LITERATURA INSTRUTIVA; PUBLICAÇÃO DE LIVROS E PERIÓDICOS ELECTRÓNICOS ON-LINE; PUBLICAÇÃO DE LIVROS E REVISTAS ELECTRÓNICAS ON-LINE; PUBLICAÇÃO DE LIVROS EDUCATIVOS; PUBLICAÇÃO DE MANUAIS; PUBLICAÇÃO DE MANUAIS DE TRABALHO RELATIVOS A GESTÃO DE EMPRESAS; PUBLICAÇÃO DE MANUAIS DE FORMAÇÃO; PUBLICAÇÃO DE MATERIAIS EDUCATIVOS; PUBLICAÇÃO DE MATERIAIS EDUCATIVOS DE ENSINO; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL ACESSÍVEL A PARTIR DE BASES DE DADOS OU DA INTERNET; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL DIDÁCTICO; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL EDUCATIVO; PUBLICAÇÃO DE PUBLICAÇÕES MÉDICAS; PUBLICAÇÃO DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS E LIVROS EM FORMATO ELECTRÓNICO; PUBLICAÇÃO DE RESULTADOS DE ENSAIOS CLÍNICOS PARA PREPARAÇÕES FARMACÊUTICAS; PUBLICAÇÃO DE RESULTADOS DE ENSAIOS CLÍNICOS; PUBLICAÇÃO DE REVISTAS; PUBLICAÇÃO DE REVISTAS CIENTÍFICAS ESPECIALIZADAS; PUBLICAÇÃO DE REVISTAS ELECTRÓNICAS; PUBLICAÇÃO DE REVISTAS EM FORMATO ELECTRÓNICO NA INTERNET; PUBLICAÇÃO DE REVISTAS, LIVROS E MANUAIS NA ÁREA DA MEDICINA; PUBLICAÇÃO DE TEXTOS MÉDICOS; PUBLICAÇÃO MULTIMÉDIA DE REVISTAS, REVISTAS ESPECIALIZADAS E JORNAIS; SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO; AÇÕES DE FORMAÇÃO; CURSOS DE FORMAÇÃO; CURSOS DE FORMAÇÃO ASSISTIDOS POR COMPUTADOR; CURSOS DE FORMAÇÃO RELACIONADOS COM INVESTIGAÇÃO E DESENVOLVIMENTO; CURSOS DE FORMAÇÃO RELACIONADOS COM MEDICINA; CURSOS DE INSTRUÇÃO RELACIONADOS COM SAÚDE;

DIREÇÃO DE CURSOS EDUCATIVOS NO DOMÍNIO DA CIÊNCIA; DIREÇÃO DE CURSOS, SEMINÁRIOS E WORKSHOPS; DIREÇÃO DE PROGRAMAS DE APOIO EDUCACIONAL PARA PROFISSIONAIS DE SAÚDE; DIVULGAÇÃO DE MATERIAL EDUCATIVO; EDUCAÇÃO EM MATÉRIA DE SAÚDE; EDUCAÇÃO NO DOMÍNIO DA SAÚDE; FORMAÇÃO E ENSINO NO DOMÍNIO DA MEDICINA; FORMAÇÃO NO DOMÍNIO DA MEDICINA; FORNECIMENTO DE CURSOS CONTÍNUOS DE FORMAÇÃO MÉDICA; FORNECIMENTO DE CURSOS CONTÍNUOS DE EDUCAÇÃO EM ENFERMAGEM; FORNECIMENTO DE CURSOS DE FORMAÇÃO EM MEDICINA

- 44 FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE REGISTOS MÉDICOS EM LINHA COM EXCEÇÃO DA ODONTOLOGIA; SERVIÇOS MÉDICOS; SERVIÇOS MÉDICOS DE ACONSELHAMENTO DIETÉTICO; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO RELACIONADA COM SERVIÇOS MÉDICOS; ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS RELACIONADOS COM QUESTÕES MÉDICAS; ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS MÉDICOS À DISTÂNCIA [SERVIÇOS MÉDICOS]; EMISSÃO DE RELATÓRIOS MÉDICOS; ENSAIOS GENÉTICOS PARA USO MÉDICO; EXAME MÉDICO DE INDIVÍDUOS; EXAMES MÉDICOS PARA FINS DE DIAGNÓSTICO E TRATAMENTO; EXAMES MÉDICOS RELACIONADOS COM O CORAÇÃO; EXAMES RADIOGRÁFICOS PARA USO MÉDICO; FORNECIMENTO DE NOTÍCIAS E INFORMAÇÕES NO DOMÍNIO DA MEDICINA; FORNECIMENTO DE RELATÓRIOS RELACIONADOS COM EXAMES MÉDICOS DE INDIVÍDUOS; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO RELACIONADOS COM OS SERVIÇOS MÉDICOS; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO MÉDICO; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO EM APARELHOS E INSTRUMENTOS MÉDICOS; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA TÉCNICA RELACIONADOS COM SAÚDE MÉDICA; SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES MÉDICAS; SERVIÇOS MÉDICOS DE TRIAGEM DE DOENÇAS CARDIOVASCULARES; SERVIÇOS PARA A PREPARAÇÃO DE RELATÓRIOS MÉDICOS; SERVIÇOS RELACIONADOS COM A PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE CUIDADOS MÉDICOS

(591)
(540)



CPPC Conselho Português para a Prática da Cardiologia
Sociedade Portuguesa de **CARDIOLOGIA**

(531) 2.9.1

- (210) **632195** MNA
(220) 2019.10.21
(300)
(730) **PT SOPLACAS, S.A.**
(511) 19 BLOCOS DE PAVIMENTAÇÃO EM BETÃO; FACHADAS DE EDIFÍCIOS NÃO METÁLICAS; FACHADAS EM MATERIAIS NÃO METÁLICOS; FACHADAS NÃO METÁLICAS; LAJES DE BETÃO; LAJES PARA PAVIMENTO, NÃO METÁLICAS; PAINÉIS DE BETÃO; PAVIMENTOS EM BETÃO
- (591)
(540)

ECOLUMINE

- (210) **632197** MNA
(220) 2019.10.21
(300)
(730) **PT SOPLACAS, S.A.**
(511) 19 BLOCOS DE PAVIMENTAÇÃO EM BETÃO; FACHADAS NÃO METÁLICAS; FACHADAS DE EDIFÍCIOS NÃO METÁLICAS; FACHADAS EM MATERIAIS NÃO METÁLICOS; LAJES DE BETÃO; LAJES PARA PAVIMENTO, NÃO METÁLICAS; PAINÉIS DE BETÃO; PAVIMENTOS EM BETÃO

(591)
(540)

ECOCLEAN

- (210) **632199** MNA
(220) 2019.10.22
(300)
(730) **PT CARLOS EDUARDO LEAL NOGUEIRA**
(511) 10 APARELHOS DE MASSAGEM, ELÉTRICOS OU NÃO ELÉTRICOS

(591)
(540)



(531) 26.1.5

- (210) **632206** MNA
(220) 2019.10.22
(300)
(730) **PT MUNDO DAS TROPELIAS II, UNIPESSOAL, LDA.**

- (511) 37 LIMPEZA DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA DE EDIFÍCIOS DE ESCRITÓRIOS E ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS; LIMPEZA DE EDIFÍCIOS [INTERIOR]; LIMPEZA DE EDIFÍCIOS PÚBLICOS; LIMPEZA DE EDIFÍCIOS SUJOS POR AVES; LIMPEZA DE EDIFÍCIOS [SUPERFÍCIES EXTERIORES]; LIMPEZA DE FACHADAS DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA DE INTERIORES DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA DE SUPERFÍCIES EXTERIORES DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA DE SUPERFÍCIES INTERIORES DE EDIFÍCIOS; LIMPEZA EXTERIOR DE EDIFÍCIOS

(591)
(540)

MUNDO CLEAN

(210) **632212** MNA
 (220) 2019.10.22
 (300)
 (730) **PT ANTONIO PEDRO MENDES ROQUE**
 (511) 12 VEÍCULOS TODO-O-TERRENO
 (591)
 (540)

REDDEVIL4X4

(210) **632217** MNA
 (220) 2019.10.23
 (300)
 (730) **PT SORRISOS DE PAPEL LDA**
 (511) 44 SERVIÇOS DE CLÍNICAS DENTÁRIAS
 (591)
 (540)

IMPLANTECARE

(210) **632224** MNA
 (220) 2019.10.23
 (300)
 (730) **PT KRYPTOCIRCUMSTANCE - UNIPESSOAL, LDA.**
 (511) 39 DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO A TURISTAS SOBRE EXCURSÕES E VISITAS TURÍSTICAS; DISPONIBILIZAÇÃO DE VEÍCULOS PARA VISITAS TURÍSTICAS E EXCURSÕES; MEDIAÇÃO E RESERVA DE VIAGENS; ORGANIZAÇÃO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS; ORGANIZAÇÃO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS EM CIDADES; ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES E VISITAS A LOCAIS TURÍSTICOS; ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES TURÍSTICAS [TRANSPORTE]; ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES PARA TURISTAS; ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES DE TURISMO; ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES E DE PASSEIOS EM AUTOCARROS TURÍSTICOS [SIGHTSEEING]; ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES COMO PARTE DO PACOTE DE FÉRIAS; ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES DE UM DIA; ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES, EXCURSÕES DE UM DIA E VISITAS TURÍSTICAS; ORGANIZAÇÃO DE PASSEIOS EM AUTOCARROS TURÍSTICOS [SIGHTSEEING] PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DE TRANSPORTE PARA PASSEIOS TURÍSTICOS; ORGANIZAÇÃO DE VIAGENS RECREATIVAS DE GRUPO; ORGANIZAÇÃO DE VIAGENS TURÍSTICAS; ORGANIZAÇÃO DE VISITAS A LUGARES TURÍSTICOS; ORGANIZAÇÃO DE VISITAS A LUGARES TURÍSTICOS COMO PARTE DE PACOTES DE FÉRIAS; ORGANIZAÇÃO DE VISITAS TURÍSTICAS POR TRANSPORTE SIGHTSEEING; ORGANIZAÇÃO DE VISITAS TURÍSTICAS A CIDADES; ORGANIZAÇÃO E CONDUÇÃO DE EXCURSÕES A LOCAIS TURÍSTICOS; ORGANIZAÇÃO E CONDUÇÃO DE EXPEDIÇÕES A CAVALO; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE EXPEDIÇÕES DE CANOA; ORGANIZAÇÃO E ORIENTAÇÃO DE EXPEDIÇÕES NA SELVA E

SAFARIS; ORGANIZAÇÃO E RESERVA DE VISITAS TURÍSTICAS; ORGANIZAÇÃO E RESERVA DE EXCURSÕES DE UM DIA; ORGANIZAÇÃO E RESERVA DE EXCURSÕES E VISITAS TURÍSTICAS; ORGANIZAÇÃO E RESERVA DE EXCURSÕES; ORGANIZAÇÃO E RESERVA DE VISITAS TURÍSTICAS DE CIDADES; PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE VISITAS TURÍSTICAS E EXCURSÕES; PREPARAÇÃO DE EXCURSÕES; REALIZAÇÃO DE VIAGENS POR SIGHTSEEING; RESERVAS DE VISITAS TURÍSTICAS ATRAVÉS DE AGÊNCIAS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE RESERVAS PARA VISITAS TURÍSTICAS; SERVIÇOS DE GUIA TURÍSTICO; SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES; SERVIÇOS DE RESERVA DE VISITAS TURÍSTICAS; SERVIÇOS DE TRANSPORTE PARA VISITAS TURÍSTICAS; SERVIÇOS DE VISITAS TURÍSTICAS; SERVIÇOS PARA ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES PARA TURISTAS; SERVIÇOS PARA ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES; SERVIÇOS PERSONALIZADOS DE GUIA TURÍSTICO; VISITAS TURÍSTICAS

41 SERVIÇOS RECREATIVOS RELACIONADOS COM CAMINHADAS; ATIVIDADES DESPORTIVAS; ATIVIDADES DESPORTIVAS E RECREATIVAS; SERVIÇOS RECREATIVOS RELACIONADOS COM TREKKING

(591)
 (540)

EURO TROTTERS

(210) **632225** MNA
 (220) 2019.10.23
 (300)
 (730) **PT PORMENOR JANOTA UNIPESSOAL LDA**
 (511) 37 CONSTRUÇÃO; CONSTRUÇÃO DE ÁREAS HABITACIONAIS; CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS E OUTRAS ESTRUTURAS; CONSTRUÇÃO E REPARAÇÃO DE EDIFÍCIOS; REMOÇÃO DE ESCOMBROS DE EDIFÍCIOS [SERVIÇOS DE CONSTRUÇÃO]; VEDAÇÃO DE EDIFÍCIOS DURANTE A CONSTRUÇÃO
 42 SERVIÇOS DE ENGENHARIA RELACIONADOS COM ARQUITECTURA
 (591)
 (540)

3CRE

(210) **632226** MNA
 (220) 2019.10.23
 (300)
 (730) **PT SALSICHARIA DA GARDUNHA, LDA**
 (511) 29 BACON [TOUCINHO]; CARNE; CARNE ASSADA; CARNE DE AVES; CARNE COZINHADA EM FRASCO; CARNE COZIDA ENLATADA; CARNE DE PERU; CARNE DE PERU COZINHADA; CARNE DE PORCO; CARNE DE PORCO ASSADA; CARNE DE PORCO DESFIADA; CARNE DE PORCO ENLATADA; CARNE ENLATADA; CARNE FATIADA; CARNE FRESCA; CARNE MOÍDA [CARNE PICADA]; CARNE PREPARADA; CARNES COZINHADAS; CARNES CURADAS; CARNES DE CAÇA; CARNES EM CONSERVA; CARNES EMBALADAS; CARNES

ENLATADAS; CARNES FUMADAS; CARNES PARA CHARCUTARIA; CARNES SALGADAS; CHOURIÇO; CHOURIÇO DE SANGUE; CONSERVAS DE CARNE; CONSERVAS DE CARNE DE PORCO; CROQUETES DE FRANGO; ENCHIDOS; ENCHIDOS CRUS; FATIAS DE CARNE; FRANGO; FILETES DE PEITO DE FRANGO; FRANGO COZINHADO; FRANGO DESFIADO; FRANGO DESIDRATADO; FRANGO FRESCO; GALINHA ASSADA; HAMBÚRGUERES; LOMBO DE PORCO; PEDAÇOS DE FRANGO; PEDAÇOS DE PERU; PEDAÇOS DE TOUCINHO FUMADO; PERNAS DE FRANGO; PERNIL DE PRESUNTO; PERU; PERU ASSADO; PRESUNTO; PRATOS DE CARNE CONFECCIONADOS; PRESUNTO CURADO; PRESUNTO [FIAMBRE]; PRESUNTOS; PRODUTOS DE CARNE PROCESSADA; PRODUTOS DE CARNE EM FORMA DE HAMBÚRGUERES; PRODUTOS DE CHARCUTARIA; PRODUTOS DE PERU; REFEIÇÕES CONGELADAS CONSTITUÍDAS PRINCIPALMENTE POR FRANGO; REFEIÇÕES CONGELADAS CONSTITUÍDAS PRINCIPALMENTE POR CARNE; REFEIÇÕES CONGELADAS CONSTITUÍDAS PRINCIPALMENTE POR AVES; REFEIÇÕES DE CARNE PRÉ-CONFECCIONADAS; REFEIÇÕES PRÉ-CONFECCIONADAS CONSTITUÍDAS PRINCIPALMENTE POR FRANGO; REFEIÇÕES PRÉ-CONFECCIONADAS CONSTITUÍDAS PRINCIPALMENTE POR PERU; REFEIÇÕES PRÉ-EMBALADAS COMPOSTAS PRINCIPALMENTE DE CARNE DE CAÇA; REFEIÇÕES PREPARADAS COM AVES [PRINCIPALMENTE AVES DOMÉSTICAS]; REFEIÇÕES PREPARADAS CONSTITUÍDAS PRINCIPALMENTE POR PERU; REFEIÇÕES PREPARADAS CONTENDO PRINCIPALMENTE BACON; REFEIÇÕES PREPARADAS DE CARNE [EM QUE PREDOMINA A CARNE]; REFEIÇÕES PREPARADAS DE CARNE; REFEIÇÕES PREPARADAS QUE CONTÊM [PRINCIPALMENTE] CAÇA; REFEIÇÕES PREPARADAS QUE CONTÊM [PRINCIPALMENTE] CARNE; REFEIÇÕES PREPARADAS QUE CONTÊM [PRINCIPALMENTE] FRANGO; SALGADINHOS À BASE DE CARNE; SALSICHADE CARNE; SALSICHÃO; SALSICHAS

(591)

(540)

BICA PICA

(210) **632227**

MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT VITIMARANTE - VITICULTURA, LDA.**

(511) 33 VINHOS ALCÓOLICOS; VINHOS DE DENOMINAÇÕES DE ORIGEM PROTEGIDAS; VINHOS COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA; VINHOS COM BAIXO TEOR DE ÁLCOOL; VINHO DE UVAS; VINHO ESPUMANTE DE FRUTOS; VINHO ESPUMANTE DE UVAS; VINHO TINTO; VINHOS DE MESA; VINHOS DE FRUTA; VINHOS SEM GÁS; VINHOS ROSÉ; VINHOS QUENTES (VINHOS AQUECIDOS E ADOÇADOS COM ESPECIARIAS); VINHOS PARA COZINHAR; VINHOS GENEROSOS; VINHOS FORTIFICADOS; VINHOS ESPUMANTES NATURAIS; VINHOS ESPUMANTES; VINHOS DOCES; VINHOS DE UVAS DOCES JAPONESAS QUE CONTÊM EXTRATOS DE GINSENG E CASCA DE QUINA; VINHOS DE SOBREMESA; VINHO DE MORANGOS; VINHO DE ARROZ TRADICIONAL COREANO [MAKGEOLI]; VINHO DE ARROZ AMARELO; VINHO DE AMORAS; VINHO DE ACANTHOPANAX [OGAPIJU]; VINHO BRANCO;

BEBIDAS QUE CONTÊM VINHO [SPRITZERS]; VINHO À BASE DE FRAMBOESA PRETA [BOKBUNJAJU]; BEBIDAS À BASE DE VINHO

(591)

(540)

XAVECA

(210) **632228**

MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT ALICE MARIA TAVARES ALVES DA COSTA**

(511) 41 CONSULTADORIA EDITORIAL; DISPONIBILIZAÇÃO DE PUBLICAÇÕES ON-LINE; DISPONIBILIZAÇÃO DE PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS; EDIÇÃO DE PUBLICAÇÕES; EDIÇÃO DE PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS; EDIÇÃO DE TEXTOS, COM EXCEÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS; EDIÇÃO MULTIMÉDIA; ELABORAÇÃO DE GUIÕES DE FILMES; EDIÇÃO DE TEXTOS ESCRITOS; PUBLICAÇÃO DE ARTIGOS CIENTÍFICOS; PUBLICAÇÃO DE ANUÁRIOS; PUBLICAÇÃO DE CARTAZES; PUBLICAÇÃO DE CATÁLOGOS; PUBLICAÇÃO DE DOCUMENTOS; PUBLICAÇÃO DE DOCUMENTOS NO DOMÍNIO DA FORMAÇÃO, CIÊNCIA, DIREITO PÚBLICO E ASSUNTOS SOCIAIS; PUBLICAÇÃO DE FOTOGRAFIAS; PUBLICAÇÃO DE GUIAS PEDAGÓGICOS E FORMATIVOS; PUBLICAÇÃO DE JORNAIS, REVISTAS, CATÁLOGOS E BROCHURAS; PUBLICAÇÃO DE LIVROS; PUBLICAÇÃO DE LIVROS E REVISTAS ELETRÔNICAS ON-LINE; PUBLICAÇÃO DE LIVROS GUIA ONLINE, MAPAS, DIRETÓRIOS E LISTAGENS PARA USO POR VIAJANTES, NÃO PASSÍVEIS DE DOWNLOAD; PUBLICAÇÃO DE MANUAIS DE FORMAÇÃO; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL EDUCATIVO; PUBLICAÇÃO DE REVISTAS CIENTÍFICAS ESPECIALIZADAS; PUBLICAÇÃO DE TEXTOS EM CD-ROM; PUBLICAÇÃO E EDIÇÃO DE LIVROS; CONDUÇÃO DE SEMINÁRIOS; DIREÇÃO DE EXPOSIÇÕES PARA FINS CULTURAIS; DIREÇÃO DE EXPOSIÇÕES PARA FINS EDUCATIVOS; DIREÇÃO DE SEMINÁRIOS PEDAGÓGICOS; DIREÇÃO DE SEMINÁRIOS DE INSTRUÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS RELACIONADAS COM FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS; ORGANIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS RELACIONADAS COM ATIVIDADES CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES PARA FINS EDUCATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES PARA FINS CULTURAIS; ORGANIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES PARA FINS CULTURAIS OU EDUCATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE REUNIÕES E CONFERÊNCIAS; ORGANIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE SIMPÓSIOS; ORGANIZAÇÃO E CONDUÇÃO DE CONFERÊNCIAS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE CONFERÊNCIAS; ORGANIZAÇÃO E ORIENTAÇÃO DE CONFERÊNCIAS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE SEMINÁRIOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE SIMPÓSIOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONGRESSOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE PALESTRAS; PREPARAÇÃO, DIREÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS; PREPARAÇÃO, DIREÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS; PREPARAÇÃO, DIREÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS; SEMINÁRIOS;

REALIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS E CONGRESSOS; AÇÕES DE FORMAÇÃO; ACOMPANHAMENTO TÉCNICO; ACOMPANHAMENTO TÉCNICO PESSOAL (FORMAÇÃO); CONSULTADORIA EM FORMAÇÃO; CURSOS DE FORMAÇÃO; CURSOS DE FORMAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO; CURSOS DE FORMAÇÃO RELACIONADOS COM ENGENHARIA; DIREÇÃO DE CURSOS DE FORMAÇÃO; DIREÇÃO DE CURSOS DE INSTRUÇÃO; DIREÇÃO DE CURSOS EDUCATIVOS NO DOMÍNIO DA ENGENHARIA; DIREÇÃO DE CURSOS [FORMAÇÃO]; DIREÇÃO DE CURSOS, SEMINÁRIOS E WORKSHOPS; FORMAÇÃO; FORMAÇÃO AVANÇADA; FORMAÇÃO DE ADULTOS; FORNECIMENTO DE FORMAÇÃO EM TÉCNICAS PROFISSIONAIS; MINISTRAÇÃO DE ENSINO À DISTÂNCIA AO NÍVEL SUPERIOR; MINISTRAÇÃO DE ENSINO À DISTÂNCIA AO NÍVEL UNIVERSITÁRIO; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS EDUCATIVOS; ORGANIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES EDUCATIVAS; ORGANIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE PALESTRAS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE COLÓQUIOS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE WORKSHOPS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO E PREPARAÇÃO DE CURSOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE WORKSHOPS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE COLÓQUIOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS DE FORMAÇÃO; REALIZAÇÃO DE AÇÕES DE FORMAÇÃO; REALIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS EDUCATIVAS; REALIZAÇÃO DE CURSOS DE INSTRUÇÃO; REALIZAÇÃO DE WORKSHOPS EDUCATIVOS NO DOMÍNIO DA GESTÃO DE NEGÓCIOS

- 42 ANÁLISE DO COMPORTAMENTO ESTRUTURAL DE CONSTRUÇÕES; ANÁLISES LABORATORIAIS; CONSULTORIA EM TECNOLOGIA; ENGENHARIA; ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS CIENTÍFICOS; ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS RELACIONADOS COM A INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA; EMISSÃO DE PARECERES RELACIONADOS COM TECNOLOGIA; ENGENHARIA (TRABALHOS DE ENGENHEIROS); ENGENHARIA QUÍMICA; ESTUDO DE PROJETOS TÉCNICOS; ESTUDOS DE PROJETOS TÉCNICOS NA ÁREA DA CONSTRUÇÃO; ESTUDOS DE PROJETOS TÉCNICOS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES CIENTÍFICAS; FORNECIMENTO DE SERVIÇOS DE INVESTIGAÇÃO; MONITORIZAÇÃO DE ATIVIDADES QUE INFLUENCIAM O AMBIENTE NO INTERIOR DE ESTRUTURAS DE ENGENHARIA CIVIL; MONITORIZAÇÃO DE ATIVIDADES QUE INFLUENCIAM O AMBIENTE DENTRO DE EDIFÍCIOS; MONITORIZAÇÃO DE EVENTOS QUE INFLUENCIAM O AMBIENTE NO INTERIOR DE ESTRUTURAS DE ENGENHARIA CIVIL

(591)
(540)

FIPA - FÓRUM INTERNACIONAL DO PATRIMÓNIO ARQUITETÓNICO

(210) **632229** MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT MATEUS E SEQUEIRA VINHOS, S.A.**

- (511) 33 BEBIDAS À BASE DE VINHO; VINHO BRANCO; VINHO DE UVAS; VINHO ESPUMANTE DE UVAS; VINHO TINTO; VINHOS COM BAIXO TEOR DE ÁLCOOL; VINHOS COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA; VINHOS DE DENOMINAÇÕES DE

ORIGEM PROTEGIDAS; VINHOS DE MESA; VINHOS DOCES; VINHOS ESPUMANTES; VINHOS ESPUMANTES NATURAIS; VINHOS FORTIFICADOS; VINHOS GENEROSOS; VINHOS ROSÉ

(591)

(540)

SETE PATAMARES

(210) **632230**

MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT EPORDOURO, VINHOS E AZEITES DO DOURO, SA**

- (511) 29 AZEITE; AZEITE COMESTÍVEL; AZEITE EXTRA VIRGEM; AZEITE EXTRA VIRGEM PARA ALIMENTAÇÃO; AZEITE PARA A ALIMENTAÇÃO; AZEITE VIRGEM EXTRA
33 BEBIDAS À BASE DE VINHO; VINHO BRANCO; VINHO DE AMORAS; VINHO DE UVAS; VINHO ESPUMANTE DE UVAS; VINHO TINTO; VINHOS ALCOÓLICOS; VINHOS DE MESA; VINHOS DE DENOMINAÇÕES DE ORIGEM PROTEGIDAS; VINHOS COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA; VINHOS DE SOBREMESA; VINHOS DOCES; VINHOS ESPUMANTES; VINHOS ESPUMANTES NATURAIS; VINHOS FORTIFICADOS; VINHOS GENEROSOS; VINHOS ROSÉ; VINHOS ESPUMANTES BRANCOS; VINHOS ESPUMANTES TINTOS; APERITIVOS À BASE DE BEBIDAS ALCOÓLICAS; APERITIVOS À BASE DE VINHO; VINHOS DE APERITIVO

(591)

(540)

QUINTA DOS MARINHOS

(210) **632231**

MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT MATEUS E SEQUEIRA VINHOS, S.A.**

- (511) 33 BEBIDAS À BASE DE VINHO; VINHO BRANCO; VINHO DE UVAS; VINHO ESPUMANTE DE UVAS; VINHO TINTO; VINHOS ALCOÓLICOS; VINHOS COM BAIXO TEOR DE ÁLCOOL; VINHOS COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA; VINHOS DE DENOMINAÇÕES DE ORIGEM PROTEGIDAS; VINHOS DE MESA; VINHOS DOCES; VINHOS ESPUMANTES; VINHOS ESPUMANTES NATURAIS; VINHOS FORTIFICADOS; VINHOS GENEROSOS; VINHOS ROSÉ; VINHOS PARA COZINHAR

(591)

(540)

RESPIGO

(210) **632232**

MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT ODYSSEYTENDENCY, LDA**

(511) 43 ALUGUER DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; ALUGUER DE QUARTOS ENQUANTO ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; ARRENDAMENTO DE QUARTOS; DISPONIBILIZAÇÃO DE ACOMODAÇÕES PARA ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO VIA INTERNET; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE SERVIÇOS DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; FORNECIMENTO DE ALOJAMENTOS TEMPORÁRIOS MOBILADOS; FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO HABITACIONAL TEMPORÁRIO; GESTÃO DOS SERVIÇOS DE ALOJAMENTO PARA MEMBROS; HOTÉIS, Pousadas e ALBERGUES, ALOJAMENTO PARA FÉRIAS E TURISMO; ORGANIZAÇÃO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; ORGANIZAÇÃO E FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; RESERVA DE ALOJAMENTO PARA VIAJANTES; RESERVA DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; RESERVA DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO VIA INTERNET; RESERVA DE QUARTOS; RESERVAS DE ALOJAMENTO; RESERVAS DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; RESERVAS DE ALOJAMENTOS TEMPORÁRIOS; SERVIÇOS DE ACOMODAÇÃO PARA EVENTOS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE ARRENDAMENTO DE ALOJAMENTO [TIME-SHARING]; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE RESERVAS DE ALOJAMENTO EM REGIME DE TIME-SHARING; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE VIAGENS PARA RESERVA DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE AGÊNCIA PARA A RESERVA DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE TURISMO PARA RESERVAS DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE ALOJAMENTOS PARA FÉRIAS; SERVIÇOS DE ALUGUER DE QUARTOS; SERVIÇOS DE HOSPITALIDADE [ALOJAMENTO]; SERVIÇOS DE INTERCÂMBIO DE ALOJAMENTO [TIME-SHARING]; SERVIÇOS DE OPERADORES TURÍSTICOS PARA A RESERVA DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; SERVIÇOS DE RECEÇÃO PARA ALOJAMENTO TEMPORÁRIO [GESTÃO DE CHEGADAS E PARTIDAS]; SERVIÇOS DE RESERVA DE ALOJAMENTO [TIME-SHARING]; SERVIÇOS DE RESERVA DE QUARTOS; SERVIÇOS DE RESERVA PARA MARCAÇÃO DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE RESERVAS DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE RESERVAS DE ALOJAMENTO EM REGIME TIME-SHARING; SERVIÇOS DE RESERVAS PARA ALOJAMENTO; SERVIÇOS PARA MARCAÇÃO DE ALOJAMENTO

(591)
(540)

UMA APARTMENTS

(210) **632235** MNA
(220) 2019.10.23
(300)
(730) **PT DIETMED - PRODUTOS DIETÉTICOS E MEDICINAIS, LDA.**
(511) 05 SUBSTÂNCIAS DIETÉTICAS PARA USO MEDICINAL
(591)
(540)

NOVITY KETO

(210) **632236** MNA
(220) 2019.10.23
(300)
(730) **PT DIETMED - PRODUTOS DIETÉTICOS E MEDICINAIS, LDA.**
(511) 05 SUBSTÂNCIAS DIETÉTICAS PARA USO MEDICINAL
(591)
(540)

NOVITY CAFÉ MARITA

(210) **632237** MNA
(220) 2019.10.23
(300)
(730) **PT THE INGRIDIENT, LDA**
(511) 35 ACONSELHAMENTO E INFORMAÇÃO COMERCIAL AOS CONSUMIDORES NA ESCOLHA DE PRODUTOS E SERVIÇOS; ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS; ADMINISTRAÇÃO COMERCIAL DA CONCESSÃO DE LICENÇAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS; ADMINISTRAÇÃO COMERCIAL DO LICENCIAMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA TERCEIROS [SERVIÇOS DE]; ADMINISTRAÇÃO COMERCIAL DO LICENCIAMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA TERCEIROS; AGÊNCIAS DE IMPORTAÇÃO-EXPORTAÇÃO; ANÁLISES DE PREÇOS; AQUISIÇÃO DE CONTRATOS PARA OUTROS PARA A VENDA DE PRODUTOS; AQUISIÇÃO DE PRODUTOS POR CONTA DE EMPRESAS; NEGOCIAÇÃO DE CONTRATOS RELATIVOS À COMPRA E VENDA DE PRODUTOS; NEGOCIAÇÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS PARA TERCEIROS; NEGOCIAÇÃO E CONCLUSÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS PARA TERCEIROS; OBTENÇÃO DE CONTRATOS PARA COMPRA E VENDA DE MERCADORIAS; ORGANIZAÇÃO DA COMPRA DE PRODUTOS PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES COMERCIAIS RELACIONADAS COM A COMPRA E VENDA DE PRODUTOS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA RELACIONADOS COM TRANSAÇÕES COMERCIAIS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA RELACIONADOS COM A AQUISIÇÃO DE BENS E SERVIÇOS; SERVIÇOS DE ENCOMENDA POR GROSSO; SERVIÇOS DE ENCOMENDAS ON-LINE

(591)
(540)

BEST FOR FOOD

(210) **632240** MNA
(220) 2019.10.23
(300)
(730) **PT VÂNIA SOFIA DOS SANTOS RODRIGUES SARMENTO**
PT SÓNIA FILIPA VILELA FERREIRA
(511) 35 SERVIÇOS DE VENDA A RETALHO ON-LINE RELACIONADOS COM VESTUÁRIO
42 ATUALIZAÇÃO E CONCEÇÃO DE SOFTWARE INFORMÁTICO; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE SERVIÇOS DE DESIGN DE MODA

45 ALUGUER DE SAPATOS; ALUGUER DE SMOKINGS; ALUGUER DE VESTIDOS; ALUGUER DE VESTIDOS DE NOITE; ALUGUER DE VESTUÁRIO FORMAL; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO RELACIONADA COM SERVIÇOS DE ALUGUER DE ROUPA

(591)

(540)

STYLE YOUR STAY

(210) **632246** MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT JOSÉ MIGUEL PINTO NUNES DA COSTA
PT MIGUEL ALBERTO RORIZ MACHADO
PT JOÃO CARLOS MACHADO DA SILVA
VIEIRA DE CARVALHO**

(511) 09 GRAVAÇÕES AUDIOVISUAIS; SOFTWARE QUE POSSIBILITA O FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES ATRAVÉS DA INTERNET

35 ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS ONLINE; MARKETING DIGITAL; SERVIÇOS DE MARKETING NO ÂMBITO DE RESTAURANTES; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DA INTERNET

(591)

(540)

EYE KITCHEN

(210) **632248** MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT DIOGO CAMPOS CARMO-MEDIAÇÃO
IMOBILIÁRIA, UNIP, LDA**

(511) 35 MEDIAÇÃO E CONCLUSÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS PARA TERCEIROS

36 MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA; SERVIÇOS DE MEDIAÇÃO PARA VENDA, À COMISSÃO, DE BENS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS FINANCEIROS PARA MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA

(591)

(540)

POUPA JÁ

(210) **632249** MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT RUI PEDRO LIMA AZEVEDO
PT ANTONIO ALEXANDRE SERRO DA
FONSECA**

(511) 35 ASSESSORIA EM TRIBUTAÇÃO [CONTABILIDADE]; ASSESSORIA FISCAL (CONTABILIDADE); ASSESSORIA EMPRESARIAL RELACIONADA COM CONTABILIDADE; ACONSELHAMENTO EM CONTABILIDADE RELACIONADA COM TRIBUTAÇÃO; ACONSELHAMENTO EM

CONTABILIDADE RELACIONADA COM A ELABORAÇÃO DE DECLARAÇÕES FISCAIS; CONSULTADORIA E INFORMAÇÃO RELATIVA A CONTABILIDADE; CONSULTADORIA EM TRIBUTAÇÃO [CONTABILIDADE]; CONSULTADORIA FISCAL [CONTABILIDADE]; CONSULTORIA EM CONTABILIDADE RELACIONADA COM TRIBUTAÇÃO; CONSULTORIA EM CONTABILIDADE RELATIVA À PREPARAÇÃO DE PAGAMENTO DE IMPOSTOS; CONSULTORIA RELATIVA A CONTABILIDADE FISCAL; CONTABILIDADE; CONTABILIDADE ADMINISTRATIVA; CONTABILIDADE COMPUTORIZADA; CONTABILIDADE DE GESTÃO; CONTABILIDADE DE GESTÃO DE CUSTOS; CONTABILIDADE INFORMATIZADA; GESTÃO DA CONTABILIDADE DE NEGÓCIOS; PLANEAMENTO FISCAL [CONTABILIDADE]; PREPARAÇÃO DE DECLARAÇÕES DE IMPOSTOS INFORMATIZADAS [CONTABILIDADE]; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM CONTAS [CONTABILIDADE]; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO EM DECLARAÇÕES FISCAIS [CONTABILIDADE]; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA EM TRIBUTAÇÃO [CONTABILIDADE]; SERVIÇOS DE CONTABILIDADE FORENSE; SERVIÇOS DE CONTABILIDADE E LANÇAMENTOS CONTABILÍSTICOS; SERVIÇOS DE CONTABILIDADE INFORMATIZADA; SERVIÇOS DE CONTABILIDADE COMPUTORIZADOS; SERVIÇOS DE CONTABILIDADE DE CUSTOS DE PROPINAS ESCOLARES; SERVIÇOS DE CONTABILIDADE PARA PROPINAS ESCOLARES; SERVIÇOS DE CONTABILIDADE RELACIONADOS COM CUSTOS PARA EMPRESAS AGRÍCOLAS; SERVIÇOS DE CONTABILIDADE RELATIVOS A PLANEAMENTO FISCAL; SERVIÇOS DE CONTABILIDADE POR CONTA DE TERCEIROS; SERVIÇOS DE CONTABILIDADE PARA FUNDOS DE PENSÕES; SERVIÇOS DE CONSULTORIA E INFORMAÇÃO RELACIONADOS COM CONTABILIDADE; SERVIÇOS DE ASSESSORIA (ORIENTAÇÃO) EM DECLARAÇÃO DE IMPOSTOS [CONTABILIDADE]; SERVIÇOS DE ASSESSORIA EM CONTABILIDADE DE EMPRESAS; PREPARAÇÃO DE CONTABILIDADE INFORMATIZADA; CONTABILIDADE PARA TRANSFERÊNCIA ELETRÓNICA DE FUNDOS; ESCRITURAÇÃO DE CONTABILIDADE; CONTABILIDADE, GESTÃO DE CONTAS E AUDITORIA; CONTABILIDADE, ESCRITURAÇÃO COMERCIAL; CONTABILIDADE DE CUSTOS

(591)

(540)

CONTABILIZEI

(210) **632252** MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT ANA CRISTINA CARDOSO PEREIRA
ALVES**

(511) 41 AÇÕES DE FORMAÇÃO

45 CONSULTORIA ESPIRITUAL

(591)

(540)

FENG SHUI YOUR LIFE

(210) **632258** MNA
 (220) 2019.10.24
 (300)
 (730) **PT SUPER BOCK GROUP, SGPS, S.A.**
 (511) 41 EDUCAÇÃO; FORMAÇÃO; DIVERTIMENTO;
 ATIVIDADES DESPORTIVAS E CULTURAIS
 (591)
 (540)
ROTEIROS SELECÇÃO 1927

(210) **632259** MNA
 (220) 2019.10.24
 (300)
 (730) **PT ANA ROLA WINES, LDA**
 (511) 33 APERITIVOS À BASE DE VINHO; BEBIDAS À BASE
 DE VINHO; BEBIDAS À BASE DE VINHO E SUMO
 DE FRUTOS; BEBIDAS QUE CONTÊM VINHO
 [SPRITZERS]; VINHO; VINHO BRANCO; VINHO
 DE UVAS; VINHO ESPUMANTE DE UVAS; VINHO
 TINTO; VINHOS; VINHOS ALCOÓLICOS; VINHOS
 COM BAIXO TEOR DE ÁLCOOL; VINHOS COM
 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA; VINHOS
 DE APERITIVO; VINHOS DE MESA; VINHOS DE
 SOBREMESA; VINHOS DE DENOMINAÇÕES DE
 ORIGEM PROTEGIDAS; VINHOS DOCES; VINHOS
 ESPUMANTES; VINHOS ESPUMANTES BRANCOS;
 VINHOS ESPUMANTES NATURAIS; VINHOS
 ESPUMANTES TINTOS; VINHOS FORTIFICADOS;
 VINHOS GENEROSOS; VINHOS ROSÉ
 (591)
 (540)
HISTORIA DE MAITÊ

(210) **632260** MNA
 (220) 2019.10.21
 (300)
 (730) **PT ARCH LINE - WORLD EFFICIENCE
 ASSOCIATED LDA**
 (511) 36 ADMINISTRAÇÃO DE APARTAMENTOS
 RESIDENCIAIS; ADMINISTRAÇÃO DE BENS
 IMOBILIÁRIOS; ADMINISTRAÇÃO DE CARTEIRAS
 DE PROPRIEDADES; ADMINISTRAÇÃO DE
 EDIFÍCIOS; ADMINISTRAÇÃO DE HABITAÇÕES;
 ADMINISTRAÇÃO DE IMÓVEIS; ADMINISTRAÇÃO
 DE NEGÓCIOS FINANCEIROS RELACIONADOS COM
 BENS IMOBILIÁRIOS; ADMINISTRAÇÃO DE
 TERRENOS; AGÊNCIA DE ALUGUER DE
 HABITAÇÕES PERMANENTES PARA PESSOAS DE
 GRUPOS VULNERÁVEIS; AGÊNCIA IMOBILIÁRIA;
 AGÊNCIAS DE ALUGUER DE ALOJAMENTOS
 PERMANENTES [APARTAMENTOS]; AGÊNCIAS DE
 ALUGUER DE ALOJAMENTOS [PROPRIEDADES
 IMOBILIÁRIAS]; AGÊNCIAS DE ALUGUER DE
 ALOJAMENTO (PROPRIEDADES IMOBILIÁRIAS);
 AGÊNCIAS DE HABITAÇÕES DE ALOJAMENTO
 PERMANENTE; AGÊNCIAS IMOBILIÁRIAS;
 ALUGUER DE CENTROS DE NEGÓCIOS; ALUGUER
 DE SALAS DE EXPOSIÇÃO; AQUISIÇÃO DE BENS
 IMOBILIÁRIOS EM NOME DE TERCEIROS;

AQUISIÇÃO DE IMÓVEIS PARA TERCEIROS;
 AQUISIÇÃO DE TERRENOS PARA ARRENDAMENTO;
 ASSISTÊNCIA NA AQUISIÇÃO DE BENS IMÓVEIS;
 AVALIAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE BENS
 IMOBILIÁRIOS; ASSISTÊNCIA NA AQUISIÇÃO E NA
 PARTICIPAÇÃO FINANCEIRA RELATIVA A
 IMÓVEIS; COBRANÇA DE ALUGUERES;
 COBRANÇA DE RENDAS; COLETA DE RENDAS;
 CONSULTADORIA IMOBILIÁRIA;
 CONSULTADORIA RELATIVA À COMPRA DE BENS
 IMOBILIÁRIOS; CONSULTAS IMOBILIÁRIAS;
 DISPONIBILIZAÇÃO DE MORADIAS DE HABITAÇÃO
 PERMANENTE; FINANCIAMENTO DE PROJETOS
 IMOBILIÁRIOS; FINANCIAMENTO DE PROJETOS DE
 DESENVOLVIMENTO IMOBILIÁRIO;
 FINANCIAMENTO PARA DESENVOLVIMENTO DE
 PROPRIEDADES; FINANCIAMENTO PARA
 PROMOÇÃO IMOBILIÁRIA; FORNECIMENTO DE
 ALOJAMENTO PERMANENTE EM HABITAÇÕES;
 FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO PERMANENTE;
 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 DE PROPRIEDADES EM REGIME DE TIME-
 SHARING; GESTÃO DE
 PROPRIEDADES IMOBILIÁRIAS; GESTÃO DE
 PROPRIEDADES [SERVIÇOS PRESTADOS POR
 IMOBILIÁRIAS]; GESTÃO FIDUCIÁRIA DE BENS
 IMOBILIÁRIOS; GESTÃO IMOBILIÁRIA;
 MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA; OBTENÇÃO DE BENS
 IMOBILIÁRIOS PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO
 DA CONCESSÃO DE FINANCIAMENTO PARA
 OPERAÇÕES DE CONSTRUÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE
 ARRENDAMENTO DE APARTAMENTOS;
 ORGANIZAÇÃO DE CONCESSÃO PARA
 FINANCIAMENTO DE COMPRA DE BENS IMÓVEIS;
 ORGANIZAÇÃO DE COPROPRIEDADE DE BENS
 IMÓVEIS; PARTILHA DE CAPITAL IMOBILIÁRIO;
 PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÃO RELACIONADA
 COM BENS IMOBILIÁRIOS; PRESTAÇÃO DE
 INFORMAÇÕES RELATIVAS AO MERCADO
 IMOBILIÁRIO; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES
 RELACIONADAS COM BENS IMOBILIÁRIOS
 [PROPRIEDADES]; 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
 ALOJAMENTO TEMPORÁRIO [APARTAMENTOS];
 SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE PROPRIEDADES
 IMOBILIÁRIAS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE
 AGÊNCIAS IMOBILIÁRIAS RELATIVOS À COMPRA E
 VENDA DE IMÓVEIS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS
 IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE
 IMÓVEIS; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE
 TERRENOS; SERVIÇOS DE AQUISIÇÃO DE
 TERRENOS [EM NOME DE TERCEIROS]; SERVIÇOS
 DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM
 AVALIAÇÕES IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS DE
 ASSESSORIA RELACIONADOS COM A
 PROPRIEDADE DE BENS IMOBILIÁRIOS; 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
 EMPRÉSTIMOS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE

GESTÃO DE IMÓVEIS E DE PROPRIEDADES; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM TRANSAÇÕES DE BENS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM EXPLORAÇÕES HORTÍCOLAS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM EXPLORAÇÕES AGRÍCOLAS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM INSTALAÇÕES DE ESCRITÓRIOS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM ESPAÇOS DE ENTRETENIMENTO; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM INSTALAÇÕES INDUSTRIAIS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM EDIFÍCIOS RESIDENCIAIS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM CENTROS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM INSTALAÇÕES DE VENDA A RETALHO; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM IMÓVEIS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM HABITAÇÕES; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA RELACIONADOS COM COMPLEXOS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE LIQUIDAÇÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS [SERVIÇOS FINANCEIROS]; SERVIÇOS DE LOCALIZAÇÃO DE APARTAMENTOS PARA TERCEIROS [ALOJAMENTO PERMANENTE]; SERVIÇOS DE MEDIAÇÃO PARA VENDA, À 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; TIME-SHARING DE IMÓVEIS

- 43 ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; ALUGUER DE QUARTOS ENQUANTO ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; ALUGUER DE SALAS PARA FINS SOCIAIS; ALUGUER DE TENDAS; ALUGUER DE TENDAS GRANDES; ALUGUER DE TOLDOS; ALUGUER TEMPORÁRIO DE QUARTOS; ARRENDAMENTO DE PAVILHÕES; ARRENDAMENTO DE QUARTOS; CONSULTORIA FORNECIDA POR CENTROS DE CHAMADAS E LINHAS DIRETAS NA ÁREA DO ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; DISPONIBILIZAÇÃO DE ACOMODAÇÕES PARA ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE SERVIÇOS DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO VIA INTERNET; FORNECIMENTO DE ALOJAMENTOS TEMPORÁRIOS MOBILADOS; FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO HABITACIONAL TEMPORÁRIO; FORNECIMENTO DE INSTALAÇÕES PARA EVENTOS E DE INSTALAÇÕES TEMPORÁRIAS PARA ESCRITÓRIOS E REUNIÕES; FORNECIMENTO DE ZONAS DE REPOUSO TEMPORÁRIAS PARA PASSAGEIROS; GESTÃO DOS SERVIÇOS DE ALOJAMENTO PARA MEMBROS; HOTÉIS, Pousadas e ALBERGUES, ALOJAMENTO PARA FÉRIAS E TURISMO; INSTALAÇÕES PARA EVENTOS E INSTALAÇÕES TEMPORÁRIAS PARA ESCRITÓRIOS E REUNIÕES; ORGANIZAÇÃO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; ORGANIZAÇÃO E FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM RESERVA DE ALOJAMENTO; RESERVA DE ALOJAMENTO PARA VIAJANTES; RESERVA DE

ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; RESERVA DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO VIA INTERNET; RESERVA DE QUARTOS; RESERVAS DE ALOJAMENTO; RESERVAS DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; RESERVAS DE ALOJAMENTOS TEMPORÁRIOS; SERVIÇOS DE ACOMODAÇÃO PARA EVENTOS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE ARRENDAMENTO DE ALOJAMENTO [TIME-SHARING]; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE RESERVAS DE ALOJAMENTO EM REGIME DE TIME-SHARING; SERVIÇOS DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE ALOJAMENTOS PARA FÉRIAS; SERVIÇOS DE ALUGUER DE QUARTOS; SERVIÇOS DE BENEFICÊNCIA, NOMEADAMENTE FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; SERVIÇOS DE HOSPITALIDADE [ALOJAMENTO]; SERVIÇOS DE INTERCÂMBIO DE ALOJAMENTO [TIME-SHARING]; SERVIÇOS DE RECEÇÃO PARA ALOJAMENTO TEMPORÁRIO [GESTÃO DE CHEGADAS E PARTIDAS]; SERVIÇOS DE RESERVA DE ALOJAMENTO [TIME-SHARING]; SERVIÇOS DE RESERVA DE QUARTOS; SERVIÇOS DE RESERVA PARA MARCAÇÃO DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE RESERVAS DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE RESERVAS DE ALOJAMENTO EM REGIME TIME-SHARING; SERVIÇOS DE RESERVAS PARA ALOJAMENTO; SERVIÇOS PARA MARCAÇÃO DE ALOJAMENTO

(591)

(540)



(531) 27.5.1 ; 27.5.4 ; 27.5.22 ; 27.99.8 ; 27.99.9

(210) 632261

MNA

(220) 2019.10.22

(300)

(730) PT MAÇANITA VINHOS LDA

(511) 33 VINHO BRANCO; VINHO DE UVAS; VINHO TINTO; VINHOS ALCOÓLICOS; VINHOS DE MESA; VINHOS ESPUMANTES; VINHOS ESPUMANTES NATURAIS; VINHOS FORTIFICADOS; VINHOS GENEROSOS; VINHOS ROSÉ

(591)

(540)

TENRRAIS

(210) 632263

MNA

(220) 2019.10.22

(300)

(730) PT NUNO VASCO DE PINHO ANDRADE

(511) 35 ACONSELHAMENTO NA ÁREA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS E MARKETING; ADMINISTRAÇÃO DE PROGRAMAS DE PRÉMIOS DE INCENTIVO PARA PROMOVER A VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS; AFIXAÇÃO DE CARTAZES; AFIXAÇÃO DE CARTAZES PUBLICITÁRIOS;

AGÊNCIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS; ALUGUER DE ESPAÇOS, TEMPO E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS; AMOSTRAGEM DE PRODUTOS; APOIO COMERCIAL EM MATÉRIA DE IDENTIDADE CORPORATIVA; APRESENTAÇÃO DE COMPANHIAS ATRAVÉS DA INTERNET E DE OUTROS MEIOS DE COMUNICAÇÃO; ASSESSORIA NO DOMÍNIO DA GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS E DE MARKETING; ASSISTÊNCIA A EMPRESAS RELACIONADA COM A IMAGEM COMERCIAL; ASSISTÊNCIA EM GESTÃO PARA A PROMOÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; ASSISTÊNCIA PARA A GESTÃO EM EMPRESAS COMERCIAIS NO QUE RESPEITA A PUBLICIDADE; ATUALIZAÇÃO DE DOCUMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA; ATUALIZAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; CAMPANHAS DE MERCADO; COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS PARA TERCEIROS; COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS; COMPILAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS PARA USO NA INTERNET; COMPILAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; COMPILAÇÃO, PRODUÇÃO E DIFUSÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; COMPOSIÇÃO DE PÁGINAS PUBLICITÁRIAS; CONCEÇÃO DE FOLHETOS PUBLICITÁRIOS; CONCEÇÃO DE LOGÓTIPOS PUBLICITÁRIOS; CONCEÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS; CONCEÇÃO DE FOLHETOS PUBLICITÁRIOS; CRIAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; DEMONSTRAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE EXIBIÇÃO DE PRODUTOS; DESENVOLVIMENTO DE CAMPANHAS PROMOCIONAIS PARA NEGÓCIOS; DESENVOLVIMENTO DE CAMPANHAS DE PROMOÇÃO PARA EMPRESAS; DESENVOLVIMENTO DE CAMPANHAS PROMOCIONAIS; DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIAS E CONCEITOS DE MARKETING; DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA OUTROS; DIREÇÃO DE EXPOSIÇÕES PARA FINS COMERCIAIS; DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO, DE MARKETING E PROMOCIONAL; EDIÇÃO DE FOLHETOS PUBLICITÁRIOS; ELABORAÇÃO DE ANÚNCIOS; ELABORAÇÃO DE COLUNAS PUBLICITÁRIAS; ELABORAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS DE MARKETING; ESTIMATIVAS PARA EFEITOS DE MARKETING; EXIBIÇÃO DE ANÚNCIOS PARA TERCEIROS; FORNECIMENTO DE ESPAÇO, TEMPO E MEIOS PUBLICITÁRIOS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES PUBLICITÁRIAS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES SOBRE MARKETING; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES DE MARKETING EMPRESARIAL; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES DE MARKETING ATRAVÉS DE SITES WEB; FORNECIMENTO DE MODELOS PARA FINS PROMOCIONAIS; FORNECIMENTO DE MODELOS PARA PUBLICIDADE; INFORMAÇÕES SOBRE MARKETING; MARKETING; MARKETING AFILIADO; MARKETING COMERCIAL [SEM SER VENDA]; MARKETING DE PRODUTOS; MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS; MARKETING DIGITAL; MARKETING DIRECIONADO; MARKETING DIRECIONADO PARA ALVOS ESPECÍFICOS; MARKETING IMOBILIÁRIO; MARKETING DIRETO; MARKETING FINANCEIRO; MARKETING PROMOCIONAL; MARKETING SOB A FORMA DE EVENTOS; MEDIAÇÃO DE PUBLICIDADE; NEGOCIAÇÃO DE CONTRATOS DE PUBLICIDADE; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES COM FINS PUBLICITÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS COMERCIAIS PARA USO PUBLICITÁRIO; ORGANIZAÇÃO DE LANÇAMENTOS DE PRODUTOS; ORGANIZAÇÃO DE PUBLICIDADE; ORGANIZAÇÃO DE SORTEIOS DE PRÉMIOS PARA FINS PUBLICITÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE SORTEIOS DE PRÉMIOS PARA FINS PROMOCIONAIS; ORGANIZAÇÃO E

COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE EVENTOS PROMOCIONAIS DE MARKETING PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES PUBLICITÁRIAS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE EVENTOS DE MARKETING; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE EVENTOS PROMOCIONAIS; PLANEAMENTO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING; PREPARAÇÃO DE ANÚNCIOS; PREPARAÇÃO DE ANÚNCIOS PERSONALIZADOS PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; PREPARAÇÃO DE APRESENTAÇÕES AUDIOVISUAIS PARA USO PUBLICITÁRIO; PREPARAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS; PREPARAÇÃO DE COLUNAS PUBLICITÁRIAS; PREPARAÇÃO DE CONTRATOS PUBLICITÁRIOS E PROMOCIONAIS PARA OUTROS; PREPARAÇÃO DE CONTRATOS PUBLICITÁRIOS PARA OUTROS; PREPARAÇÃO DE DOCUMENTOS PUBLICITÁRIOS; PREPARAÇÃO DE FOLHETOS PUBLICITÁRIOS; PREPARAÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL E MERCHANDISING PARA OS OUTROS; PREPARAÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL E DE MERCHANDISING PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; PREPARAÇÃO DE PLANOS DE MARKETING; PREPARAÇÃO DE PUBLICAÇÕES PUBLICITÁRIAS; PREPARAÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS COMERCIAIS; PREPARAÇÃO E AFIXAÇÃO DE ANÚNCIOS EXTERIORES PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO E AFIXAÇÃO DE ANÚNCIOS PARA TERCEIROS; PREPARAÇÃO E COLOCAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; PREPARAÇÃO E CONCRETIZAÇÃO DE PLANOS E CONCEITOS DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DE PUBLICIDADE; PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA NA ÁREA DA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM PUBLICIDADE; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM MARKETING; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS INFORMATIVOS (INFOMERCIALS); PRODUÇÃO DE MATERIAIS E DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; PRODUÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS VISUAIS; PRODUÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; PROMOÇÃO DA VENDA DE SERVIÇOS [EM NOME DE TERCEIROS] MEDIANTE A ORGANIZAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS; PROMOÇÃO DE EVENTOS ESPECIAIS; PROMOÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE REDES INFORMÁTICAS E DE COMUNICAÇÕES; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DA INTERNET; 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 PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE ANÚNCIOS EM WEBSITES DA INTERNET; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DE UM SISTEMA DE CARTÕES DE FIDELIZAÇÃO; PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS POR MEIO DE UM PROGRAMA DE CLIENTES PREFERENCIAIS; PROMOÇÃO DE VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS POR MEIO DE EVENTOS PROMOCIONAIS; PROMOÇÃO DE VENDAS PARA OUTROS EM PONTOS DE COMPRA OU VENDA; PROMOÇÃO DE VENDAS [PARA TERCEIROS]; PROMOÇÃO DOS BENS E SERVIÇOS DE TERCEIROS; PROMOÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS ATRAVÉS DA ANGARIAÇÃO DE PATROCINADORES

PARA ASSOCIAREM OSSEUS PRODUTOS E SERVIÇOS A COMPETIÇÕES DESPORTIVAS; PROMOÇÃO, PUBLICIDADE E MARKETING EM WEBSITES; PROMOÇÃO, PUBLICIDADE E MARKETING DE PÁGINAS ONLINE; PUBLICAÇÃO DE FOLHETOS PUBLICITÁRIOS; PUBLICAÇÃO DE LITERATURA NO DOMÍNIO DA PUBLICIDADE; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO PARA FINS DE PUBLICIDADE; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO PARA FINS DE PUBLICIDADE EM FORMATO ELECTRÓNICO; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO; PUBLICAÇÃO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO ON-LINE; PUBLICAÇÃO DE MATÉRIAS E TEXTOS PUBLICITÁRIOS; PUBLICAÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS; PUBLICAÇÃO E ATUALIZAÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS; PUBLICAÇÃO ELETRÓNICA DE MATERIAL IMPRESSO PARA FINS PUBLICITÁRIOS; PUBLICIDADE; PUBLICIDADE ATRAVÉS DE MEIOS ELETRÓNICOS E ESPECIFICAMENTE PELA INTERNET; PUBLICIDADE ATRAVÉS DE TODOS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICOS; PUBLICIDADE COM MECANISMOS DE RESPOSTA DIRETA; PUBLICIDADE DE BENS IMOBILIÁRIOS COMERCIAIS OU RESIDENCIAIS; PUBLICIDADE DE WEBSITES COMERCIAIS; PUBLICIDADE E MARKETING; PUBLICIDADE EM IMPRENSA POPULAR E PROFISSIONAL; PUBLICIDADE EM LINHA EM REDES DE COMUNICAÇÕES INFORMÁTICAS; PUBLICIDADE EM PAINÉIS ELETRÓNICOS; PUBLICIDADE EM PERIÓDICOS, BROCHURAS E JORNAIS; PUBLICIDADE EM REVISTAS; PUBLICIDADE EXTERIOR; PUBLICIDADE, INCLUINDO PUBLICIDADE ONLINE EM REDES INFORMÁTICAS; PUBLICIDADE ONLINE NUMA REDE INFORMÁTICA; PUBLICIDADE ONLINE POR VIA DE REDES DE COMUNICAÇÕES INFORMÁTICAS; PUBLICIDADE PARA TERCEIROS NA INTERNET; PUBLICIDADE POR BANNERS; PUBLICIDADE POR TRANSMISSÃO DE ANÚNCIOS ONLINE PARA TERCEIROS ATRAVÉS DE REDES DE COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS; PUBLICIDADE PROMOCIONAL PARA PROJETOS DE EXPLORAÇÃO; RECOLHA DE INFORMAÇÃO RELACIONADA COM PUBLICIDADE; REDAÇÃO DE ARGUMENTOS PARA FINS PUBLICITÁRIOS; REDAÇÃO DE GUIÕES PARA USO PUBLICITÁRIO; REDAÇÃO DE PUBLICIDADE; REDAÇÃO DE TEXTOS PUBLICITÁRIOS; RELAÇÕES PÚBLICAS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE CONSULTORIA, ACONSELHAMENTO E ASSISTÊNCIA EM PUBLICIDADE, MARKETING E PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE CRIAÇÃO DE MARCAS(PUBLICIDADE E PROMOÇÃO); SERVIÇOS DE CRIAÇÃO DE MARCAS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE MARKETING; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS PUBLICITÁRIAS; SERVIÇOS DE ANÚNCIOS PARA FINS DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE ESTRATÉGIA DA MARCA; SERVIÇOS DE EXPOSIÇÃO E EXIBIÇÃO COMERCIAL; SERVIÇOS DE FEIRAS E EXPOSIÇÕES COMERCIAIS; SERVIÇOS DE IDENTIDADE DE EMPRESAS; SERVIÇOS DE LANÇAMENTO DE PRODUTOS; SERVIÇOS DE MARKETING; SERVIÇOS DE MARKETING DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE MARKETING DE REFERÊNCIA; SERVIÇOS DE MARKETING DIRETO; SERVIÇOS DE MARKETING DE INTERNET; SERVIÇOS DE MARKETING EM MOTORES DE BUSCA; SERVIÇOS DE MARKETING EMPRESARIAL; SERVIÇOS DE MARKETING IMOBILIÁRIO; SERVIÇOS DE MERCHANDISING; SERVIÇOS DE PLANEAMENTO PARA PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE POSICIONAMENTO DE MARCAS; SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO, INCENTIVO E OFERTA; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO COMERCIAL; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO DAS VENDAS [SERVIÇOS PRESTADOS

A TERCEIROS]; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO DE VENDAS EM NOME DE TERCEIROS; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO DE VENDAS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DIGITAL; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE EXTERIOR; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE EXTERIOR; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROMOÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROMOCIONAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DE PROMOÇÃO DE VENDAS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING PRESTADOS ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING FORNECIDOS ATRAVÉS DE CANAIS DE COMUNICAÇÃO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING FORNECIDOS ATRAVÉS DE BLOGUES; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE FORNECIDOS ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE GRÁFICA; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE NA IMPRENSA; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A PROMOÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÓNICO; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PROMOCIONAL; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA OUTROS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A CRIAÇÃO DE IDENTIDADE CORPORATIVA E DE MARCA; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE RELACIONADOS COM PROPRIEDADES IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE RELACIONADOS COM O FORNECIMENTO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE RELATIVOS A COMERCIALIZAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS; SERVIÇOS DE PUBLICIDADE RELATIVOS A VENDA DE PRODUTOS; SERVIÇOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS; SERVIÇOS PROMOCIONAIS; SERVIÇOS PROMOCIONAIS DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; SERVIÇOS PROMOCIONAIS E DE PUBLICIDADE; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS E PROMOCIONAIS E CONSULTORIA ASSOCIADA; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS NO EXTERIOR; SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS, PROMOCIONAIS E DE RELAÇÕES PÚBLICAS; SERVIÇOS RELACIONADOS COM A APRESENTAÇÃO DE PRODUTOS AO PÚBLICO; ADMINISTRAÇÃO COMERCIAL DA CONCESSÃO DE LICENÇAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS; ADMINISTRAÇÃO COMERCIAL DO LICENCIAMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA TERCEIROS [SERVIÇOS DE]; ADMINISTRAÇÃO COMERCIAL DO LICENCIAMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA TERCEIROS; ASSESSORIA RELACIONADA COM TROCAS COMERCIAIS; AQUISIÇÃO DE CONTRATOS DE COMPRA E VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS; COMPRA DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA OUTRAS EMPRESAS; MEDIAÇÃO DE ACORDOS RELATIVOS À COMPRA E VENDA DE PRODUTOS; MEDIAÇÃO DE CONTACTOS COMERCIAIS E EMPRESARIAIS; MEDIAÇÃO DE CONTRATOS DE COMPRA E VENDA DE PRODUTOS; MEDIAÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS PARA TERCEIROS; MEDIAÇÃO E CONCLUSÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS POR CONTA DE OUTREM; MEDIAÇÃO E CONCLUSÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS PARA TERCEIROS; NEGOCIAÇÃO DE CONTRATOS RELATIVOS À COMPRA E VENDA DE PRODUTOS; NEGOCIAÇÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS PARA TERCEIROS; NEGOCIAÇÃO E CONCLUSÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS PARA TERCEIROS; NEGOCIAÇÃO E REALIZAÇÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS PARA TERCEIROS; OBTENÇÃO DE CONTRATOS PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DA COMPRA DE PRODUTOS PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES COM FINS EMPRESARIAIS; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES PARA FINS COMERCIAIS; ORGANIZAÇÃO DE ASSINATURAS

DE SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÃO PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DE ASSINATURAS DE PUBLICAÇÕES PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DE CONTRATOS DE COMPRA E VENDA PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DE SERVIÇOS DE TRANSAÇÕES CONTRATUAIS COM TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS E CONTRATOS COMERCIAIS; PREPARAÇÃO DE CONTRATOS DE COMPRA E VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA OUTROS; PREPARAÇÃO DE CONTRATOS DE COMPRA E VENDA DE MERCADORIAS PARA OUTROS; PREPARAÇÃO DE CONTRATOS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PARA OUTROS; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EXTERNOS QUE CONSISTE EM ORGANIZAR A AQUISIÇÃO DE PRODUTOS POR CONTA DE TERCEIROS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA E CONSULTORIA RELACIONADOS COM A AQUISIÇÃO DE BENS PARA TERCEIROS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM A COMPRA DE BENS POR CONTA DE EMPRESAS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM A COMPRA DE PRODUTOS POR CONTA DE OUTREM; SERVIÇOS DE CONSULTORIA RELACIONADOS COM TRANSAÇÕES COMERCIAIS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA RELACIONADOS COM A AQUISIÇÃO DE BENS E SERVIÇOS; SERVIÇOS DE FORNECIMENTO PARA TERCEIROS [COMPRA DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA OUTRAS EMPRESAS]; SERVIÇOS DE GESTÃO DE VENDAS; SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO E ASSESSORIA DE NEGÓCIOS NO DOMÍNIO DA VENDA DE PRODUTOS E DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS; SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO COMERCIAL RELACIONADOS COM A APROXIMAÇÃO DE POTENCIAIS INVESTIDORES PRIVADOS COM EMPRESÁRIOS COM NECESSIDADE DE FINANCIAMENTO; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES; ACONSELHAMENTO DE EMPRESAS E SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO; ADMINISTRAÇÃO COMERCIAL; ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS; ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS NO DOMÍNIO DO TRANSPORTE E DAS ENTREGAS; ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS INTERNACIONAIS; ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO EMPRESARIAL; ADMINISTRAÇÃO RELACIONADA COM MARKETING; ADMINISTRAÇÃO RELACIONADA COM MÉTODOS DE VENDAS; ADMINISTRAÇÃO RELACIONADA COM PLANEAMENTO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; ADMINISTRAÇÃO RELACIONADA COM AVALIAÇÕES DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; APOIO NA GESTÃO DE NEGÓCIOS OU FUNÇÕES COMERCIAIS DE UMA EMPRESA INDUSTRIAL OU COMERCIAL; ASSESSORIA DE GESTÃO DE EMPRESAS; ASSESSORIA DE GESTÃO EM NEGÓCIOS DE EMPRESAS; ASSESSORIA E INFORMAÇÃO SOBRE NEGÓCIOS COMERCIAIS; ASSISTÊNCIA A EMPRESAS COMERCIAIS NA GESTÃO DA RESPECTIVA ATIVIDADE; ASSISTÊNCIA A EMPRESAS INDUSTRIAIS OU COMERCIAIS NA CONDUÇÃO DOS SEUS NEGÓCIOS; ASSISTÊNCIA A EMPRESAS INDUSTRIAIS NA CONDUÇÃO DOS SEUS NEGÓCIOS; ASSISTÊNCIA COMERCIAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; ASSISTÊNCIA DE GESTÃO A EMPRESAS COMERCIAIS; ASSISTÊNCIA DE GESTÃO PARA ORGANIZAÇÕES INDUSTRIAIS; ASSISTÊNCIA DE GESTÃO PARA EMPRESAS COMERCIAIS; ASSISTÊNCIA DE GESTÃO RELACIONADA COM O ESTABELECIMENTO DE EMPRESAS COMERCIAIS; ASSISTÊNCIA EM GESTÃO DE ATIVIDADES EMPRESARIAIS; ASSISTÊNCIA EM MATÉRIA DE GESTÃO; ASSISTÊNCIA EMPRESARIAL; ASSISTÊNCIA NA GESTÃO COMERCIAL; ASSISTÊNCIA RELACIONADA COM ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; CONSULTADORIA E GESTÃO DE PROCESSOS EMPRESARIAIS; CONSULTADORIA EM GESTÃO INDUSTRIAL, INCLUINDO ANÁLISES DE

CUSTO/BENEFÍCIO; CONSULTAS PARA A DIREÇÃO DE NEGÓCIOS; CONSULTORIA E GESTÃO EMPRESARIAL RELACIONADAS COM O LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS; CONSULTORIA RELATIVA A SERVIÇOS DE RECOLOCAÇÃO PARA EMPRESAS; ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS DE PROJETOS EMPRESARIAIS; EXPLORAÇÃO COMERCIAL DE CENTROS COMERCIAIS PARA TERCEIROS; EXPLORAÇÃO DE NEGÓCIOS PARA TERCEIROS; FORNECIMENTO DE ASSISTÊNCIA EMPRESARIAL; FORNECIMENTO DE GESTÃO COMERCIAL E ASSISTÊNCIA OPERACIONAL A EMPRESAS COMERCIAIS; GESTÃO COMERCIAL; GESTÃO COMERCIAL DE CENTROS DE CONFERÊNCIA; GESTÃO COMERCIAL DE LOJAS DE VENDA A RETALHO E POR GROSSO; GESTÃO DE EMPRESAS; GESTÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; GESTÃO DE NEGÓCIOS PARA UMA EMPRESA DE COMÉRCIO E DE SERVIÇOS; GESTÃO DE PROCESSOS EMPRESARIAIS; GESTÃO DE PROJECTOS EMPRESARIAIS PARA TERCEIROS; GESTÃO DE PROJETOS EMPRESARIAIS; GESTÃO DOS NEGÓCIOS COMERCIAIS; GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS COMERCIAIS; INFORMAÇÃO SOBRE MÉTODOS DE VENDAS; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES DE EMPRESAS; ORGANIZAÇÃO DE GESTÃO DE NEGÓCIOS; ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIOS; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE REUNIÕES COMERCIAIS DE NEGÓCIOS; PLANEAMENTO COMERCIAL; PLANEAMENTO DE REUNIÕES DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; PLANEAMENTO DE SUCESSÃO DE NEGÓCIOS; PLANEAMENTO EMPRESARIAL; PLANEAMENTO ESTRATÉGICO DE NEGÓCIOS; PLANEAMENTO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL; PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA NA GESTÃO DAS ATIVIDADES DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA NA ÁREA DE GESTÃO E PLANEAMENTO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; PRESTAÇÃO DE ASSISTÊNCIA NA GESTÃO DE EMPRESAS INDUSTRIAIS OU COMERCIAIS; SERVIÇOS COMERCIAIS RELACIONADOS COM O ESTABELECIMENTO DE EMPRESAS; SERVIÇOS DE ACONSELHAMENTO E INFORMAÇÕES SOBRE ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EMPRESAS; SERVIÇOS DE ADMINISTRAÇÃO COMERCIAL; SERVIÇOS DE AGÊNCIA PARA A ORGANIZAÇÃO DE ENCONTROS DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA E INFORMAÇÕES EMPRESARIAIS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA, INFORMAÇÃO E CONSULTORIA COMERCIAIS; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM ANÁLISE DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA E ASSESSORIA EMPRESARIAL; SERVIÇOS DE ESTRATÉGIA E PLANEAMENTO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE GESTÃO DE NEGÓCIOS EM MATÉRIA DE DESENVOLVIMENTO DE EMPRESAS; SERVIÇOS DE GESTÃO DE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE PLANEAMENTO DE NEGÓCIOS PARA EMPRESAS; SERVIÇOS DE PLANEAMENTO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; SERVIÇOS DE REPRESENTAÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; CONSULTORIA RELACIONADA COM ANÁLISE DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; INFORMAÇÕES COMERCIAIS; INFORMAÇÃO DE NEGÓCIOS COMERCIAIS; INFORMAÇÕES SOBRE NEGÓCIOS; SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO COMERCIAL

36 ADMINISTRAÇÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS; ADMINISTRAÇÃO DE CARTEIRAS DE PROPRIEDADES; ADMINISTRAÇÃO DE EDIFÍCIOS; ADMINISTRAÇÃO DE IMÓVEIS; ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS FINANCEIROS RELACIONADOS COM BENS IMOBILIÁRIOS; ADMINISTRAÇÃO DE TERRENOS; ALUGUER DE CENTROS DE NEGÓCIOS; ALUGUER DE SALAS DE EXPOSIÇÃO; 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; CONSULTADORIA IMOBILIÁRIA; CONSULTADORIA RELATIVA À COMPRA DE BENS IMOBILIÁRIOS; GESTÃO DE IMÓVEIS; GESTÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS; FORNECIMENTO DE INFORMAÇÕES RELATIVAS À ADMINISTRAÇÃO DE TERRENOS; GESTÃO DE CARTEIRAS DE IMÓVEIS; GESTÃO DE PROPRIEDADES [BENS IMOBILIÁRIOS]; GESTÃO DE PROPRIEDADES COMERCIAIS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA IMOBILIÁRIA PARA A VENDA E ARRENDAMENTO DE EMPRESAS; SERVIÇOS DE AGÊNCIA IMOBILIÁRIA PARA A VENDA E ARRENDAMENTO DE EDIFÍCIOS; SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE PROPRIEDADES IMOBILIÁRIAS COMERCIAIS; 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 AVALIAÇÕES IMOBILIÁRIAS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA EM IMÓVEIS; SERVIÇOS DE CONSULTORIA IMOBILIÁRIA; SERVIÇOS DE CONSULTORIA IMOBILIÁRIA PARA EMPRESAS; SERVIÇOS DE GESTÃO DE IMÓVEIS E DE PROPRIEDADES; SERVIÇOS DE GESTÃO IMOBILIÁRIA; CONSULTADORIA FINANCEIRA; CONSULTADORIA NO DOMÍNIO DAS FINANÇAS EMPRESARIAIS

(591)
(540)

LUSOPARK

(210) **632264** MNA
(220) 2019.10.22
(300)
(730) **PT ELISABETE PACHECO ROCHA**
(511) 41 PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ACADEMIA DESPORTIVA E GINÁSIO; SERVIÇOS DE CLUBES DE SAÚDE E GINÁSIOS; SERVIÇOS DE GINÁSIO [EXERCÍCIO FÍSICO]; SERVIÇOS DE GINÁSIO RELACIONADOS COM TREINO COM PESOS; AULAS DE ATIVIDADES NO GINÁSIO

(591)
(540)

V.FIT HEALTH CLUB

(210) **632265** MNA
(220) 2019.10.22
(300)
(730) **PT SOCIEDADE AGRÍCOLA D. DINIZ, S.A.**
(511) 33 VINHOS
(591)
(540)

VALE DO TÁVORA

(210) **632266** MNA
(220) 2019.10.22
(300)
(730) **PT SOCIEDADE AGRÍCOLA D. DINIZ, S.A.**
(511) 33 VINHOS
(591)
(540)

RACHA FRAGAS DO VALE DO TORTO

(210) **632270** MNA
(220) 2019.10.22
(300)
(730) **PT TEATRO MICAELENSE - CENTRO CULTURAL E DE CONGRESSOS, SA**
(511) 41 ORGANIZAÇÃO DE FESTIVAIS PARA FINS CULTURAIS
(591)
(540)

DENTRO DA CAIXA

(210) **632271** MNA
(220) 2019.10.22
(300)
(730) **PT DAVID JOSÉ SEBASTIANELLI PAIXÃO**
(511) 11 ACESSÓRIOS DE ILUMINAÇÃO; ACESSÓRIOS DE ILUMINAÇÃO ELÉTRICA NO EXTERIOR; ACESSÓRIOS DE ILUMINAÇÃO ELÉTRICA FLUORESCENTE PARA INTERIORES; ACESSÓRIOS DE ILUMINAÇÃO FLUORESCENTE PARA INTERIORES; ACESSÓRIOS DE ILUMINAÇÃO EXTERIOR; ACESSÓRIOS ELÉTRICOS DE ILUMINAÇÃO; ACESSÓRIOS PARA ILUMINAÇÃO DE TETO; ACESSÓRIOS PARA ILUMINAÇÃO; ACESSÓRIOS PARA ILUMINAÇÃO ELÉTRICA; ACESSÓRIOS PARA APLIQUES DE ILUMINAÇÃO [COM EXCEÇÃO DE INTERRUPTORES]; ACESSÓRIOS PARA LÂMPADAS INCANDESCENTES; ACESSÓRIOS PENDENTES DE ILUMINAÇÃO FLUORESCENTE; APARELHOS DE ILUMINAÇÃO; APARELHOS DE ILUMINAÇÃO CONTROLADOS POR COMPUTADOR; APARELHOS DE ILUMINAÇÃO CÊNICA; APARELHOS DE ILUMINAÇÃO ELÉTRICA; APARELHOS DE ILUMINAÇÃO INDUSTRIAIS; APARELHOS DE ILUMINAÇÃO PARA USO COMERCIAL; APARELHOS DECORATIVOS DE ILUMINAÇÃO ELÉTRICA; APARELHOS E INSTALAÇÕES DE ILUMINAÇÃO; APARELHOS ELÉTRICOS PARA ACENDER; APARELHOS PARA ILUMINAÇÃO ELÉTRICA INTERIOR; APARELHOS PARA ILUMINAÇÃO; APLIQUES DE ILUMINAÇÃO; APLIQUES (ACESSÓRIOS DE ILUMINAÇÃO); ARTIGOS DECORATIVOS DE ILUMINAÇÃO PARA ÁRVORES DE NATAL; BARRAS DE ILUMINAÇÃO; CABOS LUMINOSOS DESTINADOS À ILUMINAÇÃO; CAIXAS OPACAS PARA LÂMPADAS; CAIXAS OPACAS PARA LUZES; CALHAS DE ILUMINAÇÃO [EQUIPAMENTO DE ILUMINAÇÃO]; CONJUNTOS

DE ILUMINAÇÃO DECORATIVA; CONJUNTOS DE LUZES LED PARA SINAIS LUMINOSOS; CONJUNTOS ELÉTRICOS DE ILUMINAÇÃO DECORATIVA; CORRENTES DE LUZES PARA DECORAÇÕES FESTIVAS; DISPOSITIVOS DE ILUMINAÇÃO PARA USO DOMÉSTICO; DISPOSITIVOS DE ILUMINAÇÃO; DISPOSITIVOS DE ILUMINAÇÃO PARA VITRINAS; DISPOSITIVOS DE ILUMINAÇÃO ARQUITETÓNICA; ELEMENTOS DE ILUMINAÇÃO; EQUIPAMENTO FLUORESCENTE DE ILUMINAÇÃO; EQUIPAMENTOS DE ILUMINAÇÃO COM LÂMPADAS DE INCANDESCÊNCIA; FILTROS DE COR PARA APARELHOS DE ILUMINAÇÃO; FILTROS PARA DISPOSITIVOS DE ILUMINAÇÃO; FILTROS PARA USO COM LÂMPADAS; FILTROS PARA USO EM APARELHOS DE ILUMINAÇÃO; ILUMINAÇÃO DE JARDINS; ILUMINAÇÃO DE REALCE PARA USO INTERIOR; ILUMINAÇÃO DE SEGURANÇA; ILUMINAÇÃO DECORATIVA; ILUMINAÇÃO ELÉTRICA; ILUMINAÇÃO EXTERIOR; ILUMINAÇÃO LED SUBAQUÁTICA; ILUMINAÇÃO PARA FINS DE EXPOSIÇÃO; ILUMINAÇÃO PARA SUPORTES DE PAREDE; ILUMINAÇÃO PARA LAGOS; ILUMINAÇÕES DE ESTRADA; ILLUMINANTES DE TELHADO; INSTALAÇÕES DE ILUMINAÇÃO ELÉTRICA PARA INTERIOR; INSTALAÇÕES DE ILUMINAÇÃO; INSTALAÇÕES DE ILUMINAÇÃO CÊNICA CINEMATOGRÁFICA; INSTALAÇÕES DE ILUMINAÇÃO DE EMERGÊNCIA; INSTALAÇÕES PARA ILUMINAÇÃO DE RUAS; INSTALAÇÕES PARA ILUMINAÇÃO ELÉTRICA INTERIOR; FIOS DE LUZES COLORIDAS PARA FINS DE DECORAÇÃO; FIOS DE LUZES [CORDAS DE LUZES]; FIOS DE LUZES PARA DECORAÇÕES FESTIVAS; INSTALAÇÕES PARA ILLUMINAR ÁRVORES DE NATAL; INSTALAÇÕES PARA LUZES ELÉTRICAS; LÂMPADAS DE ILUMINAÇÃO; LÂMPADAS DE NÉON PARA ILUMINAÇÃO; LÂMPADAS DE SEGURANÇA LED; LÂMPADAS; LÂMPADAS ELÉTRICAS; LÂMPADAS ELÉTRICAS FLUORESCENTES; LÂMPADAS ELÉTRICAS PARA ÁRVORES DE NATAL; LÂMPADAS ESTROBOSCÓPICAS [EFEITOS DE LUZ]; LÂMPADAS FLUORESCENTES; LÂMPADAS FLEXÍVEIS; LÂMPADAS LED; LÂMPADAS PARA ILUMINAÇÃO DE SEGURANÇA; LÂMPADAS PARA INSTALAÇÕES ELÉTRICAS; LÂMPADAS PARA O EXTERIOR; LUMINÁRIAS DE DÍODOS EMISSORES DE LUZ [LED]; LUMINÁRIAS DE DÍODOS EMISSORES DE LUZ; LUMINÁRIAS DE LED; LUMINÁRIAS ELÉTRICAS; LUMINÁRIAS FLUORESCENTES PARA ILUMINAÇÃO ARQUITETÓNICA; LUMINÁRIAS FLUORESCENTES PARA ILUMINAÇÃO DE PALCOS; LUMINÁRIAS LED; LUMINÁRIAS PARA FINS DE SEGURANÇA; LUMINÁRIAS PARA MANICURE; LUZES DE TETO; LUZES DE TETO [LÂMPADAS]; LUZES DECORATIVAS; LUZES ELÉTRICAS DECORATIVAS; LUZES ELÉTRICAS PARA ÁRVORES DE NATAL; LUZES ELÉTRICAS PARA DECORAÇÕES FESTIVAS; LUZES ESTROBOSCÓPICAS PARA DECORAÇÃO; LUZES ESTROBOSCÓPICAS PARA DISCOTECAS; LUZES NOTURNAS DE PRESENÇA [SEM SER VELAS]; LUZES PAISAGÍSTICAS LED; LUZES NOTURNAS ELÉTRICAS; LUZES PARA DECORAÇÕES FESTIVAS; LUZES PARA ESTANTES DE MÚSICA; LUZES PARA INSTALAÇÕES EXTERIORES; LUZES PARA MONTAGEM EM CALHAS; MÁQUINAS DE LUZES LED; ORNAMENTOS PARA ILUMINAÇÃO [ACESSÓRIOS]; ORNAMENTOS PARA ÁRVORES DE NATAL [LUZES]; TUBOS DE DESCARGA ELÉTRICA PARA ILUMINAÇÃO; TUBOS DE DESCARGA PARA FINS DE ILUMINAÇÃO; TRANSFORMADORES DE ILUMINAÇÃO; TUBOS DE ILUMINAÇÃO; TUBOS DE ILUMINAÇÃO FLUORESCENTE; TUBOS DE LÂMPADAS FLUORESCENTES; TUBOS FLUORESCENTES; TUBOS LUMINOSOS PARA ILUMINAÇÃO; UNIDADES DE ILUMINAÇÃO;

ACESSÓRIOS DE ILUMINAÇÃO ELÉTRICA PARA UTILIZAR EM LOCAIS PERIGOSOS; APARELHOS DE ILUMINAÇÃO CÊNICA CINEMATOGRÁFICA; APARELHOS DE ILUMINAÇÃO DE PAINÉIS PLANOS; APARELHOS DE ILUMINAÇÃO DE DÍODOS EMISSORES DE LUZ [LED]; CANDEEIROS DE PÉ; CANDEEIROS DE PAREDE; CANDEEIROS DE MESA; CANDEEIROS DE PEDESTAL; CANDEEIROS DE PENDURAR NO TETO; CANDEEIROS DE ILUMINAÇÃO NO SENTIDO DO TETO; CANDEEIROS DE CABECEIRA; CANDEEIROS DE SECRETÁRIA; CANDEEIROS DE TETO; CANDEEIROS ELÉTRICOS PARA ILUMINAÇÃO INTERIOR; CANDEEIROS ELÉTRICOS PARA ILUMINAÇÃO DE EXTERIORES; CANDEEIROS ESFÉRICOS; CANDELABROS ELÉTRICOS; CORDÕES DE LUZES; DÍODOS EMISSORES DE LUZ [LED]; DISPOSITIVOS DE ILUMINAÇÃO DE DESCARGA ELÉTRICA; ENFEITES DE ÁRVORES DE NATAL PARA ILUMINAÇÃO [LÂMPADAS ELÉTRICAS]; EQUIPAMENTO DE ILUMINAÇÃO DE EMERGÊNCIA; FIOS DE LUZES COLORIDAS; FONTES DE LUZ DE LUMINESCÊNCIA ELÉTRICA; FONTES DE LUZ [SEM SER PARA USO FOTOGRÁFICO OU USO MEDICINAL]; ILUMINAÇÃO DE EXPOSITORES; ILUMINAÇÃO DE EMERGÊNCIA; INSTALAÇÕES DE ILUMINAÇÃO POR DÍODOS ELETROLUMINESCENTES [LED]; INSTRUMENTOS DE ILUMINAÇÃO CONTROLADOS POR COMPUTADOR; LÂMPADAS DE DESCARGA; LÂMPADAS DE DESCARGA ELÉTRICA; LÂMPADAS DE DESCARGA LUMINOSAS; LÂMPADAS DE ESTÚDIO; LÂMPADAS DE ILUMINAÇÃO DE EMERGÊNCIA; LÂMPADAS DE ILUMINAÇÃO, ELÉTRICAS; LÂMPADAS DE ILUMINAÇÃO FLUORESCENTES; LÂMPADAS DE ILUMINAÇÃO LED; LÂMPADAS DE SEGURANÇA; LÂMPADAS FLUORESCENTES COM BAIXA EMISSÃO DE LUZ ULTRAVIOLETA; LÂMPADAS PARA ÁRVORES DE NATAL; LÂMPADAS PARA DECORAÇÕES FESTIVAS; LÂMPADAS PORTÁTEIS [PARA ILUMINAÇÃO]; LUMINÁRIAS; LUZES-AMBIENTE; LUZES-AMBIENTE LED; LUZES DE NATAL [SEM SER VELAS]; PAINÉIS DE ILUMINAÇÃO; SUPORTES DE LÂMPADAS; SISTEMAS DE ILUMINAÇÃO; UNIDADES DE CALHAS DE ILUMINAÇÃO ELÉTRICA

37 DECORAÇÃO DE EDIFÍCIOS; INSTALAÇÃO DE ACESSÓRIOS PARA EDIFÍCIOS; INSTALAÇÃO DE ACESSÓRIOS DE PORTAS; INSTALAÇÃO DE APARELHOS DE ILUMINAÇÃO; INSTALAÇÃO DE APARELHOS DE POUPANÇA DE ENERGIA; INSTALAÇÃO DE APARELHOS ELÉTRICOS; INSTALAÇÃO DE DISPOSITIVOS E ACESSÓRIOS PARA INSTALAÇÕES DOMÉSTICAS; INSTALAÇÃO DE LETREIROS; INSTALAÇÃO DE SINAIS (OU LETREIROS); INSTALAÇÃO DE SISTEMAS DE ILUMINAÇÃO; INSTALAÇÃO DE SISTEMAS DE LUZ ELÉTRICA E DE ENERGIA; INSTALAÇÃO E REPARAÇÃO DE APARELHOS ELÉTRICOS; INSTALAÇÃO, MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE APARELHOS DE ESCRITÓRIO; SERVIÇOS CONTRATADOS PARA TRABALHOS DE ELETRICIDADE; SERVIÇOS DE COLOCAÇÃO DE SINAIS; SERVIÇOS DE ELETRICISTAS; SERVIÇOS DE INSTALAÇÃO ELÉTRICA

(591)

(540)

PIRILAMPO

(210) 632277

(220) 2019.10.23

(300)

(730) PT LUÍS CARLOS GONÇALVES SILVA

MNA

- (511) 29 AZEITE; AZEITE COMESTÍVEL; AZEITE EXTRA VIRGEM; AZEITE EXTRA VIRGEM PARA ALIMENTAÇÃO; AZEITE PARA A ALIMENTAÇÃO; AZEITE VIRGEM EXTRA
- 33 ÁGUA-PÉ; APERITIVOS À BASE DE LICOR ALCOÓLICO DESTILADO; BEBIDAS À BASE DE VINHO; BEBIDAS QUE CONTÊM VINHO [SPRITZERS]; SANGRIA; VINHO BRANCO; VINHO DE MORANGOS; VINHO ESPUMANTE DE FRUTOS; VINHO ESPUMANTE DE UVAS; VINHO TINTO; VINHOS ALCOÓLICOS; VINHOS COM BAIXO TEOR DE ÁLCOOL; VINHOS COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA; VINHOS DE DENOMINAÇÕES DE ORIGEM PROTEGIDAS; VINHOS DE FRUTA; VINHOS DE MESA; VINHOS DE SOBREMESA; VINHOS DOCES; VINHOS ESPUMANTES; VINHOS ESPUMANTES NATURAIS; VINHOS GENEROSOS; VINHOS FORTIFICADOS; VINHOS PARA COZINHAR; VINHOS QUENTES (VINHOS AQUECIDOS E ADOÇADOS COM ESPECIARIAS); VINHOS ROSÉ; VINHOS SEM GÁS; VINHO DE UVAS

(591)

(540)

DISCUTÍVEL

(210) **632283** MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT ANTÓNIO JOSÉ DA SILVA PINTO DE SOUSA**

(511) 33 VINHOS E AGUARDENTES

(591)

(540)

SEMENTE

(210) **632288** MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT NQA - EMPOWERING PEOPLE & BUSINESS, LDA.**

- (511) 41 DIREÇÃO DE WORKSHOPS E SEMINÁRIOS SOBRE CONSCIÊNCIA PESSOAL; ORGANIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS RELACIONADAS COM FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS RELACIONADAS COM NEGÓCIOS; ORGANIZAÇÃO DE CONVENÇÕES PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE CONVENÇÕES PARA FINS DE NEGÓCIOS; ORGANIZAÇÃO DE DEMONSTRAÇÕES PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS RELATIVOS A FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS RELACIONADOS COM FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS E WORKSHOPS [FORMAÇÃO]; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CONFERÊNCIAS, CONGRESSOS E SIMPÓSIOS; PREPARAÇÃO, DIREÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE WORKSHOPS [FORMAÇÃO]; PRODUÇÃO DE APRESENTAÇÕES AUDIOVISUAIS; PRODUÇÃO DE FILMES DE FORMAÇÃO; AÇÕES DE FORMAÇÃO; ACOMPANHAMENTO TÉCNICO PESSOAL (FORMAÇÃO); COACHING [FORMAÇÃO];

CONSULTADORIA EM FORMAÇÃO; CONSULTADORIA EM MATÉRIA DE FORMAÇÃO E APERFEIÇOAMENTO PROFISSIONAL; CURSOS DE AUTOCONSCIENCIALIZAÇÃO [FORMAÇÃO]; CURSOS DE DESENVOLVIMENTO EM MATÉRIA DE COMPETÊNCIAS DE CONSULTADORIA; CURSOS DE DESENVOLVIMENTO PESSOAL; CURSOS DE FORMAÇÃO; CURSOS DE FORMAÇÃO ASSISTIDOS POR COMPUTADOR; CURSOS DE FORMAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO RELACIONADOS COM CIÊNCIAS EMPRESARIAIS; CURSOS DE FORMAÇÃO RELACIONADOS COM GESTÃO; CURSOS DE FORMAÇÃO RELACIONADOS COM QUESTÕES RELIGIOSAS; CURSOS DE FORMAÇÃO RELACIONADOS COM SERVIÇOS A CLIENTES; CURSOS DE FORMAÇÃO RESIDENCIAIS; DESENVOLVIMENTO DE MATERIAIS DE INSTRUÇÃO; DIREÇÃO DE CURSOS DE FORMAÇÃO; DIREÇÃO DE CURSOS [FORMAÇÃO]; DIREÇÃO DE CURSOS RELACIONADOS COM GESTÃO DE NEGÓCIOS; DIREÇÃO DE CURSOS, SEMINÁRIOS E WORKSHOPS; DISPONIBILIZAÇÃO DE FORMAÇÃO ONLINE; DISPONIBILIZAÇÃO DE TUTORIAIS ONLINE; DISPONIBILIZAÇÃO DE VÍDEOS ONLINE, NÃO DESCARRÉGÁVEIS; ESTABELECIMENTO DE PARÂMETROS DE FORMAÇÃO; FORMAÇÃO; FORMAÇÃO AVANÇADA; FORMAÇÃO CONTÍNUA; FORMAÇÃO DE ADULTOS; FORMAÇÃO BASEADA EM COMPUTADOR; FORMAÇÃO DE PESSOAL; FORMAÇÃO E INSTRUÇÃO; FORMAÇÃO EM COMPETÊNCIAS EMPRESARIAIS; FORMAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO PESSOAL; FORMAÇÃO EM GESTÃO EMPRESARIAL; FORMAÇÃO EMPRESARIAL; FORMAÇÃO NO EMPREGO; FORMAÇÃO PRÁTICA; FORMAÇÃO PROFISSIONAL; FORMAÇÃO PRÁTICA [DEMONSTRAÇÃO]; FORMAÇÃO RELACIONADA COM COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS; FORNECIMENTO DE CURSOS DE FORMAÇÃO EM MATÉRIA DE DESENVOLVIMENTO PESSOAL; FORNECIMENTO DE CURSOS DE FORMAÇÃO; FORNECIMENTO DE CURSOS DE INSTRUÇÃO EM MATÉRIA DE AUTOCONSCIENCIALIZAÇÃO; FORNECIMENTO DE CURSOS DE FORMAÇÃO EM GESTÃO EMPRESARIAL; FORNECIMENTO DE CURSOS PARA FORMAÇÃO; FORNECIMENTO DE CURSOS DE INSTRUÇÃO SOBRE GESTÃO EM GERAL; FORNECIMENTO DE CURSOS DE INSTRUÇÃO RELACIONADOS COM A GESTÃO DO TEMPO INDIVIDUAL; FORNECIMENTO DE CURSOS DE INSTRUÇÃO; FORNECIMENTO DE INSTALAÇÕES PARA FORMAÇÃO; INSTRUÇÃO EM COMPORTAMENTOS SOCIAIS; ORGANIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE CURSOS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE CURSOS QUE RECORREM A MÉTODOS DE APRENDIZAGEM À DISTÂNCIA; ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE FESTIVAIS PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE FORMAÇÃO EMPRESARIAL; ORGANIZAÇÃO DE OFICINAS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE SIMPÓSIOS RELACIONADOS COM FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE VISITAS PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO DE WORKSHOPS PROFISSIONAIS E CURSOS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE CURSOS PRÁTICOS DE FORMAÇÃO [WORKSHOPS]; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE WORKSHOPS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE WORKSHOPS E SEMINÁRIOS SOBRE AUTOCONSCIÊNCIA; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE CURSOS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE PALESTRAS PARA FINS DE FORMAÇÃO; ORGANIZAÇÃO E

REALIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES PARA FINS DE FORMAÇÃO; PLANEAMENTO E REALIZAÇÃO DE AÇÕES DE FORMAÇÃO; PRESTAÇÃO DE CURSOS DE FORMAÇÃO; PRESTAÇÃO DE CURSOS DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM A FORMAÇÃO; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE FORMAÇÃO; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE FORMAÇÃO PARA EMPRESAS; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES E NOTÍCIAS ON-LINE NO DOMÍNIO DA FORMAÇÃO PROFISSIONAL; PRODUÇÃO DE MATERIAL DIDÁTICO PARA DISTRIBUIÇÃO EM CURSOS DE GESTÃO; REALIZAÇÃO DE AÇÕES DE FORMAÇÃO; SERVIÇOS DE ASSESSORIA RELACIONADOS COM FORMAÇÃO; SERVIÇOS DE ATIVIDADES DE FORMAÇÃO; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA EM FORMAÇÃO EMPRESARIAL; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA EM MATÉRIA DE FORMAÇÃO DE EMPREGADOS; SERVIÇOS DE CONSULTADORIA RELACIONADOS COM FORMAÇÃO; SERVIÇOS DE CONSULTORIA RELACIONADOS COM A ELABORAÇÃO DE CURSOS DE FORMAÇÃO; SERVIÇOS DE FORMAÇÃO DE PESSOAL; SERVIÇOS DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL; SERVIÇOS DE INSTRUÇÃO E FORMAÇÃO

(591)

(540)

NÃO QUERO ADORMECER.

(210) **632289**

MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT JAMIL JOSÉ HENENI PIRES LEITE DE MAGALHÃES**

(511) 35 ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS, EXPOSIÇÕES, FEIRAS E ESPETÁCULOS PARA FINS COMERCIAIS, PROMOCIONAIS E PUBLICITÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES E DE EVENTOS COM FINS COMERCIAIS OU DE PUBLICIDADE; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE EVENTOS PROMOCIONAIS DE MARKETING PARA TERCEIROS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS COM FINS COMERCIAIS E PUBLICITÁRIOS; ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE EVENTOS PROMOCIONAIS; PROMOÇÃO DE EVENTOS ESPECIAIS; SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO RELACIONADOS COM EVENTOS DE DESPORTOS ELETRÓNICOS; SERVIÇOS DE MARKETING RELACIONADOS COM EVENTOS DE DESPORTOS ELETRÓNICOS; SERVIÇOS DE PROMOÇÃO RELACIONADOS COM EVENTOS DE DESPORTOS ELETRÓNICOS; REALIZAÇÃO, PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS E FEIRAS COMERCIAIS COM FINS COMERCIAIS E PUBLICITÁRIOS; PROMOÇÃO DE COMPETIÇÕES E EVENTOS DESPORTIVOS; PROMOÇÃO DE VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TERCEIROS POR MEIO DE EVENTOS PROMOCIONAIS

38 TRANSMISSÃO POR FLUXO CONTÍNUO DE EVENTOS RELACIONADOS COM DESPORTOS ELETRÓNICOS; TRANSMISSÃO DE EVENTOS RELACIONADOS COM DESPORTOS ELETRÓNICOS

41 APRESENTAÇÃO DE EVENTOS DE ENTRETENIMENTO AO VIVO

(591)

(540)

MAGICSHOT GAMING FESTIVAL

(210) **632292**

MNA

(220) 2019.10.23

(300)

(730) **PT JOAO FRANCISCO VIEGAS ROSA**

(511) 03 SABONETES DE DUCHE; SABONETES EM FORMA DE GEL; SABONETES LÍQUIDOS; SABONETES PARA LAVAR O CORPO; SABONETES PARA O BANHO; SABONETES PERFUMADOS; PERFUMES; PERFUMES PARA INTERIORES SOB A FORMA DE VAPORIZADORES; AROMAS PARA PERFUMES; EXTRATOS DE PERFUMES

(591)

(540)

QUELUZ

(210) **632299**

MNA

(220) 2019.10.24

(300)

(730) **PT PAULO ALEXANDRE FERREIRA UNIPESSOAL LDA**

(511) 09 BASES DE DADOS ELETRÓNICAS; APLICAÇÕES DE FLUXO DE TRABALHO; APLICAÇÕES DE SOFTWARE INFORMÁTICO DESCARREGÁVEIS; APLICAÇÕES DESCARREGÁVEIS DESTINADAS A DISPOSITIVOS MÓVEIS; APLICAÇÕES MÓVEIS; APLICAÇÕES PARA TRABALHOS DE ESCRITÓRIO E PARA EMPRESAS; PACOTES DE SOFTWARE; PLATAFORMAS DE SOFTWARE COLABORATIVO [SOFTWARE]; PLATAFORMAS PARA SOFTWARE DE GESTÃO COLABORATIVA; SOFTWARE APLICACIONAL DESCARREGÁVEL; SOFTWARE APLICATIVO DESCARREGÁVEL PARA TELEFONES INTELIGENTES; SOFTWARE APLICATIVO PARA TELEMÓVEIS; SOFTWARE DE APLICAÇÃO PARA COMPUTADORES; SOFTWARE PARA CONTROLO DO TEMPO; SOFTWARE PARA GESTÃO DA FORÇA DE TRABALHO; SOFTWARE PARA GESTÃO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS

(591)

(540)

2SMART

(210) **632303**

MNA

(220) 2019.10.24

(300)

(730) **PT ADDLIFE - IMAGEM E COMUNICAÇÃO, LDA**

(511) 09 SOFTWARE; SOFTWARE DE APLICAÇÃO; SOFTWARE DE APRENDIZAGEM AUTOMÁTICA PARA ANÁLISE; SOFTWARE DE ASSISTENTE VIRTUAL; SOFTWARE DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL; SOFTWARE DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA CUIDADOS DE SAÚDE; SOFTWARE DE REALIDADE AUMENTADA PARA SIMULAÇÃO; SOFTWARE DE REALIDADE AUMENTADA

35 MARKETING SOB A FORMA DE EVENTOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS COM FINS COMERCIAIS E PUBLICITÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS, EXPOSIÇÕES, FEIRAS E ESPETÁCULOS PARA FINS COMERCIAIS, PROMOCIONAIS E PUBLICITÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE EXPOSIÇÕES E DE EVENTOS COM FINS COMERCIAIS OU DE PUBLICIDADE; ORGANIZAÇÃO E DIREÇÃO DE EVENTOS PROMOCIONAIS DE MARKETING PARA TERCEIROS

(210) **632310**
(220) 2019.10.24
(300)
(730) **PT JOÃO PEDRO RIBEIRO DOS SANTOS**
(511) 36

MNA

(591)

(540)

HEALTH EXPERIENCE

(210) **632307**

(220) 2019.10.24

(300)

(730) **PT BECOMPI - ONLINE SOLUTIONS LDA**

(511) 42 SOFTWARE COMO SERVIÇO [SAAS]; CONCEÇÃO DE SOFTWARE; CONCEÇÃO, DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DE SOFTWARE INFORMÁTICO; CONCEÇÃO, DESENVOLVIMENTO E PROGRAMAÇÃO DE SOFTWARE; CONCEÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE OPERACIONAL PARA ACEDER E UTILIZAR UMA REDE DE COMPUTAÇÃO EM NUVEM; CONCEÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE PARA GESTÃO DE BASES DE DADOS; PROGRAMAÇÃO DE SOFTWARE PARA GESTÃO DE BASES DE DADOS; PROGRAMAÇÃO DE SOFTWARE PARA PLATAFORMAS DE INTERNET; DISPONIBILIZAÇÃO DE SOFTWARE, ON-LINE, NÃO PASSÍVEL DE DOWNLOAD PARA USO EM GESTÃO DE BASES DE DADOS; FORNECIMENTO DE ACESSO TEMPORÁRIO A SOFTWARE OPERATIVO NÃO PASSÍVEL DE DOWNLOAD ONLINE PARA ACEDER E UTILIZAR UMA REDE DE COMPUTAÇÃO EM NUVEM; FORNECIMENTO DE ACESSO TEMPORÁRIO A SOFTWARE ONLINE NÃO PASSÍVEL DE DOWNLOAD PARA GESTÃO DE BASES DE DADOS; FORNECIMENTO DE ACESSO TEMPORÁRIO A SOFTWARE NÃO PASSÍVEL DE DOWNLOAD PARA ANALISAR DADOS FINANCEIROS E ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS; FORNECIMENTO DE ACESSO TEMPORÁRIO A SOFTWARE DE GESTÃO NÃO PASSÍVEL DE DOWNLOAD; FORNECIMENTO DE ACESSO TEMPORÁRIO A SOFTWARE BASEADO NA WEB; FORNECIMENTO DE ACESSO TEMPORÁRIO A APLICAÇÕES DE SOFTWARE NÃO PASSÍVEIS DE DOWNLOAD, ACESSÍVEIS ATRAVÉS DE UM WEBSITE; FORNECIMENTO DE ACESSO TEMPORÁRIO A SOFTWARE EM LINHA, NÃO DESCARREGÁVEL, PARA PROCESSAMENTO DE PAGAMENTOS ELETRÔNICOS; FORNECIMENTO DE ACESSO TEMPORÁRIO A SOFTWARE NÃO DESCARREGÁVEL; FORNECIMENTO DE SOFTWARE EM LINHA NÃO DESCARREGÁVEL; FORNECIMENTO DE UTILIZAÇÃO TEMPORÁRIA DE SOFTWARE NÃO DESCARREGÁVEL

(591)

(540)

BEMARCA

ALUGUER DE APARTAMENTOS; ALUGUER DE BENS IMOBILIÁRIOS; ALUGUER DE CASAS; ALUGUER DE ESCRITÓRIOS E APARTAMENTOS; ALUGUER DE ESCRITÓRIOS [IMOBILIÁRIO]; ALUGUER DE ESPAÇO PARA ESCRITÓRIOS; ALUGUER DE MORADIAS; ALUGUER DE PROPRIEDADES; ALUGUER DE VIVENDAS; ARRENDAMENTO DE ANDARES; ARRENDAMENTO DE APARTAMENTOS, DE ESTÚDIOS E DE QUARTOS; ARRENDAMENTO DE APARTAMENTOS; ARRENDAMENTO DE BENS IMOBILIÁRIOS; ARRENDAMENTO DE CASAS; ARRENDAMENTO DE EDIFÍCIOS; ARRENDAMENTO DE ESCRITÓRIOS; ARRENDAMENTO DE ESCRITÓRIOS PARA CO-WORKING; ARRENDAMENTO DE IMÓVEIS; ARRENDAMENTO DE PROPRIEDADES PLENAS; ARRENDAMENTO DE PROPRIEDADES; ARRENDAMENTO E ALUGUER DE ALOJAMENTO PERMANENTE; CONTRATAÇÃO DE ALUGUER DE ALOJAMENTO; LOCAÇÃO DE BENS IMOBILIÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE ACORDOS DE ARRENDAMENTO E DE ALUGUER DE BENS IMOBILIÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE ARRENDAMENTO DE IMÓVEIS; ORGANIZAÇÃO DE ARRENDAMENTOS [UNICAMENTE BENS IMOBILIÁRIOS]; ORGANIZAÇÃO DE CONTRATOS PARA ARRENDAMENTO DE BENS IMOBILIÁRIOS; ORGANIZAÇÃO DE CONTRATOS DE ARRENDAMENTO DE BENS IMOBILIÁRIOS; SERVIÇOS DE LISTAGEM DE IMOVEIS PARA ARRENDAMENTO OU ALUGUER

43 ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; ALUGUER DE QUARTOS ENQUANTO ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; ALUGUER DE SALAS PARA FINS SOCIAIS; ALUGUER TEMPORÁRIO DE QUARTOS; ARRENDAMENTO DE QUARTOS; DISPONIBILIZAÇÃO DE ACOMODAÇÕES PARA ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE SERVIÇOS DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO VIA INTERNET; FORNECIMENTO DE ALOJAMENTOS TEMPORÁRIOS MOBILADOS; FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO HABITACIONAL TEMPORÁRIO; FORNECIMENTO DE INSTALAÇÕES PARA EVENTOS E DE INSTALAÇÕES TEMPORÁRIAS PARA ESCRITÓRIOS E REUNIÕES; FORNECIMENTO DE ZONAS DE REPOUSO TEMPORÁRIAS PARA PASSAGEIROS; HOTÉIS, POUSADAS E ALBERGUES, ALOJAMENTO PARA FÉRIAS E TURISMO; GESTÃO DOS SERVIÇOS DE ALOJAMENTO PARA MEMBROS; INSTALAÇÕES PARA EVENTOS E INSTALAÇÕES TEMPORÁRIAS PARA ESCRITÓRIOS E REUNIÕES; ORGANIZAÇÃO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; ORGANIZAÇÃO E FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS COM RESERVA DE ALOJAMENTO; PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ABRIGOS DE EMERGÊNCIA NOMEADAMENTE DE HABITAÇÃO TEMPORÁRIA; RESERVA DE ALOJAMENTO PARA VIAJANTES; RESERVA DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; RESERVA DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO VIA INTERNET; RESERVA DE QUARTOS; RESERVAS DE ALOJAMENTO; RESERVAS DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; RESERVAS DE ALOJAMENTOS TEMPORÁRIOS; SERVIÇOS DE ABRIGO DE EMERGÊNCIA [FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO]; SERVIÇOS DE ACOMODAÇÃO PARA EVENTOS; SERVIÇOS DE RESERVAS PARA ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE RESERVAS DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS PARA MARCAÇÃO DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE RESERVA DE

QUARTOS; SERVIÇOS DE RESERVA PARA MARCAÇÃO DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE RECEÇÃO PARA ALOJAMENTO TEMPORÁRIO [GESTÃO DE CHEGADAS E PARTIDAS]; SERVIÇOS DE OPERADORES TURÍSTICOS PARA A RESERVA DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; SERVIÇOS DE HOSPITALIDADE [ALOJAMENTO]; SERVIÇOS DE BENEFICÊNCIA, NOMEADAMENTE FORNECIMENTO DE ALOJAMENTO TEMPORÁRIO; SERVIÇOS DE ALUGUER DE QUARTOS; SERVIÇOS DE ALOJAMENTOS PARA FÉRIAS; SERVIÇOS DE ALOJAMENTO

(591)
(540)

PORTOHALL

(210) **632313** MNA
(220) 2019.10.24
(300)
(730) PT MIGUEL FILIPE ROCHETA RUA DE ALMEIDA CARVALHO
(511) 45 SERVIÇOS RELIGIOSOS; ORGANIZAÇÃO DE ENCONTROS RELIGIOSOS
(591)
(540)

JMJ LISBOA 2022

(210) **632314** MNA
(220) 2019.10.24
(300)
(730) PT MUNDO DAS TROPELIAS II, UNIPessoal, LDA.
(511) 39 FORNECIMENTO DE DADOS RELACIONADOS COM O TRANSPORTE DE PASSAGEIROS; FORNECIMENTO DE TRANSPORTE PARAPASSEIROS POR VIA TERRESTRE; FORNECIMENTO DE VEÍCULOS ALUGADOS PARA O TRANSPORTE DE PASSAGEIROS; ORGANIZAÇÃO DE SERVIÇOS DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS PARA TERCEIROS ATRAVÉS DE UMA APLICAÇÃO ONLINE; SERVIÇOS DE AGÊNCIA PARA A ORGANIZAÇÃO DO TRANSPORTE DE PASSAGEIROS; SERVIÇOS DE DETEÇÃO DE VEÍCULOS DE PASSAGEIROS OU DE CARGA ATRAVÉS DE COMPUTADOR OU GPS [INFORMAÇÃO SOBRE TRANSPORTES]; SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO COMPUTORIZADOS RELACIONADOS COM O TRANSPORTE DE PASSAGEIROS; SERVIÇOS DE RESERVA COMPUTORIZADOS RELACIONADOS COM O TRANSPORTE DE PASSAGEIROS; TRANSPORTE DE PASSAGEIROS; TRANSPORTE DE PASSAGEIROS EM AUTOMÓVEL; TRANSPORTE TERRESTRE DE PASSAGEIROS; VIAGENS E TRANSPORTE DE PASSAGEIROS.

(591)
(540)

MUNDO TRANSP

(210) **632316** MNA
(220) 2019.10.24
(300)
(730) PT LUSOMEDICAMENTA- SOCIEDADE TÉCNICA FARMACÊUTICA, S.A.
(511) 05 MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO.
(591)
(540)

ESTASP

(210) **632328** MNA
(220) 2019.10.21
(300)
(730) PT MIGUEL ANDRADE
(511) 41 APRESENTAÇÃO DE EVENTOS DE ENTRETENIMENTO AO VIVO
(591)
(540)

MADEIRA GAMING FESTIVAL

(210) **632329** MNA
(220) 2019.10.21
(300)
(730) PT POPPIES AND STARS - LDA
(511) 35 COMÉRCIO A RETALHO DE BIJUTARIA, JOALHARIA, RELOJOARIA, VESTUÁRIO, ARTIGOS PARA A CASA, ARTIGOS DE DECORAÇÃO E ARTIGOS DE DESIGN; SERVIÇOS DE VENDA A RETALHO RELATIVOS A BIJUTARIA, JOALHARIA, RELOJOARIA, VESTUÁRIO, ARTIGOS PARA A CASA, ARTIGOS DE DECORAÇÃO E ARTIGOS DE DESIGN; PROMOÇÃO DE VENDAS NA ÁREA DA BIJUTARIA, JOALHARIA, RELOJOARIA, VESTUÁRIO, ARTIGOS PARA A CASA, ARTIGOS DE DECORAÇÃO E ARTIGOS DE DESIGN
(591) PRETO;ENCARNADO;
(540)



(531) 1.1.99 ; 27.99.15

(210) **632330** MNA
(220) 2019.10.21
(300)
(730) PT ANDRÉ LOURAÇO DA FLORÊNCIA
(511) 41 ATIVIDADES DE DIVERSÃO, DESPORTIVAS E CULTURAIS
(591)

(540)

SOUL SURF SCHOOL

(210) **632336** MNA

(220) 2019.10.22

(300)

(730) PT **LEIRITECHSWISS - TECHNICAL SOLUTIONS, LDA**

(511) 42 ESTUDOS DE PROJETOS DE ENGENHARIA; PLANEAMENTO DE PROJETOS TÉCNICOS NA ÁREA DA ENGENHARIA; SERVIÇOS DE GESTÃO DE PROJETOS DE ENGENHARIA; SERVIÇOS DE PROJETOS DE ENGENHARIA; SERVIÇOS DE PROJETO E DE DESIGN DE ENGENHARIA ASSISTIDOS POR COMPUTADOR

(591)

(540)



(531) 17.1.8 ; 26.3.1

Concessões

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
616436	2019.10.28	2019.10.28	PEDRO MIGUEL SOARES PÊGO	PT	35	RECUSA PARCIAL DO REGISTO: arts. 232.º n.º 1 al. b); 229.º n.º 5 e 237.º do cpi. recusa parcial do registo para todos os produtos da cl. 25. RECUSA PARCIAL DO REGISTO: arts. 232.º n.º 1 al. b); 229.º n.º 5 e 237.º do cpi. recusa parcial do registo para todos os produtos da cl. 03, da cl. 05 e da cl. 31 RECUSA PARCIAL DO REGISTO: arts. 232.º n.º 1 al. b); 229.º n.º 5 e 237.º do cpi. recusa parcial do registo para todos os produtos da cl. 25
621444	2019.10.28	2019.10.28	CARDOSO & CHAMUSCA, LDA	PT	20 42	
621563	2019.10.28	2019.10.28	ADÃO MANUEL OLIVEIRA TEIXEIRA	PT	28	
621664	2019.10.28	2019.10.28	TIAGO DA SILVA FERNANDES MANO	PT	28	
625169	2019.10.29	2019.10.29	JLV. LDA	PT	09	
625211	2019.10.29	2019.10.29	CORIO ESPAÇO GUIMARÃES-PROMOÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE INVESTIMENTOS IMOBILIÁRIOS, S.A.	PT	16 35 36 41 43	
625212	2019.10.29	2019.10.29	CORIO ESPAÇO GUIMARÃES-PROMOÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE INVESTIMENTOS IMOBILIÁRIOS, S.A.	PT	16 35 36 41 43	
625970	2019.10.29	2019.10.29	NUNO MIGUEL LIMA GONÇALVES	PT	41 44	
626008	2019.10.29	2019.10.29	INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA	PT	41	
626217	2019.10.29	2019.10.29	ANTÓNIO TIAGO TEIXEIRA NEVES	PT	44	
626228	2019.10.29	2019.10.29	FILIPE CALDEIRA RICO	PT	25 41	
626244	2019.10.29	2019.10.29	HELIDA CRISTINA RODRIGUES BAPTISTA MORENO PINTO	PT	03	
626409	2019.10.29	2019.10.29	BOSQUENTUSIASTA - LDA	PT	39	
626411	2019.10.29	2019.10.29	DRIBLE LDA	PT	42	
626418	2019.10.29	2019.10.29	MARIA INÊS DELGADO MARQUES	PT	35	
626421	2019.10.29	2019.10.29	ADEGA DOS HERDEIROS, LDA	PT	33	
626423	2019.10.29	2019.10.29	JOÃO CRUZ & ISABEL CARDANA, LDA.	PT	43	
626425	2019.10.29	2019.10.29	LINDSEY ANNE HOYLE	PT	43	
626437	2019.10.29	2019.10.29	LUCAS ARAUJO, UNIPESSOAL LDA	PT	43	
626450	2019.10.29	2019.10.29	AFONSO AUGUSTO OVA DOS SANTOS	PT	36	
626452	2019.10.29	2019.10.29	I. GONÇALVES & M. DUARTE, LDA	PT	37 39 44	

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
626454	2019.10.29	2019.10.29	CAMINHOS SEM ATALHO - PRODUÇÕES ARTÍSTICAS UNEPESSOAL, LDA.	PT	41	
626456	2019.10.29	2019.10.29	CAMINHOS SEM ATALHO - PRODUÇÕES ARTÍSTICAS, UNIPESOAL LDA.	PT	41	
626487	2019.10.29	2019.10.29	MARIA MANUELA TEIXEIRA MENDES ABREU	PT	14 25	
626490	2019.10.29	2019.10.29	GONZAGAROSA ADVISORY, UNIPESOAL, LDA	PT	35 36	
626491	2019.10.29	2019.10.29	GONZAGAROSA ADVISORY, UNIPESOAL, LDA	PT	35 36	
626492	2019.10.29	2019.10.29	GONZAGAROSA ADVISORY, UNIPESOAL, LDA	PT	35 36	
626493	2019.10.29	2019.10.29	REAL CAVE DO CEDRO, LDA.	PT	33	
626494	2019.10.29	2019.10.29	BOANERGES FREIRE CARNEIRO DE CAMPOS	PT	37	
626495	2019.10.29	2019.10.29	REAL CAVE DO CEDRO, LDA.	PT	33	
626500	2019.10.29	2019.10.29	REVELACHARME - CALÇADO, UNIPESOAL, LDA.	PT	25	
626506	2019.10.29	2019.10.29	MARATONA DOS SABIOS UNIPESOAL LDA	PT	06	
626508	2019.10.29	2019.10.29	JAY WILLIAM ALEXANDER CARSON	PT	41 45	
626540	2019.10.29	2019.10.29	BOSQUE HARMONIA RESTAURAÇÃO LDA	PT	33	
626542	2019.10.29	2019.10.29	HOTUBAL - SOCIEDADE DE CONSTRUÇÃO E EXPLORAÇÃO DE HOTEIS S.A	PT	43	
626546	2019.10.29	2019.10.29	FÁBRICAS LUSITANA - PRODUTOS ALIMENTARES, S.A.	PT	35	
626549	2019.10.29	2019.10.29	FIDELIDADE - COMPANHIA DE SEGUROS, S.A.	PT	35 36 41 42	
626557	2019.10.29	2019.10.29	MARIA DA CONCEIÇÃO CANELAS MARQUES	PT	30	
626559	2019.10.29	2019.10.29	FRUTAS PATRÍCIA PILAR S.A.	PT	31	
626564	2019.10.29	2019.10.29	INSERTPAGE - INFORMÁTICA LDA	PT	09	
626565	2019.10.29	2019.10.29	SOCIEDADE AGRÍCOLA D. DINIZ, S.A.	PT	33	
626568	2019.10.29	2019.10.29	GLOBSER - CONSULTADORIA E DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL LDA	PT	35	
626571	2019.10.29	2019.10.29	BARES BOTECA, LDA	PT	43	
626574	2019.10.29	2019.10.29	BRISAS CORDIAIS - MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA, LDA	PT	36	
626577	2019.10.29	2019.10.29	LUCIO DUVAL BARBOSA	PT	14	
626578	2019.10.29	2019.10.29	PAULO A M SILVA - CONSTRUTORA, LDA	PT	37	
626582	2019.10.29	2019.10.29	VAL DO SOL CERÂMICAS S.A	PT	21	
626592	2019.10.29	2019.10.29	BEATRIZ CORREIA REI LIMA	PT	35	
626593	2019.10.29	2019.10.29	CLUBE DE ATLETISMO OLÍMPICO VIANENSE	PT	41	
626595	2019.10.29	2019.10.29	PAULO JORGE SOARES TRINDADE	PT	33	
626601	2019.10.29	2019.10.29	BENE FARMACÊUTICA, LDA.	PT	05	
626602	2019.10.29	2019.10.29	CARTAZ FAVORITO - DESIGN UNIPESOAL, LDA	PT	37 40	
626627	2019.10.29	2019.10.29	FUNDAÇÃO BELMIRO DE AZEVEDO	PT	41	
626631	2019.10.29	2019.10.29	NOVO BANCO, S.A.	PT	35 36 38	
626633	2019.10.29	2019.10.29	NOVO BANCO, S.A.	PT	35 36 38	
626646	2019.10.29	2019.10.29	CORDEIROVENDING - SERVIÇOS DE VENDING LDA	PT	07	
626658	2019.10.29	2019.10.29	FRUTÍCOLA DO VALE DO SÃO FRANCISCO, UNIPESOAL LDA.	PT	31	

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
626670	2019.10.29	2019.10.29	ENGIPROT - SERVIÇOS DE ENGENHARIA, LDA	PT	42	
626678	2019.10.29	2019.10.29	ATUAL INVEST, LDA	PT	36 38 42	
626680	2019.10.29	2019.10.29	EDUARDO MALTA DE MORAES PINTO	BR	36 43	
626686	2019.10.29	2019.10.29	NUNO CARDOSO MENÉRES DE AGUIAR BRANCO	PT	28 35 41	
626707	2019.10.29	2019.10.29	STAGEMOTION, UNIPESOAL, LDA	PT	41 44	
626727	2019.10.29	2019.10.29	TITO MANUEL ROSA GUEDES DE CARVALHO	PT	41 42	
626733	2019.10.29	2019.10.29	TELMO VELEZ MILLER DE MAGALHÃES	PT	41	
626736	2019.10.29	2019.10.29	JOÃO FERNANDO ANTUNES MARQUES	PT	36	
626739	2019.10.29	2019.10.29	LUISA MARIA MARCOS RITO	PT	41 44	
626744	2019.10.29	2019.10.29	SÓNIA OLIVEIRA MARTINS	PT	41	
626746	2019.10.28	2019.10.28	AMC INNOVA JUICE & DRINKS, S.L.	ES	32	
626750	2019.10.29	2019.10.29	ADRIANO TELMO DIAS UNIPESOAL, LDA	PT	09 16 34	
626762	2019.10.29	2019.10.29	LILIANA JOÃO GOUVEIA OLIVAL	PT	30	
626769	2019.10.29	2019.10.29	SÉRGIO CLÁUDIO LOPES MOREIRA	PT	42	
626811	2019.10.29	2019.10.29	MARGARIDA PAULA CHAMIÇO HEITOR DIAS BRANCO	PT	35 41	
626812	2019.10.29	2019.10.29	NUNO MANUEL SAMPAIO MOREIRA	PT	25	
626813	2019.10.29	2019.10.29	CLÁUDIA MAGALHÃES UNIPESOAL, LDA	PT	14	
626841	2019.10.29	2019.10.29	MARIA DE JESUS COELHO ALFAIA DUARTE RICO	PT	31	
626843	2019.10.29	2019.10.29	HUGO MIGUEL ROMÃO FERREIRA	PT	37	
626847	2019.10.29	2019.10.29	JORGE MANUEL GOMES MARTINS NEVES	PT	42	
626848	2019.10.29	2019.10.29	JUSTTUKIT, LDA	PT	39	
626849	2019.10.29	2019.10.29	AFONSO TAVARES LEITE BARROS DOS SANTOS	PT	25 35 41	
626850	2019.10.29	2019.10.29	JUSTTUKIT, LDA	PT	39	
626851	2019.10.29	2019.10.29	JUSTTUKIT, LDA	PT	39	
626852	2019.10.29	2019.10.29	JUSTTUKIT, LDA	PT	39	
626853	2019.10.29	2019.10.29	SANDRA ELISABETE DE ALMEIDA E FIGUEIREDO MONTEIRO	PT	39	
626863	2019.10.29	2019.10.29	OPENPHARMA LDA	PT	05	
626864	2019.10.29	2019.10.29	SAUDAL GREEN - PRODUÇÃO & DISTRIBUIÇÃO AGROALIMENTAR, LDA	PT	33	
626868	2019.10.29	2019.10.29	CAMBAS - INVESTIMENTOS HOTELEIROS, LDA	PT	43	
626869	2019.10.29	2019.10.29	AROMARKETING PORTUGAL LDA	PT	03	
626870	2019.10.29	2019.10.29	FORMULA AZUL LDA	PT	37	
626871	2019.10.29	2019.10.29	VITOR MANUEL FRIZA ALMEIDA	PT	37	
626872	2019.10.29	2019.10.29	SAUDAL GREEN - PRODUÇÃO & DISTRIBUIÇÃO AGROALIMENTAR, LDA	PT	29	
626873	2019.10.29	2019.10.29	ANA SOFIA OLIVEIRA SOEIRO DE ALMEIDA	PT	30	
626881	2019.10.29	2019.10.29	CAMBAS - INVESTIMENTOS HOTELEIROS, LDA	PT	43	
626930	2019.10.29	2019.10.29	CAMBAS - INVESTIMENTOS HOTELEIROS, LDA	PT	43	
626931	2019.10.29	2019.10.29	CAMBAS - INVESTIMENTOS HOTELEIROS, LDA	PT	43	
626932	2019.10.29	2019.10.29	CAMBAS - INVESTIMENTOS HOTELEIROS, LDA	PT	43	

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
626933	2019.10.29	2019.10.29	CAMBAS - INVESTIMENTOS HOTELEIROS, LDA	PT	43	
626934	2019.10.29	2019.10.29	CAMBAS - INVESTIMENTOS HOTELEIROS, LDA	PT	43	
626982	2019.10.29	2019.10.29	UNIVERSIDADE DE COIMBRA	PT	09 11 14 16 18 20 21 25 28 35 41 42 43 45	
626997	2019.10.29	2019.10.29	NUNO CRISTIANO ESCAROUPA SABINO SIMÕES	PT	44	
627000	2019.10.29	2019.10.29	MANUEL AUGUSTO PEREIRA FERNANDES	PT	25	
627001	2019.10.29	2019.10.29	BETWEENEPISODE - RECRUTAMENTO E SELECÇÃO LDA	PT	35	
627003	2019.10.29	2019.10.29	CASA DE REPOUSO SOSSEGO DOS AVÓS, UNIPESSOAL, LDA.	PT	43	
627004	2019.10.29	2019.10.29	NOSSE CERAMICS LDA	PT	08 21 24 28	
627005	2019.10.29	2019.10.29	HUMBERTO PEDROSA UNIPESSOAL, LDA	PT	19	
627006	2019.10.29	2019.10.29	ELSON TOME JESUS SEDAS	PT	09	
627007	2019.10.29	2019.10.29	GUEST TRANSFERS UNIPESSOAL LDA	PT	39	
627012	2019.10.29	2019.10.29	PASTELARIA LIDO, LDA	PT	43	

Vigências por sentença

Processo	Data do registro	Data da sentença	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
580578	2017.12.19	2019.06.27	NOVO BANCO, S.A.	PT	36	sentença do tpi, 1º juízo, proc. 81/18.0yhlsb, julgou o recurso procedente e revogou o despacho de concessão do inpi; trl concedeu provimento ao recurso e revogou a decisão recorrida, confirmando o despacho de concessão do inpi sentença do tpi, 1º juízo, proc. 83/18.7yhlsb, julgou o recurso improcedente e manteve o despacho de concessão do inpi; trl negou provimento ao recurso e confirmou a decisão recorrida; stj não admitiu o recurso de revista
580579	2017.12.19	2019.02.28	NOVO BANCO, S.A.	PT	36	

Recusas

Processo	Data do pedido	Data da recusa	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
593357	2017.12.18	2019.10.28	FARMINVESTE - INVESTIMENTOS, PARTICIPAÇÕES E GESTÃO, S.A.	PT	05	arts. 209.º n.º 1 al. a); 231.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi
619770	2019.02.28	2019.10.29	PORTUGAL MEGLEREN, LDA	PT	35 39	arts. 209.º, n.º 1, al. a); 231.º, n.º 1, al. b); 229.º, n.º 5 cpi 2018
619855	2019.02.28	2019.10.29	BKC - BOOK COVER EDITORA, LDA.	PT	41	arts. 209.º, n.º 1, al. a); 231.º, n.º 1, al. b); 229.º, n.º 5 cpi 2018
621621	2019.04.02	2019.10.28	DIMAS MANUEL SIMAS DA COSTA LOPES	PT	33	arts. 232.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi.
621635	2019.04.01	2019.10.28	LABORATÓRIO DE PRÓTESE DENTÁRIA LUÍS TAVARES, UNIPESSOAL LDA	PT	10	arts. 232.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi.
621648	2019.04.02	2019.10.28	JOSÉ ANTÓNIO PEREIRA ZINA	PT	33	arts. 232.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi.
621654	2019.04.02	2019.10.28	FERNANDA MARIA COUTINHO DA SILVA BARBOSA	PT	41	arts. 209.º n.º 1 al. a); 231.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi.
621658	2019.04.02	2019.10.28	HIGH SKILLS - FORMAÇÃO E CONSULTORIA, LDA.	PT	41	arts. 209.º n.º 1 al. a); 231.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi.
621660	2019.04.02	2019.10.28	HIGH SKILLS - FORMAÇÃO E CONSULTORIA, LDA.	PT	41	arts. 209.º n.º 1 al. a); 231.º n.º 1 al. b) e 229.º n.º 5 do cpi.
621920	2019.04.05	2019.10.29	VERSÃO FUTURA LDA	PT	39	arts. 209.º, n.º 1, al. a); 231.º, n.º 1, al. b); 229.º, n.º 5 cpi 2018
621935	2019.04.05	2019.10.29	NEWSPEED MARKETING LDA	PT	12	arts. 232.º, n.º 1, al. b); 229.º n.º 5 do cpi 2018
622036	2019.04.08	2019.10.29	AUGUSTO CÉSAR LANDO DE ARMADA	PT	25	arts. 209.º, n.º 1, al. a); 231.º, n.º 1, al. b); 229.º, n.º 5 cpi 2018
622147	2019.04.08	2019.10.29	CÂMARA MUNICIPAL DE SETÚBAL	PT	25 35 36 39 41 43	arts. 209.º, n.º 1, al. a); 231.º, n.º 1, al. b); 229.º, n.º 5 cpi 2018

Renovações

N.ºs 194 663, 231 809, 334 583, 335 901, 336 097, 339 064, 420 918, 451 765, 451 861, 451 862, 452 664, 453 010, 453 107, 453 558, 453 838, 455 518, 458 165, 459 272 e 460 847.

Caducidades por falta de pagamento de taxa

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
166607	1971.01.13	2019.10.22	POLIMAIA SOCIEDADE GESTORA DE PART.SOC.S.A.	PT	
177752	1972.08.29	2019.10.22	SOPLASNOR-SOCIEDADE DE PLASTICOS DO NORTE, SA.	PT	
177779	1972.08.30	2019.10.22	MATTEL, INC.	US	
182399	1973.06.28	2019.10.22	BEECHAM PORTUGUESA - PRODUTOS FARMACÊUTICOS E QUÍMICOS, LDA.	PT	
189506	1975.06.19	2019.10.22	BRISTOL-MYERS SQUIBB FARMACÊUTICA PORTUGUESA, LDA	PT	
213814	1981.11.12	2019.10.22	CASTRO MAGALHÃES, LDA.	PT	
216354	1982.05.28	2019.10.22	HELIFLEX TUBOS E MANGUEIRAS, S.A.	PT	
216356	1982.05.28	2019.10.22	HELIFLEX TUBOS E MANGUEIRAS, S.A.	PT	
216361	1982.05.28	2019.10.22	HELIFLEX TUBOS E MANGUEIRAS, S.A.	PT	
216362	1982.05.28	2019.10.22	HELIFLEX TUBOS E MANGUEIRAS, S.A.	PT	
216363	1982.05.28	2019.10.22	HELIFLEX TUBOS E MANGUEIRAS, S.A.	PT	
216449	1982.06.03	2019.10.22	HELIFLEX TUBOS E MANGUEIRAS, S.A.	PT	
216458	1982.06.03	2019.10.22	LACTIBAR - LACTICÍNIOS DO SABUGAL, SA.	PT	
216459	1982.06.03	2019.10.22	LACTIBAR - LACTICÍNIOS DO SABUGAL, SA.	PT	
216462	1982.06.03	2019.10.22	LACTIBAR - LACTICÍNIOS DO SABUGAL, SA.	PT	
216463	1982.06.03	2019.10.22	LACTIBAR - LACTICÍNIOS DO SABUGAL, SA.	PT	
216818	1982.06.29	2019.10.22	GLAXO GROUP LIMITED	GB	
216828	1982.06.30	2019.10.22	TRINCEL - TRANSFORMADORA INDUSTRIAL DO CENTRO LDA.	PT	
216868	1982.06.30	2019.10.22	TILPAC COMÉRCIO DE PRODUTOS ALIMENTARES	PT	
217202	1982.07.30	2019.10.22	HI-TEC SPORTS PUBLIC LIMITED COMPANY	GB	
217203	1982.07.30	2019.10.22	CDISCOUNT	FR	
220032	1983.03.18	2019.10.22	J & W HARDIE LIMITED	GB	
224446	1984.03.20	2019.10.22	QUINTA DE PANCAS - VINHOS, S.A.	PT	
224449	1984.03.21	2019.10.22	KABUSHIKI KAISHA BANDAI	JP	
224955	1984.03.21	2019.10.22	HIGROMEDOM - PRODUTOS QUÍMICOS, LTD.	PT	
315294	1996.02.07	2019.10.22	JOSÉ MANUEL MACHADO RODRIGUES	PT	
315533	1996.02.21	2019.10.22	BRITOS ACESSÓRIOS DE FARMÁCIA LDA	PT	
320199	1996.11.07	2019.10.22	DAIICHI SANKYO PORTUGAL, LDA.	PT	
320201	1996.11.07	2019.10.22	DAIICHI SANKYO PORTUGAL, LDA.	PT	
320426	1996.11.19	2019.10.22	JORGE LOPES DE OLIVEIRA	PT	
327314	1997.11.20	2019.10.22	JOSÉ MARIA MATAMOROS SANCHEZ	ES	
328877	1998.02.20	2019.10.22	CONVATEC INC.	US	
333201	1998.10.26	2019.10.22	THE DOW CHEMICAL COMPANY	US	
333218	1998.10.27	2019.10.22	CARLOS SIMÕES & LOPES LDA.	PT	
333227	1998.10.27	2019.10.22	JOSÉ ANTÓNIO CABRAL FERNANDES	PT	
333229	1998.10.27	2019.10.22	J.G.SOCIEDADE DE MEDIAÇÃO DE SEGUROS, LDA.	PT	
333234	1998.10.27	2019.10.22	BIOGEN IDEC MA INC.	US	
333245	1998.10.28	2019.10.22	INTERCONTINENTAL GREAT BRANDS LLC	US	
333250	1998.10.28	2019.10.22	QUINTA DA MALAFAIA-EMPREEND.TURÍST.COSTA VERDE,LDA	PT	
333274	1998.10.29	2019.10.22	BANCO POPULAR PORTUGAL, S.A.	PT	
333283	1998.10.29	2019.10.22	ADÃO OCULISTA, LDA.	PT	
333303	1998.10.30	2019.10.22	SOCIEDADE AGRÍCOLA DO PERAL, S.A.	PT	
422289	2007.10.10	2019.10.22	CREDIMAIS - CONSULTORIA FINANCEIRA LDA	PT	
423424	2007.11.02	2019.10.22	JOÃO PAULO MARTINS SEQUEIRA	PT	
424504	2007.11.23	2019.10.22	GLOBAL BUSINESS BROKERS FRANCHISING DE PORTUGAL, LDA.	PT	
425331	2007.12.03	2019.10.22	EDIFÍCIOS PARK - EMPREENDIMENTOS	PT	

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
425332	2007.12.03	2019.10.22	IMOBILIÁRIOS E TURÍSTICOS, S.A. EDIFÍCIOS PARK - EMPREENDIMENTOS	PT	
426182	2008.01.03	2019.10.22	IMOBILIÁRIOS E TURÍSTICOS, S.A. CARLOS MANUEL GUIMARÃES DE CASTRO AZEVEDO	PT	
430242	2008.03.21	2019.10.22	PILOT CAR - COMÉRCIO DE AUTOMÓVEIS, LDA.	PT	
431697	2008.04.22	2019.10.22	C.E.U. - COOPERATIVA DE ENSINO UNIVERSITÁRIO, C.R.L.	PT	
432813	2008.05.14	2019.10.22	JOSÉ ANTÓNIO DE PINHO RIBEIRO	PT	
436142	2008.07.24	2019.10.22	PLURICANAL LEIRIA - COMPANHIA DE TELEVISÃO POR CABO, S.A.	PT	
437181	2008.08.19	2019.10.22	MULTI ENTERPRISES, LIMITED - SUCURSAL EM PORTUGAL	PT	
438351	2008.09.19	2019.10.22	JORGE MANUEL CASTANHEIRA MARQUES	PT	
438670	2008.09.26	2019.10.22	MEGAPARTNER, LDA.	PT	
439308	2008.12.30	2019.10.22	CAIXA CENTRAL - CAIXA CENTRAL DE CRÉDITO AGRÍCOLA MÚTUO, C.R.L.	PT	
440349	2008.10.30	2019.10.22	JOSÉ RICARDO SOUSA LOPES PEREIRA DA SILVA	PT	
440870	2008.11.14	2019.10.22	GEORG MARTIN VINDHEIM	PT	
441359	2008.11.23	2019.10.22	ARTUR MIGUEL PEREIRA VIEIRA	PT	
442016	2008.12.10	2019.10.22	DEPARTAMENTO DE ACÇÃO SOCIAL - CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA	PT	
442141	2009.02.03	2019.10.22	CASAS DA SENHORA DA ESTRELA - TURISMO RURAL, LDA.	PT	
442710	2008.12.30	2019.10.22	CARRISTUR - INOVAÇÃO EM TRANSPORTES URBANOS E REGIONAIS, SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA.	PT	
442719	2008.12.31	2019.10.22	ANTÓNIO JOSÉ MAGALHÃES DE SOUZA CRUZ	PT	
442756	2008.12.31	2019.10.22	VÍTOR MANUEL MARQUES HENRIQUES	PT	
442824	2008.12.29	2019.10.22	PEDRO MIGUEL LOURENÇO MATIAS	PT	
442963	2009.01.09	2019.10.22	GEORG MARTIN VINDHEIM	PT	
442966	2009.01.08	2019.10.22	PANASONIC CORPORATION	JP	
443180	2009.01.12	2019.10.22	PÓLIS MICE, UNIPESSOAL, LDA.	PT	
443195	2009.01.12	2019.10.22	LUÍS RICARDO DA CUNHA SERRÃO RAMOS REBELO	PT	
443203	2009.01.13	2019.10.22	JORGE AUGUSTO GONÇALVES PAULO	PT	
443217	2009.01.14	2019.10.22	ÉLIO JOSÉ DE OLIVEIRA FURA	PT	
443268	2009.01.13	2019.10.22	EDIÇÕES FIO DA NAVALHA, LDA.	PT	
443270	2009.01.13	2019.10.22	EDIÇÕES FIO DA NAVALHA, LDA.	PT	
443294	2009.01.15	2019.10.22	CARLOS SARAIVA IV HOTÉIS - EXPLORAÇÃO TURÍSTICA, S.A.	PT	
443332	2009.01.14	2019.10.22	GLOBAL EXPERTS, SOLUÇÕES EM TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO, LDA.	PT	
443345	2009.01.15	2019.10.22	LUSOARQ - ARQUITECTURA E IMÓVEIS, S.A.	PT	
443346	2009.01.15	2019.10.22	LORENA GELADOS, LDA.	PT	
443352	2009.01.15	2019.10.22	RIQUITOS - LAGAR DE AZEITE, LDA.	PT	
443428	2009.01.15	2019.10.22	GOMES PEREIRA - INFORMÁTICA E TELECOMUNICAÇÕES, SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA.	PT	
443432	2009.01.16	2019.10.22	DINIZES & FONSECA, LDA.	PT	
443439	2009.01.16	2019.10.22	BARROS & MOREIRA, S.A.	PT	
443452	2009.01.19	2019.10.22	NIBBLE - ENGENHARIA, LDA.	PT	
443468	2009.01.20	2019.10.22	HENKEL IP & HOLDING GMBH	DE	
443497	2009.01.20	2019.10.22	DEL FIM JORGE PINTO REIS	PT	
443512	2009.01.21	2019.10.22	ZON MULTIMÉDIA - SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES E MULTIMÉDIA, SGPS, S.A.	PT	
443516	2009.01.14	2019.10.22	PICK GREEN, LDA.	PT	
443524	2009.01.22	2019.10.22	VALÉRIO SARAIVA DA SILVA	PT	
443528	2009.01.18	2019.10.22	MOUTINHO & MOUTINHO, LDA.	PT	
443540	2009.01.19	2019.10.22	JOÃO ALBERTO GONÇALVES JOAQUIM RAFAEL	PT	

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
443545	2009.01.20	2019.10.22	SILVA & MENESES SEIXAS, LDA.	PT	
443562	2009.01.21	2019.10.22	FERNANDO NUNO DA SILVA CARVALHO	PT	
443564	2009.01.21	2019.10.22	TIAGO TEIXEIRA BORGES	PT	
443568	2009.01.21	2019.10.22	MOUTINHO & MOUTINHO, LDA.	PT	
443576	2009.01.22	2019.10.22	LOUBERSSAC FRANÇOIS	FR	
443578	2009.01.22	2019.10.22	CAIXA GERAL DE DEPÓSITOS, S.A.	PT	
443586	2009.01.22	2019.10.22	BRISTOL - MYERS SQUIBB COMPANY	US	
443588	2009.01.22	2019.10.22	SOPSA - REPRESENTAÇÕES E COMÉRCIO, LDA.	PT	
443591	2009.01.16	2019.10.22	PÓLIS - VIAGENS E TURISMO, LDA.	PT	
443597	2009.01.20	2019.10.22	PATO & MORAIS, LDA.	PT	
443598	2009.01.20	2019.10.22	SILICONGATE, LDA.	PT	
443599	2009.01.20	2019.10.22	RUI PAULO SANTOS TEIXEIRA SOUSA	PT	
443600	2009.01.20	2019.10.22	MIRA PARQUE - PADARIA PASTELARIA, LDA.	PT	
443604	2009.01.20	2019.10.22	ANDRÉS PABLO TARABBIA ZUBIAURRE	PT	
443608	2009.01.21	2019.10.22	CARNEIRO & FILHOS - IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO DE VESTUÁRIO, LDA.	PT	
443618	2009.01.21	2019.10.22	JOÃO CARLOS GIL SANTOS	PT	
443620	2009.01.21	2019.10.22	JOÃO MANUEL CARDOSO LAPA BARREIROS	PT	
443636	2009.01.22	2019.10.22	CONVERMAQ, UNIPessoal, LDA.	PT	
443648	2009.01.23	2019.10.22	HORTELÃ BRAVA, S.A.	PT	
443652	2009.01.17	2019.10.22	PROMOFISIO - PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS, LDA.	PT	
443654	2009.01.26	2019.10.22	FRANCISCO JOSÉ DOS SANTOS RAMALHO	PT	
443656	2009.01.19	2019.10.22	CARLA MARIA BATISTA ALMADA	PT	
443660	2009.01.20	2019.10.22	VSC2P - COMUNICAÇÃO E IMAGEM, S.A.	PT	
443664	2009.01.20	2019.10.22	JORGE EDUARDO FURTADO CORREIA	PT	
443665	2009.01.20	2019.10.22	JOLEU - SOCIEDADE DE CONSTRUÇÕES, LDA.	PT	
443668	2009.01.20	2019.10.22	VANESSA ALEXANDRA DO ESPÍRITO SANTO FERNANDES	PT	
443672	2009.01.21	2019.10.22	PAULO JORGE LOPES LOURENÇO	PT	
443676	2009.01.21	2019.10.22	PLUSPRINT, LDA.	PT	
443680	2009.01.21	2019.10.22	EXCELSIUS, SGPS, S.A.	PT	
443684	2009.01.21	2019.10.22	EXCELSIUS, SGPS, S.A.	PT	
443686	2009.01.21	2019.10.22	JOÃO GERALDO MENDONÇA PEDRO	PT	
443688	2009.01.21	2019.10.22	ÂNFORA DE AROMAS, UNIPessoal, LDA.	PT	
443694	2009.01.22	2019.10.22	NÍVEL CERTO - REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE IMÓVEIS, LDA.	PT	
443697	2009.01.22	2019.10.22	AUGUSTO DO SÉRGIO - EMPREENDIMENTOS BALNEARES E TURÍSTICOS, LDA.	PT	
443698	2009.01.22	2019.10.22	ALEXANDRA NUNES - ORGANIZAÇÃO DE DESFILES, LDA.	PT	
443704	2009.01.22	2019.10.22	JOAQUIM FERNANDO CACHOPO PEREIRA	PT	
443712	2009.01.22	2019.10.22	PORTELA & CRUZ - SISTEMAS ECOLÓGICOS DE AQUECIMENTO, LDA.	PT	
443716	2009.01.23	2019.10.22	NELSON RUI CORREIA LUCAS	PT	
443720	2009.01.23	2019.10.22	CARLOS MANUEL GERALDES ALVES	PT	
443726	2009.01.23	2019.10.22	VÍCTOR JOSÉ CARVALHO SILVA	PT	
443730	2009.01.23	2019.10.22	COSTA FERREIRA & AMADEU, LDA.	PT	
443732	2009.01.23	2019.10.22	JOSÉ ANTÓNIO DE MATOS FERREIRA	PT	
443736	2009.01.24	2019.10.22	LUSIS - EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS, LDA.	PT	
443742	2009.01.23	2019.10.22	EXCELLENTREASURE, LDA.	PT	
443746	2009.01.26	2019.10.22	LIFETIME VALUE, S.A.	PT	
443748	2009.01.26	2019.10.22	GRANDOPTICAL PORTUGAL, S.A.	PT	
443752	2009.01.23	2019.10.22	AGOSTINHO FARIA MAGALHÃES	PT	
443755	2009.01.23	2019.10.22	UWU SOLUTIONS, UNIPessoal, LDA.	PT	
443756	2009.01.23	2019.10.22	FRANCISCO JOSÉ DA SILVA CORREIA	PT	
443758	2009.01.23	2019.10.22	CRUZ VERMELHA PORTUGUESA	PT	
443759	2009.01.23	2019.10.22	CATARINA DE SAMPAIO E SILVA	PT	
443760	2009.01.23	2019.10.22	TERMOFONTE - IMPORTAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE AQUECIMENTOS, LDA.	PT	

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
443762	2009.01.23	2019.10.22	SÉRGIO VAZ GOMES	PT	
443763	2009.01.23	2019.10.22	SELECTA - SOCIEDADE GESTORA DE FUNDOS DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIOS, S.A.	PT	
443766	2009.01.23	2019.10.22	MARIA PEREIRA DAVID E SILVA	PT	
443770	2009.01.24	2019.10.22	DOROTEIA ÁUREA CORREIA LIMA DOMINGUES	PT	
443774	2009.01.26	2019.10.22	SUSANA CHASSE	PT	
443778	2009.01.26	2019.10.22	DISTRICANENA - SUPERMERCADOS, LDA.	PT	
443782	2009.01.26	2019.10.22	PORTUGALNET - TELECOMUNICAÇÕES E TELEMÁTICA, LDA.	PT	
443786	2009.01.26	2019.10.22	ESTADOZEN, UNIPessoal, LDA.	PT	
443788	2008.12.15	2019.10.22	AFECTIVE - INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE COSMÉTICOS, LDA.	PT	
443793	2009.01.22	2019.10.22	WORK YOUR BODY, LDA.	PT	
443794	2009.01.27	2019.10.22	JOAQUIM PAULO DE SANTA BARBARA VALENTE	PT	
443803	2009.01.27	2019.10.22	REVEL - COMPANHIA DE SERVIÇOS GERAIS, S.A.	PT	
443808	2009.01.28	2019.10.22	VERSUS - PROJECTOS, INFORMÁTICA E FORMAÇÃO, LDA.	PT	
443810	2009.01.28	2019.10.22	VERSUS - PROJECTOS, INFORMÁTICA E FORMAÇÃO, LDA.	PT	
443812	2009.01.28	2019.10.22	VERSUS - PROJECTOS, INFORMÁTICA E FORMAÇÃO, LDA.	PT	
443816	2009.01.28	2019.10.22	VERSUS - PROJECTOS, INFORMÁTICA E FORMAÇÃO, LDA.	PT	
443822	2009.01.24	2019.10.22	NÉLSON RENATO MONTEIRO URBANO	PT	
443823	2009.01.26	2019.10.22	INSTITUTO DOS REGISTOS E DO NOTARIADO	PT	
443826	2009.01.26	2019.10.22	CECÍLIA INÊS CARREIRA CARDOSO	PT	
443839	2009.01.26	2019.10.22	POLVILHE COM AROMAS - RESTAURAÇÃO, LDA.	PT	
443842	2009.01.26	2019.10.22	ANA MARTA GOMES GUIMARÃES GONÇALVES	PT	
443848	2009.01.27	2019.10.22	EMPORCHANCE - CONSULTORIA FINANCEIRA, LDA.	PT	
443850	2009.01.27	2019.10.22	CHARISMATIC CAREERS, UNIPessoal, LDA.	PT	
443852	2009.01.27	2019.10.22	NORBERTO VIEIRA DE OLIVEIRA TENÓRIO	PT	
443854	2009.01.27	2019.10.22	SKY LOUNGE - PRODUÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS, LDA.	PT	
443855	2009.01.27	2019.10.22	2020 EDITORA, LDA.	PT	
443856	2009.01.22	2019.10.22	ARTIFEIRA - ARTIGOS DE DECORAÇÃO DA FEIRA, LDA.	PT	
443858	2009.01.23	2019.10.22	HUMBERTO JOSÉ FERNANDES SILVA	PT	
443874	2009.01.28	2019.10.22	BASF SE	DE	
443882	2009.01.26	2019.10.22	CARLOS MANUEL CONCEIÇÃO PEREIRA	PT	
443883	2009.01.26	2019.10.22	ALESSANDRA DUARTE GARCEZ	PT	
443884	2009.01.26	2019.10.22	TIAGO MIGUEL RODRIGUES PERES	PT	
443886	2009.01.26	2019.10.22	HÉLDER MIGUEL DE ARAÚJO GOMES VASCONCELOS CERQUEIRA	PT	
443893	2009.01.27	2019.10.22	CENTRO TECNOLÓGICO DAS INDÚSTRIAS TÊXTIL E DO VESTUÁRIO DE PORTUGAL - CITEVE	PT	
443894	2009.01.27	2019.10.22	ALFATUBO - EMPRESA DE PLÁSTICOS TÉCNICOS, LDA.	PT	
443896	2009.01.27	2019.10.22	ALFATUBO - EMPRESA DE PLÁSTICOS TÉCNICOS, LDA.	PT	
443900	2009.01.27	2019.10.22	POLÓNIO SOFTWARE ANDA ENGINEERING - CONSULTADORIA E ENGENHARIA DE SISTEMAS, UNIPessoal, LDA.	PT	
443911	2009.01.28	2019.10.22	EDITORA ALTO ASTRAL, LTDA.	BR	
443912	2009.01.28	2019.10.22	SARAH JOELLE DOS REIS PEREIRA	PT	
443914	2009.01.28	2019.10.22	HOSPORT - COMÉRCIO DE VESTUÁRIO, LDA.	PT	
443915	2009.01.28	2019.10.22	LUÍS ARESTA, UNIPessoal, LDA.	PT	
443918	2009.01.28	2019.10.22	MARIA JOSÉ MATOS PIRES DOS SANTOS	PT	

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
443922	2009.01.23	2019.10.22	CUNHA TAVARES SOCIAL MARKET - MARKETING E PUBLICIDADE, LDA.	PT	
443923	2009.01.23	2019.10.22	BAPTISTA E ASSOCIADOS, SOCIEDADE DE SOLICITADORES, R.L.	PT	
443926	2009.01.29	2019.10.22	THE LITTLE SHOP, LDA.	PT	
443930	2009.01.28	2019.10.22	AGEAS PORTUGAL - COMPANHIA DE SEGUROS, S.A.	PT	
443939	2009.01.28	2019.10.22	CARDO E FERNANDES, LDA.	PT	
443942	2009.01.30	2019.10.22	MUNICÍPIO DE SANTA MARIA DA FEIRA	PT	
443943	2009.01.26	2019.10.22	PLUSIFER - ACABAMENTOS INTERIORES, LDA.	PT	
443946	2009.01.26	2019.10.22	TERESA RAQUEL FERREIRA DE ALMEIDA ANTUNES DOS SANTOS	PT	
443947	2009.01.26	2019.10.22	COLÉGIO DA FONTE VELHA - PRIMEIRO CICLO, LDA.	PT	
443950	2009.01.27	2019.10.22	CAVES DA MONTANHA - A. HENRIQUES, LDA.	PT	
443955	2009.01.27	2019.10.22	ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL DO MINHO	PT	
443960	2009.01.28	2019.10.22	SOCIARGIL - SOCIEDADE DE AQUISIÇÃO REVENDA E GESTÃO IMOBILIÁRIA, LDA.	PT	
443962	2009.01.28	2019.10.22	LEIRIAPONTOCOM, S.A.	PT	
443966	2009.01.28	2019.10.22	UNDERSKY, LDA.	PT	
443967	2009.01.28	2019.10.22	MIGUEL DIAS MOURA	PT	
443970	2009.01.29	2019.10.22	PRAÇA DAS IDEIAS - GABINETE DE PSICOLOGIA E CONSULTORIA, LDA.	PT	
443990	2009.01.30	2019.10.22	GABINETE DE PRENSA INFORPRESS, S. L.	ES	
444003	2009.01.27	2019.10.22	URIACH THERALAB, S.A.	PT	
444010	2009.01.27	2019.10.22	A.M. - ACTIVIDADES PSICO-EDUCATIVAS, LDA.	PT	
444018	2009.01.28	2019.10.22	VITOR HUGO BERNARDES DA COSTA	PT	
444029	2009.01.28	2019.10.22	AVELINO FERREIRA DE AMORIM	PT	
444035	2009.01.28	2019.10.22	ROBERTO CARLOS CAIOLA DA SILVA	PT	
444045	2009.01.29	2019.10.22	MIDIAMIND GMBH	DE	
444046	2009.01.29	2019.10.22	MIDIAMIND GMBH	DE	
444054	2009.01.29	2019.10.22	O CELEIRO DA MEMÓRIA - COMÉRCIO DE PRODUTOS NATURAIS E DIETÉTICOS, LDA.	PT	
444070	2009.01.30	2019.10.22	MONEYBOX, LDA.	PT	
444074	2009.01.30	2019.10.22	JOÃO PEDRO ALVES GOMES RUELA DOS SANTOS	PT	
444075	2009.01.30	2019.10.22	JOÃO PEDRO ALVES GOMES RUELA DOS SANTOS	PT	
444083	2009.01.27	2019.10.22	MARIA ESMERALDA ANTUNES GRAÇA	PT	
444095	2009.02.02	2019.10.22	P.E.H RENT-A-HOUSE, LDA.	PT	
444106	2009.01.30	2019.10.22	JOSÉ GUILHERME DE OLIVEIRA DIAS	PT	
444118	2009.02.02	2019.10.22	MAPA AZUL, UNIPessoal, LDA.	PT	
444121	2009.02.02	2019.10.22	EASY DOING - INVESTIMENTOS IMOBILIÁRIOS, S.A.	PT	
444122	2009.02.02	2019.10.22	TESOUROS DA NATUREZA, UNIPessoal, LDA.	PT	
444123	2009.02.02	2019.10.22	CARLA ALEXANDRA GOMES NUNES	PT	
444133	2009.02.02	2019.10.22	ANA ISABEL MONTEIRO BOLOTA GONÇALVES	PT	
444137	2009.01.29	2019.10.22	ARNALDO PAULINO FIALHO RUAZ	PT	
444142	2009.01.24	2019.10.22	JOAQUIM CANTEIRO CAPÃO	PT	
444143	2009.02.02	2019.10.22	ALBINO JOSÉ FORTUNA DA SILVA	PT	
444163	2009.02.04	2019.10.22	AREAL PRAIA - CAFÉ E RESTAURANTE, LDA.	PT	
444166	2009.01.30	2019.10.22	GUSTAVO TEIXEIRA - PRODUÇÕES ARTÍSTICAS UNIPessoal, LDA.	PT	
444171	2009.02.02	2019.10.22	VITOR HUGO BERNARDES DA COSTA	PT	
444174	2009.02.02	2019.10.22	COOLTOUR LX - ANIMAÇÃO TURÍSTICA, LDA.	PT	
444178	2009.02.02	2019.10.22	GUILHERME JACINTO LEITE	PT	
444179	2009.02.02	2019.10.22	AUREGEST - ORGANIZAÇÃO E GESTÃO, UNIPessoal, LDA.	PT	
444193	2009.02.03	2019.10.22	JOSÉ CARITA MONTEIRO	PT	

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
444202	2009.01.30	2019.10.22	IVO GARCIA DA ROCHA	PT	

Averbamentos

Transmissões

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
212108	2019.10.22	DIFCO LABORATORIES INCORPORATED	US	BECTON, DICKINSON AND COMPANY	US	
267362	2019.10.24	RAÇÕES PROGADO CENTRO SUL, SA.	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
267363	2019.10.24	RAÇÕES PROGADO CENTRO SUL, SA.	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
267364	2019.10.24	RAÇÕES PROGADO CENTRO SUL, SA.	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
267365	2019.10.24	RAÇÕES PROGADO CENTRO SUL, SA.	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
267366	2019.10.25	RAÇÕES PROGADO CENTRO SUL, SA.	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
267367	2019.10.25	RAÇÕES PROGADO CENTRO SUL, SA.	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
267368	2019.10.25	RAÇÕES PROGADO CENTRO SUL, SA.	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
325573	2019.10.24	PROGADO - SOCIEDADE PRODUTORA DE RAÇÕES, S.A.	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
355908	2019.10.24	PROGADO - SOCIEDADE PRODUTORA DE RAÇÕES, S.A	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
355909	2019.10.24	PROGADO - SOCIEDADE PRODUTORA DE RAÇÕES, S.A	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
357501	2019.10.25	EMA PARTNERS PORTUGAL, CONSULTORIA DE RECURSOS HUMANOS, LDA.	PT	JOÃO CARLOS PIRES DA SILVA	PT	
441389	2019.10.21	ALDORA LUISA ANTÃO PIRES CAJÃO	PT	ALDORA - CONSULTORIA EM AMBIENTE, LDA.	PT	
545843	2019.10.23	JTS, LDA.	PT	CARLOS ALBERTO DE OLIVEIRA GÓIS	PT	

Outros averbamentos (artigo 29.º)

Processo	Data do averbamento	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
485975	2019.10.25	CINTIA WOODCOCK DE PINHO E SANTOS TRINDADE	PT	RENÚNCIA À CO-TITULARIDADE, POR PARTE DE ANA FILIPA SILVA DO VALE E FILIPA ISABEL RODRIGUES MOREDO.
485975	2019.10.25	CINTIA WOODCOCK DE PINHO E SANTOS TRINDADE	PT	RENÚNCIA À CO-TITULARIDADE, POR PARTE DE ANA FILIPA SILVA DO VALE E FILIPA ISABEL RODRIGUES MOREDO.

Desistências

Processo	Data do pedido	Data da desistência	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
628418	2019.08.06	2019.10.28	QUINTA DO CÉU, LDA.	PT	30 33	PEDIDO JÁ PUBLICADO

Outros Atos

610626. – PEDIDO LIMITADO A: (CLASSE 43) «SERVIÇOS DE ALOJAMENTO; SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS; SERVIÇOS DE DEGUSTAÇÃO DE VINHOS (FORNECIMENTO DE BEBIDAS); SERVIÇOS DE DEGUSTAÇÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS».

622474. – PEDIDO LIMITADO A: (CLASSE 39) «ORGANIZAÇÃO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS ENTRE CIDADES/LOCALIDADES; VISITAS DE UM DIA A LOCALIDADES TURÍSTICAS ENTRE CIDADES»

629883. – SUPRIMIDOS OS PRODUTOS DA CLASSE 12.

631650. – NO BOLETIM Nº 2019/10/24, NO AVISO DE PEDIDO, CONSIDERE-SE RETIFICADO O SINAL PARA:

MRS.ERTHA

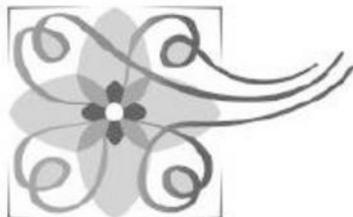
631671. – NO BOLETIM Nº 2019/10/24, NO AVISO DE PEDIDO, CONSIDERE-SE RETIFICADO O SINAL PARA:

ULTRA TRILHOS

UTRP

ROCHA DA PENA

631960. – NO BOLETIM Nº 2019/10/25, NO AVISO DE PEDIDO, CONSIDERE-SE RETIFICADO O SINAL PARA:



VENTO LUSO
SE DEIXE LEVAR NA VIAGEM

Pedidos e Avisos de Deferimento de Revalidação

Processo	Data do pedido de revalidação	Data de despacho de deferimento	Requerente / titular	Observações
208237	2019.10.25	2019.10.29	FUNDAÇÃO AIP	
390242	2019.10.25	2019.10.29	MÁRIO JOÃO & ANTONIO, LDA	
431004	2019.10.25	2019.10.29	IMPRESA NACIONAL CASA DA MOEDA, S.A.	
443446	2019.10.25	2019.10.29	JOÃO DOMIGOS REIS	

REGISTO INTERNACIONAL DE MARCAS

Pedidos

De acordo com o artigo 244.º do Código da Propriedade Industrial, faz-se público que foram solicitados pedidos de proteção em Portugal para as marcas de registo internacional a seguir enumeradas, nos termos do Acordo de Madrid relativo ao Registo Internacional de Marcas e do Protocolo relativo a esse Acordo; 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, conforme o artigo 17.º do referido Código.

Processo	Data do pedido	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
444060-E1	2019.08.26	DR. WILD & CO. AG	CH	03 05 10 21	
985773-E2	2019.09.29	BEIJING QINGFENG BAOZI RESTAURANTCO.,LTD	CN	43	
1290429-E1	2019.10.01	TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIUIVIDPOVIDALNISTIU YEVROPEISKE BIUROROZVYTKU BIZNESU	UA	35 41	
1339581-E1	2019.05.16	LIMITED LIABILITY COMPANY «REGEUS»	RU	03 05	
1481338-E1	2019.08.20	10X INNOVATION GMBH & CO. KG	DE	11 21 30 32 35 43	
1492465	2019.07.26	CHANEL,SA.	FR	09 35 38	
1492528	2019.07.03	CAROLINA BIOLOGICAL SUPPLY COMPANY	US	16	
1492550	2019.06.14	GUANGDONG OPPO MOBILE TELECOMMUNICATIONS CORP., LTD.	CN	09	
1492561	2019.09.19	SHANGHAI BAIFENG INVESTMENT CO., LTD.	CN	03	
1492609	2019.07.05	INDIVIDUAL ENTREPRENEUR TRUFANOV VIACHESLAV FEDOROVICH	RU	31	
1492657	2019.09.23	HUANGHOUYONG	CN	31	
1492673	2019.09.23	SHANDONG SUNNYCARE CULTURE MEDIA CO., LTD.	CN	35	
1492734	2019.08.16	RELOKEY, INC.	US	35	
1492750	2019.03.08	ALLIANCE ONE INTERNATIONAL, INC.	US	05 30 32 34 35 40 42 44	
1492779	2019.04.02	HID-TEK MAKINA SANAYI VE TICARET LIMITED SIRKETI	TR	35	
1492816	2019.08.28	INVACARE INTERNATIONAL GMBH	CH	10 20	
1492872	2019.04.05	BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE	FR	09 16 35 36 37 38 39 41 42 43 45	
1493026	2019.08.29	GAMEBASICS B.V.	NL	09 28 41 42	
1493046	2019.08.28	BOJAN RADULOVIC	RS	25	
1493077	2019.09.09	SCM METAL PRODUCTS, INC.	US	06	
1493089	2019.08.14	LIMITED LIABILITY COMPANY AKUSTICHESKAYA ZAMOROZKA	RU	11	

Processo	Data do pedido	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
1493156	2019.08.09	STENA GLOVIS SE	DE	39	
1493159	2019.08.05	FUJIAN PROVINCE JINJIANG XINGDA FOODS CO., LTD.	CN	29	
1493161	2019.04.26	YANTAI JINRUI FEMALE PRODUCTS CO., LTD.	CN	05	
1493176	2019.03.18	DANIEL SOUMIKH	DE	33	
1493264	2019.08.27	FRIEDHELM SELBACH GMBH	DE	06 07 11 21 35 43	
1493325	2019.07.05	INDIVIDUAL ENTREPRENEUR TRUFANOV VIACHESLAV FEDOROVICH	RU	31	
1493333	2019.08.27	DISCORD INC.	US	09 38	
1493480	2019.08.01	IDOLTEKS TEKSTIL ITHALAT IHRACAT SANAYI VE TICARET LIMITED SIRKETI	TR	25 35	
1493547	2019.04.24	LIMITED LIABILITY COMPANY LABORATORIYA NAUCHNOI KRASOTY	RU	03 05 32	
1493616	2019.07.31	MONARI FEDERZONI S.P.A.	IT	32	
1493640	2019.08.05	TWINS CORPORATION	JP	22 26	
1493680	2019.08.01	HEZE MAOSHENG WOOD PRODUCTS CO.,LTD.	CN	19	
1493739	2019.07.15	PROWINKO NEDERLAND B.V.	NL	36	
1493753	2019.07.26	MAKALINI GREENHOUSE, LTD	RU	06 07 19 31	
1493767	2019.08.08	D.I.T.E.K.S. TEKSTIL ÜRÜNLERI SANAYI VE DIS TICARET ANONIM SIRKETI	TR	18 24 25 26	
1493770	2019.05.23	ANGEL LOSADA URIGÜEN Y WALDO LOSADA URIGÜEN	ES	07	
1493838	2019.07.29	ZENTIVA, K.S.	CZ	05	
1493849	2019.07.31	ESSILOR INTERNATIONAL, COMPAGNIE GÉNÉRALE D'OPTIQUE	FR	09 35 44	
1493907	2019.03.04	STANDARD INTERNATIONAL MANAGEMENT, LLC	US	42	
1493934	2019.07.09	COMERCIAL QUIMICA MASSO S.A.	ES	05	
1493988	2019.05.10	EURO GAMES TECHNOLOGY LTD.	BG	09 28 41	
1494024	2019.07.29	TORUNSKIE ZAKŁADY MATERIALÓW OPATRUNKOWYCH, SPÓŁKA AKCYJNA	PL	05	
1494130	2019.05.10	EURO GAMES TECHNOLOGY LTD.	BG	09 28 41	
1494277	2019.09.24	ZHUHAI COSMX BATTERY CO., LTD.	CN	09	
1494591	2019.07.23	HICON GROUP CO., LTD	CN	11	

Concessões

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
1438119	2018.07.13	2019.10.29	UTAIR AVIATION	RU	09 12 16 25 35 36 39	
1438444	2018.09.07	2019.10.28	QINGDAO FIRST STEP NETWORK TECHNOLOGY CO., LTD.	CN	18 25	

Recusas

Processo	Data do pedido	Data da recusa	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Classes (Nice)	Observações
1384500	2017.11.24	2019.10.29	NEVER QUIT NEVER LLC.	US	41	arts. 239.º n.º 1 al. a) do cpi 2003; arts. 229.º, n.º 5 por remissão dos arts. 245.º e 246.º do cpi de 2018

REGISTO DE NOMES DE ESTABELECIMENTO

Caducidades por falta de pagamento de taxa

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
29430	1986.05.28	2019.10.22	DIAMANTINO DE JESUS RIBEIRO TEIXEIRA	PT	
31271	1988.03.22	2019.10.22	MARINA ROCHA-TURISMO E HOTELARIA,SA	PT	
42043	1998.01.29	2019.10.22	EMIAAC-EMP.SERV.CONDUÇ.MANUT.INSTAL. TÉCNICAS, S.A.	PT	
42111	1998.03.02	2019.10.22	JOSÉ DE SOUSA MATEUS	PT	
42113	1998.03.03	2019.10.22	ARMÉNIO LUIS PIO NICOLAU	PT	
42114	1998.03.03	2019.10.22	MARCO VILHENA,LDA	PT	
42116	1998.03.04	2019.10.22	N.E.C.I.-NÚCLEO DE EDUCAÇÃO DA CRIANÇA INADAPTADA	PT	
42118	1998.03.05	2019.10.22	MANUEL MARQUES MENDES	PT	
42119	1998.03.05	2019.10.22	DOMINGOS IDÁLIO PASSOS DE CASTRO	PT	
42121	1998.03.05	2019.10.22	T.A.R.-SERVIÇOS DE MARKETING E PUBLICIDADE,LDA	PT	
42122	1998.03.06	2019.10.22	ISABEL PEREIRA	PT	
42129	1998.03.06	2019.10.22	M.C.A. - MÓVEIS E COZINHAS ALEMÃS, LDª	PT	
42134	1998.03.10	2019.10.22	CLIGLOBAL-SERVIÇOS DE SAÚDE,LDA	PT	
42136	1998.03.11	2019.10.22	BOTICA HOMEOPÁTICA CHOI-PRODUTOS DIETÉTICOS E COMPLEMENTOS ALIMENTARES, LDA	PT	
42137	1998.03.12	2019.10.22	GENERAL CABLE CELCAT,ENERGIA E TELECOMUNICAÇÕES,SA	PT	
42143	1998.03.13	2019.10.22	VALENTE & GONÇALVES,LDA	PT	
42145	1998.03.13	2019.10.22	JOSÉ SOARES TEIXEIRA	PT	
42147	1998.03.16	2019.10.22	IRMÃOS COSTA PAIS, LDA.	PT	
42148	1998.03.16	2019.10.22	IRMÃOS COSTA PAIS, LDA.	PT	
42149	1998.03.16	2019.10.22	UPM-KYMMENE-COMERCIALIZAÇÃO DE PAPEL,LDA	PT	
42152	1998.03.17	2019.10.22	DINA FERNANDA CAETANO MENESES	PT	
42153	1998.03.17	2019.10.22	JOAQUIM DE JESUS VICENTE	PT	
42155	1998.03.17	2019.10.22	VITOR MANUEL DA CUNHA TORRES	PT	
42159	1998.03.18	2019.10.22	SAGO-FERRAMENTAS DE PRECISÃO,LDA	PT	
42160	1998.03.18	2019.10.22	QUINTA DE SANTO INÁCIO-EMPREEND.TURÍSTICOS,LDA	PT	
42162	1998.03.18	2019.10.22	J. XUFRE-INVESTIMENTOS,SA	PT	
42163	1998.03.18	2019.10.22	A.L.R.RALO, EIRL	PT	
42165	1998.03.19	2019.10.22	FUNDAÇÃO AIP	PT	
42166	1998.03.19	2019.10.22	CHEIINHO-CASH & CARRY,SA	PT	
42167	1998.03.19	2019.10.22	ANTÓNIO DE ARAÚJO DIAS	PT	
42168	1998.03.19	2019.10.22	HIDRA-INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS, LDA.	PT	
42171	1998.03.20	2019.10.22	COFAC-COOPERATIVA FORMAÇÃO ANIMAÇÃO CULTURAL,CRL	PT	
42172	1998.03.20	2019.10.22	COFAC-COOPERATIVA FORMAÇÃO ANIMAÇÃO CULTURAL,CRL	PT	
42174	1998.03.20	2019.10.22	COFAC-COOPERATIVA FORMAÇÃO ANIMAÇÃO CULTURAL,CRL	PT	
42175	1998.03.20	2019.10.22	COFAC-COOPERATIVA FORMAÇÃO ANIMAÇÃO CULTURAL,CRL	PT	
42177	1998.03.20	2019.10.22	JUNTA DE TURISMO DA COSTA DO ESTORIL	PT	
42178	1998.03.20	2019.10.22	PÁGINAS AMARELAS, SA.	PT	
42182	1998.03.23	2019.10.22	EURO-SCANNER-REPRODUÇÃO GRÁFIC.VIA ELECTRÓNICA,LDA	PT	
42184	1998.03.24	2019.10.22	NISHITH TRIBHOVAN UNADKAT	PT	

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
42186	1998.03.24	2019.10.22	HABITECTURA-PROJECTOS DE ARQUITECTURA,LDA	PT	
42189	1998.03.25	2019.10.22	DEOLINDA MARIA BORGES PEDRAS MARQUES ROSADO	PT	
42191	1998.03.25	2019.10.22	AQUALÂNDIA-EMPREENDEMENTOS TURISTICOS, S.A	PT	
42192	1998.03.25	2019.10.22	M.C.A.-MÓVEIS E COZINHAS ALEMÃS, LDA.	PT	
42193	1998.03.26	2019.10.22	FRUTAS SÃO GONÇALO-COMERC.IMPORT.EXPORT.FRUTAS,LDA	PT	
42197	1998.03.26	2019.10.22	FLORA E RIBEIRO, LDA	PT	
42200	1998.03.27	2019.10.22	ANDRADE & MENEZES, LDA	PT	
42202	1998.03.27	2019.10.22	MARQUES & MARTINS, LDA	PT	
42204	1998.03.30	2019.10.22	MARIA CELINA GALVÃO NEVES	PT	
42205	1998.03.30	2019.10.22	DISBAGA-COMÉRCIO DE BAGAÇO DE AZEITONA, LDA.	PT	
42206	1998.03.30	2019.10.22	EDIFER-SOCIEDADE GESTORA PARTICIPAÇÕES SOCIAIS SA	PT	
42209	1998.03.31	2019.10.22	CAMOLDE-CASAS MODELADAS,LDA	PT	
42293	1998.05.04	2019.10.22	J.R.L. EQUIPAMENTOS HOTELEIROS, LDA	PT	
42294	1998.05.04	2019.10.22	RIBEIRO BATISTA & LUCAS-COM.ÓPTICA E SERVIÇOS, LDA	PT	
42295	1998.05.04	2019.10.22	JOÃO FRANCISCO PEREIRA SOARES	PT	
42297	1998.05.05	2019.10.22	FILICRIL & GONÇALVES, LDA	PT	
42298	1998.05.05	2019.10.22	JOSÉ BORGES SOARES MEDEIROS SUCESSORES LDA	PT	
42300	1998.05.05	2019.10.22	MARGARIDA MARQUES MALHO ALVES	PT	
42301	1998.05.05	2019.10.22	VICTOR E SIMÕES-ACTIVIDADES HOTELEIRAS LIMITADA	PT	
42302	1998.05.06	2019.10.22	JOSÉ AUGUSTO DE SOUSA FERNANDES	PT	
42304	1998.05.07	2019.10.22	SOCIEDADE HOTELEIRA DE TURISMO SOTELMO, S.A.	PT	
42308	1998.05.11	2019.10.22	HANSAGEMA-MINERAIS E GEMAS, LDA	PT	
42309	1998.05.11	2019.10.22	SOLANUM - COMÉRCIO, IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTARES, LDA.	PT	
42314	1998.05.13	2019.10.22	JOSÉ ANTÓNIO DOS SANTOS DE SOUSA	PT	
42315	1998.05.13	2019.10.22	JOSÉ ANTÓNIO DOS SANTOS DE SOUSA	PT	
42318	1998.05.13	2019.10.22	LITOPRINT-ARTES GRÁFICAS,LDA	PT	
42319	1998.05.13	2019.10.22	VILA GALÉ - SOCIEDADE DE EMPREENDEMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
42320	1998.05.13	2019.10.22	VILA GALÉ - SOCIEDADE DE EMPREENDEMENTOS TURÍSTICOS, S.A.	PT	
42322	1998.05.14	2019.10.22	DANIEL CARMO & VICTOR, LDA	PT	
42325	1998.05.15	2019.10.22	TUAREIA,LDA	PT	
42327	1998.05.18	2019.10.22	TAVARES E FONSECA,LDA	PT	
42330	1998.05.18	2019.10.22	ENCHIDOS ARTESANAIS TIA MARQUINHAS, LDA.	PT	
42331	1998.05.18	2019.10.22	HOSPITAL VETERINÁRIO DE CASCAIS, LDA	PT	
42334	1998.05.19	2019.10.22	DIVERUS,EQUIPAMENTOS PARA HOTELARIA,LDA	PT	
42335	1998.05.19	2019.10.22	PNEUS VALE GRACIOSO-COM.DE PNEUS EST.SERVIÇO,LDA	PT	
42340	1998.05.20	2019.10.22	COMIMPRE-COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LDA	PT	
42345	1998.05.22	2019.10.22	DESCO - FÁBRICA PORTUGUESA DE MATERIAL ELÉCTRICO E ELECTRÓNICO, S.A.	PT	
42346	1998.05.22	2019.10.22	INFORDESORTO-INFORMÁTICA E DESPORTO,LDA.	PT	
42347	1998.05.25	2019.10.22	CACIPESCA-SOCIEDADE DE ARTIGOS DE PESCA E CAÇA,LDA	PT	
42348	1998.05.25	2019.10.22	JORGE MANUEL DA SILVA SANTOS	PT	
42349	1998.05.25	2019.10.22	JORGE MANUEL DA SILVA SANTOS	PT	
42352	1998.05.27	2019.10.22	MONTDALE SERVICE COMPANY LIMITED (SUCURSAL)	PT	

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
42354	1998.05.27	2019.10.22	ALFALIMPA-SOCIEDADE DE LIMPEZAS MECANIZADAS,LDA	PT	
42357	1998.05.27	2019.10.22	NORMA DE OLIVEIRA MARQUES	PT	
42570	1998.09.09	2019.10.22	MARIA JOSÉ JESUS DE FREITAS	PT	
42598	1998.09.21	2019.10.22	QUER CUIDAR-PRESTAÇÃO DE CUIDADOS DE SAÚDE,LDA	PT	
42632	1998.10.12	2019.10.22	INSTITUTO PRIVADO DE ANGIOLOGIA INSPRIANGIO LDA	PT	

REGISTO DE INSÍGNIAS DE ESTABELECIMENTO

Caducidades por falta de pagamento de taxa

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
4330	1979.04.03	2019.10.22	ACTITUR-ACTIVIDADES IMOBILIÁRIAS E TURISTICAS,S.A.	PT	
12766	1998.03.03	2019.10.22	SOCIEDADE QUINTA DO PORTAL, S.A.	PT	
12772	1998.03.06	2019.10.22	NOBRESCOLHA-SUPERMERCADOS,SA	PT	
12777	1998.03.11	2019.10.22	ERRE TRÊS EME-PAPELARIAS,LDA	PT	
12783	1998.03.18	2019.10.22	ALIRAÇÕES - RAÇÕES PARA ANIMAIS, S.A.	PT	
12784	1998.03.19	2019.10.22	ANDRADE DE OLIVEIRA & FILHOS,LDA	PT	
12785	1998.03.20	2019.10.22	FLORES & FLORES LDA	PT	
12786	1998.03.20	2019.10.22	JUNTA DE TURISMO DA COSTA DO ESTORIL	PT	
12790	1998.03.26	2019.10.22	DALAVRA-SOCIEDADE DE PRODUTOS ALIMENTARES,SA	PT	
12791	1998.03.26	2019.10.22	DINA MARIA RODRIGUES GONÇALVES CASTANHEIRA	PT	
12793	1998.03.30	2019.10.22	EDIFER-SOCIEDADE GESTORA PARTICIPAÇÕES SOCIAIS SA	PT	
12794	1998.03.31	2019.10.22	CAMOLDE-CASAS MODELADAS,LDA	PT	
12826	1998.05.04	2019.10.22	A.C.F.PEREIRA & IRMÃO,LDA	PT	
12827	1998.05.04	2019.10.22	J.R.L. EQUIPAMENTOS HOTELEIROS, LDA	PT	
12828	1998.05.04	2019.10.22	RIBEIRO BATISTA & LUCAS-COM.ÓPTICA E SERVIÇOS, LDA	PT	
12832	1998.05.08	2019.10.22	ASSOCIAÇÃO DO COMÉRCIO E SERV.DISTRITO DE SETÚBAL	PT	
12836	1998.05.13	2019.10.22	PAHLDATA (PORTUGAL) - COMÉRCIO DE EQUIPAMENTO DE INFORMÁTICA, S.A.	PT	
12837	1998.05.15	2019.10.22	TUAREIA,LDA	PT	
12842	1998.05.22	2019.10.22	APS-ADMINISTRAÇÃO DO PORTO DE SINES S.A.	PT	
12844	1998.05.22	2019.10.22	DESCO-FÁBRICA PORTUGUESA DE MATERIAL ELÉCTRICO E ELECTRÓNICO, S.A.	PT	

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) **49514** **LOG**
(220) 2019.10.07
(730) PT NUNO MARQUES - COMÉRCIO DE MEL,
LDA.
(512) 01491 APICULTURA
PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS
APICOLAS.
(591)
(540)



(531) 7.1.9



ÁGUAS DE GAIA
EMPRESA MUNICIPAL, SA

(531) 1.15.15 ; 17.2.2 ; 27.5.1 ; 27.5.10 ; 29.1.4

-
- (210) **49548** **LOG**
(220) 2019.10.15
(730) PT ÁGUAS DE GAIA, EM, SA
(512) 36002 DISTRIBUIÇÃO DE ÁGUA
RECOLHA E DRENAGEM DE ÁGUAS RESIDUAIS -
37001;TRATAMENTO DE ÁGUAS RESIDUAIS -
37002ACTIVIDADES AQUÁRIOS - 91041
(591) PANTONE: C13 M0 Y2 K0; C18 M0 Y4 K0; C19 M0 Y2 K0;
C27 M0 Y4 K0; C25 M0 Y1 K0; C29 M0 Y3 K0; C41 M0 Y5
K0; C56 M0 Y11 K0; C80 M0 Y2 K0; C87 M64 Y0 K0; C98
M75 Y8 K0; PRETO.
(540)

Concessões

Processo	Data do registo	Data do despacho	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
49126	2019.10.29	2019.10.29	PROMOCOMPO, LDA.	PT	
49127	2019.10.29	2019.10.29	CARLA MARIA CABRAL AUGUSTO	PT	

Caducidades por falta de pagamento de taxa

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
1452	1998.08.28	2019.10.22	PORTIMCO-IMPORTAÇÃO E COMÉRCIO, LDA.	PT	
1505	1998.10.12	2019.10.22	ALEGRE SABER-ACTIVIDADES EDUCATIVAS UNIPESSOAL LDA	PT	
1518	1998.10.15	2019.10.22	BRIMOLDE - BRITAS MOLDADAS, LDA.	PT	
1520	1998.10.16	2019.10.22	ANTÓNIO GOMES LEITÃO MOTA	PT	
7320	2005.04.14	2019.10.22	ST & SF - SOCIEDADE DE PUBLICAÇÕES, LDA.	PT	
12327	2008.04.12	2019.10.22	CREMILDE ANJOS NASCIMENTO MARTINS ALEXANDRE	PT	
12840	2008.07.14	2019.10.22	PANTEÃO DO MUNDO, LDA.	PT	
12940	2008.08.01	2019.10.22	SOCIEDADE AGRÍCOLA DA QUINTA DO ARRIPIADO, S.A.	PT	
13162	2008.09.15	2019.10.22	SUNLOGICA	PT	
13244	2008.09.26	2019.10.22	JOÃO PAULO PINTO JORGE	PT	
13539	2008.08.11	2019.10.22	APETECE.COMER - RESTAURANTE E BAR , LDA	PT	
14201	2008.09.17	2019.10.22	FUNDAÇÃO BISSAYA BARRETO	PT	
14203	2008.09.17	2019.10.22	FUNDAÇÃO BISSAYA BARRETO	PT	
15604	2009.01.07	2019.10.22	WINNER'S MIND - SAÚDE E BEM ESTAR, LDA.	PT	
15625	2009.01.08	2019.10.22	MARIA DO CÉU DA CUNHA MARTINS MARQUES LONGRAS	PT	
15648	2009.01.09	2019.10.22	ROLANDO BAPTISTA	PT	
15649	2009.01.09	2019.10.22	CARLOS MANUEL CARDOSO DOS ANJOS	PT	
15703	2009.01.09	2019.10.22	BUÉ DA FLÔR - COMÉRCIO DE FLORES E ARTIGOS FLORAIS, LDA.	PT	
15774	2009.01.15	2019.10.22	J. & C. BARBOSA, LDA.	PT	
15778	2009.01.16	2019.10.22	PLURALMÁGICO - INVESTIMENTOS, UNIPESSOAL, LDA.	PT	
15840	2009.01.18	2019.10.22	BRISA CÓSMICA, UNIPESSOAL, LDA.	PT	
15856	2009.01.19	2019.10.22	MÁRIO FILIPE COSTA DOS SANTOS	PT	
15858	2009.01.20	2019.10.22	ABILIO CARLOS PINTO FELGUEIRAS, LDA.	PT	
15860	2009.01.20	2019.10.22	CARLOS ALBERTO DE BRITO	PT	
15864	2009.01.21	2019.10.22	JCT 28 - ADVENTURE CRUISES, LDA.	PT	
15867	1998.05.07	2019.10.22	MANUEL AUGUSTO NUNES MONTEIRO	PT	
15876	2009.01.21	2019.10.22	JOGO JOGADO - CONSULTORIA E FORMAÇÃO, LDA.	PT	
15878	2009.01.21	2019.10.22	MIRALDINO FILIPE MENDES & COMP. LDA.	PT	
15880	2009.01.22	2019.10.22	NUNO MIGUEL SALGADO MARQUES DA SILVA	PT	
15894	2009.01.14	2019.10.22	TROCAS E BALDROCAS - COMÉRCIO DE VESTUÁRIO, LDA.	PT	
15896	2009.01.21	2019.10.22	ALINE RENEE DA SILVA OLIVEIRA TOSCANO	PT	
15897	2009.01.21	2019.10.22	ANDRÉ BESSA FERREIRA	PT	
15898	2009.01.22	2019.10.22	NÍVEL CERTO - REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE IMÓVEIS, LDA.	PT	
15899	2009.01.22	2019.10.22	ARLINDO DE FREITAS BRAZ	PT	
15903	2009.01.22	2019.10.22	IOANA MARIA PASCU	PT	
15904	2009.01.22	2019.10.22	MIGUEL AUGUSTO FARIA DE CARVALHO	PT	
15905	2009.01.23	2019.10.22	SANTOS E PEDROSA - ESTÚDIO DE SAÚDE, EXERCÍCIO FÍSICO E NUTRIÇÃO, LDA.	PT	
15906	2009.01.23	2019.10.22	1000 REGISTOS, LDA.	PT	
15908	2009.01.23	2019.10.22	NUTRITALHOS, INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE CARNES, S.A.	PT	
15910	2008.12.02	2019.10.22	GUARDA NACIONAL REPUBLICANA	PT	
15926	2009.01.23	2019.10.22	RICARDO CARLOS DE ABREU MARQUES	PT	
15928	2009.01.23	2019.10.22	COPS - COMPANHIA OPERACIONAL DE SEGURANÇA, LDA.	PT	
15932	2009.01.26	2019.10.22	BPO CONSULTING, UNIPESSOAL, LDA.	PT	

Processo	Data do registo	Data da caducidade	Nome do 1º requerente/titular	País resid.	Observações
15935	2009.01.21	2019.10.22	PIZZA E PICANHA PARA TI, LDA.	PT	
15938	2009.01.27	2019.10.22	CESALTINA FERREIRA PERALTA MARQUES DOS SANTOS	PT	
15967	2009.01.26	2019.10.22	WLADIVAL - TOURISM & E- BUSINESS, LDA.	PT	
15968	2009.01.27	2019.10.22	CELBER - INDÚSTRIA ALIMENTAR, LDA.	PT	
15970	2009.01.27	2019.10.22	PAULO CASTRO VIEIRA	PT	
15974	1998.03.06	2019.10.22	UMI-UNIVERSAL MICRO INFORMÁTICA,LDA	PT	
15978	2009.01.26	2019.10.22	ALESSANDRA DUARTE GARCEZ	PT	
15980	2009.01.26	2019.10.22	1000 REGISTOS, LDA.	PT	
15982	2009.01.27	2019.10.22	ALEXANDRA SOUSA GIL	PT	
15984	2009.01.27	2019.10.22	FRANCISCO DE OLIVEIRA FILIPE	PT	
15985	2009.01.28	2019.10.22	L.M. E W.C. - PROMOÇÃO IMOBILIÁRIA, LDA.	PT	
15986	2009.01.28	2019.10.22	GLOBALISTA EDIÇÕES, LISTA GLOBAL EMPRESAS, UNIPESSOAL, LDA.	PT	
16000	2009.01.26	2019.10.22	VAMOS DE VIAGEM - VIAGENS E TURISMO, LDA.	PT	
16001	2009.01.26	2019.10.22	COLÉGIO DA FONTE VELHA - PRIMEIRO CICLO, LDA.	PT	
16002	2009.01.27	2019.10.22	CARLOS JOSÉ DOS SANTOS MARTINS	PT	
16005	2009.01.29	2019.10.22	AURORA MARGARIDA CANDAN ANTÓNIO	PT	
16006	2009.01.29	2019.10.22	PRAÇA DAS IDEIAS - GABINETE DE PSICOLOGIA E CONSULTORIA, LDA.	PT	
16007	2009.01.29	2019.10.22	RODRIGO ALMEIDA LEITE	PT	
16008	2009.01.23	2019.10.22	MIRALDINA DE FÁTIMA ANTÓNIO BAPTISTA	PT	
16019	2009.01.28	2019.10.22	EFAZ BUSINESS UNIPESSOAL, LDA.	PT	
16023	2009.01.30	2019.10.22	MARCUCCI & GARCIA, LDA.	PT	
16027	2009.01.30	2019.10.22	MARIA ANA MADEIRA DA SILVA RIBEIRO	PT	
16028	2009.01.27	2019.10.22	ÂNGULO ESQUERDO, LDA.	PT	
16049	1998.03.06	2019.10.22	UMI-UNIVERSAL MICRO INFORMÁTICA,LDA	PT	
16058	2009.01.30	2019.10.22	CRECHE DO FORTE DE SÃO JOÃO BAPTISTA DE VILA DO CONDE, LDA.	PT	
16062	2009.01.31	2019.10.22	JOAQUIM JORGE RIBEIRO HENRIQUES	PT	
16066	2009.02.02	2019.10.22	GUARDIÃES DA NOITE UNIPESSOAL, LDA.	PT	
16067	2009.02.02	2019.10.22	ANDRÉ MESQUITA - AUTOMÓVEIS, SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA.	PT	
16090	2009.01.30	2019.10.22	SHUHRAT MAJIDOV	PT	
16123	1998.05.12	2019.10.22	SOPLASNOR - SOCIEDADE DE PLASTICOS DO NORTE, S.A.	PT	
16143	1998.03.23	2019.10.22	O SONHO DO ORIENTE-PASTELARIA,LDA	PT	
28603	1998.05.15	2019.10.22	CASA DE SANTO ANTÓNIO, LDA.	PT	

Averbamentos**Transmissões**

Processo	Data do averbamento	Antigo requerente/titular	País resid.	Atual requerente/titular	País resid.	Observações
752	2019.10.25	PROGADO - SOCIEDADE PRODUTORA DE RAÇÕES, S.A.	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	
26738	2019.10.25	PROGADO - SOCIEDADE PRODUTORA DE RAÇÕES, S.A.	PT	PROVIMI IBERIA - CONCENTRADOS PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS, S.A.	PT	

Pedidos e Avisos de Deferimento de Revalidação

Processo	Data do pedido de revalidação	Data de despacho de deferimento	Requerente / titular	Observações
13445	2019.10.21	2019.10.29	NABIA SOLUTIONS, LDA.	

AGENTES OFICIAIS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL

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

Jorge Cruz

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

João Mascarenhas de Vasconcelos

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

António João Coimbra da Cunha Ferreira

- Cartório: Av. 5 de outubro, 146 - 7º Andar - 1050-061 LISBOA
- Tel.: 21 3241530 – Fax: 21 3422446 e 21 3476656
- E-mail: marcpat@agcunhaferreira.pt
- Web: www.agcunhaferreira.pt

João Pereira da Cruz

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

Vitor Hugo Ramalho da Costa França

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

Jorge Afonso Cruz

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

Marta Burnay da Costa Pessoa Bobone

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

Maria Silvina Vieira Pereira Ferreira

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

Maria Eugénia Martinez

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

Maria do Rosário May Pereira da Cruz

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

Nuno Cruz

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

Raquel da Costa França

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

António José Pissarra Dias Machado

- Cartório: Av. 5 de outubro, 146 - 7º - 1050-061 LISBOA
- Tel.: 21 3241530 – Fax: 21 3422446 e 21 3476656
- E-mail: marcpat@agcunhaferreira.pt
- Web: www.agcunhaferreira.pt

José Eduardo de Sampaio

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

João Carlos Sardiña de Barros

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

Francisco de Novaes C. B. S. Atayde

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

Isabel Carvalho Franco

- Cartório: Rua do Salitre, 195 – 1269-063 LISBOA
- Tel.: 21 3841300 – Fax: 21 3875775
- E-mail: jedc@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. 5 de outubro, 146 - 7º Andar - 1050-061 LISBOA
- Tel.: 21 3241530 – Fax: 21 3422446 e 21 3476656
- E-mail: marcpat@agcunhaferreira.pt
- Web: www.agcunhaferreira.pt

António Côrte-Real

- Cartório: Rua Castilho, 167. 2º - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 21 7801963 e 21 7801966 – Fax: 21 7975813
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

José Luís Arnaut

- Cartório: Rua Sousa Martins, n.º 10 - 1050-218 LISBOA
- Tel.: 21 0958100 – Fax: 21 0958155
- E-mail: jarnaut@rpa.pt

José Motta Veiga

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

Pedro da Silva Alves Moreira

- Cartório: Rua do Patrocínio, 94 – 1399-019 LISBOA
- Tel.: 21 3907373 – Fax: 21 3978754
- E-mail: mail@rcf.pt
- Web: www.rcf.pt

João Luís Garcia

- Cartório: Rua Castilho, 167. 2º - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 21 7801963 e 21 7801966 – Fax: 21 7975813
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

Manuel António Durães da Conceição Rocha

- Cartório: Avenida da Liberdade, 69 - 3º D – 1250-148 LISBOA
- Tel.: 21 3246340 – Fax: 21 3246349
- E-mail: mrocha@herrero.pt

Gonçalo de Magalhães Moreira Rato

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

José Raúl de Magalhães Simões

- Cartório: Rua Castilho, 167. 2º - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 21 7801963 e 21 7801966 – Fax: 21 7975813
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

Maria das Dores Marques Banheiro Meira

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

Martim Luís Gomes de Araújo de Arantes e Oliveira

- Cartório: Rua do Patrocínio, 94 – 1399-019 LISBOA
- Tel.: 21 3907373 – Fax: 21 3978754
- E-mail: rcf@rcf.pt

Dina Maria Martins Pereira Soares

- Cartório: Av. 5 de outubro, 146 - 7º Andar - 1050-061 LISBOA
- Tel.: 21 3241530 – Fax: 21 3422446 e 21 3476656
- E-mail: marcpat@agcunhaferreira.pt
- Web: www.agcunhaferreira.pt

Carmen Cristina Martins Garcia de Pina Alcobia Galinha

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

Ana Maria Ferreira Pereira da Silva Veiga

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

Luís Silva Carvalho

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

Alberto Canelas

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

César Manuel de Bessa Monteiro

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

Paulo Alexandre Pinto Correia Rodrigues da Graça

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

Miguel Camargo de Sousa Eiró

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

Elsa Maria Martins Barreiros Amaral Canhão

- Cartório: Rua do Patrocínio, 94 – 1399-019 LISBOA
- Tel.: 21 3907373 – Fax: 21 3978754
- E-mail: mail@rcf.pt
- Web: www.rcf.pt

Joaquim Maria Calado Marques

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

José António dos Reis Martinez

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

Ana Teresa Pulido

- Cartório: Av. Fontes Pereira de Melo, 43– 1050-119 LISBOA
- Tel.: 21 3197303 – Fax: 21 3197309
- E-mail: atp@plmj.pt

Vera Araújo Arnaut

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

Luísa Guerreiro

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

Olga Maria Rocha da Cruz Landim

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

Paulo Pelayo de Sousa

- Cartório: Rua de Sá da Bandeira, 706 – 6º. Dto.– 4000-432 PORTO
- Tel.: 22 2046120 – Fax: 22 2080728
- E-mail: geral@arlindodesousa.pt

Pedro Pelayo de Sousa

- Cartório: Rua de Sá da Bandeira, 706 – 2º. Esq. – 4000-432 PORTO
- Tel.: 22 2009106 (3 linhas) – Fax: 222080728
- E-mail: marpat@esoterica.pt

Pedro Manuel Branco da Cruz

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

Vítor Luís Ribeiro Cardoso

- Cartório: Rua Jaime Cortesão, nº 62 - 2910-538 Setúbal
- Tel.: 265 527 057 - Fax: 265 527 057
- E-mail: marcasetentes@ribeirocardoso.com

Abel Dário Pinto de Oliveira

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

Alexandra Maria Viegas Costa Paixão

- Cartório: Av. António Augusto de Aguiar, nº 148, 4C e 5C - 1069-019 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: jedc@jedc.pt
- Web: www.jedc.pt

Ana Maria Gonçalves Fidalgo

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

Anabela Teixeira de Carvalho

- Cartório: Edifício Net - Rua de Salazares 842 - 4149-002 PORTO
- Tel.: +351 (0)225 322064 - Fax: +351 (0)225 322066
- E-mail: anabela.carvalho@patents.pt
- Web: www.patents.pt

António Jorge Mateus Andrade

- Cartório: Rua D. Luís I, n.º 28 1200-151 LISBOA
- Tel.: 21 311 3515/528
- E-mail: aja@vda.pt
- Web: www.vda.pt

Bruno Braga da Cruz

- Cartório: Av. de Berna, n.º 24, 7 Dtº- 1050-041 LISBOA
- Tel.: 217802220 Fax: 217802229
- E-mail: brunobragadacruz-127791@adv.ao.pt
- Web: www.bernaadvogados.pt

Carla Maria Santos Pinheiro

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

Cláudia Pimenta Monteiro de Medina Barbosa Xara-Brasil Nogueira

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

Cristina Antónia de Almeida Carvalho

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

Filipe Teixeira Baptista

- Cartório: Avenida Álvares Cabral, n.º 47, r/c - 1250-015 LISBOA
- Tel.: 211 914 169 - Fax: 211 914 166
- E-mail: filipe.baptista@bma.com.pt
- Web: www.bma.com.pt

Gonçalo de Melo Portugal Saluce de Sampaio

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

Gonçalo Maria Cabral da Cunha Ferreira

- Cartório: Av. Duarte Pacheco, Torre 1 - 3º – 1070-101 LISBOA
- Tel.: 21 3800910 – Fax: 21 3877109
- E-mail: Goncalo.Cunha.Ferreira@Garrigues.com

Gonçalo Paiva e Sousa

- Cartório: Av. Duque de Ávila, 46, 6º – 1050-083 LISBOA
- Tel.: 21 340 86 00 – Fax: 213 408 609
- E-mail: gpsousa@gomezacebo-pombo.com
- Web: www.gomezacebo-pombo.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: joaopimenta@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

João Sardinha

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

João Paulo Sena Mioludo

- Cartório: Rui Sousa Martins, 10 - 1050-218 LISBOA
- Tel.: 21 095 81 49 / 96 307 57 86 – Fax: 21 095 81 55
- E-mail: Joao.mioludo@cms-rpa.com

Luís Gonçalo Moura Cavaleiro de Ferreira

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

Marco Alexandre Gomes da Silva Pires de Sousa

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

Maria do Carmo Ferreira Fernandes Simões

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

Maria Manuel Ramos Lucas

- Cartório: Avenida Luísa Todi nº. 33 – 1º-B 2900-460 SETÚBAL
- Tel.: 265 228685 – Fax: 265 228637
- E-mail: mmlucas@marquesmarcas.com

Maria Teresa Delgado

- Cartório: Av. da Liberdade, 69 – 3º D – 1250-140 LISBOA
- Tel.: 21 3246340 – Fax: 21 3246349
- E-mail: tdelgado@herrero.pt

Miguel Adolfo Coelho Quintans

- Cartório: Rua Sousa Martins, 10 – 1050-218 LISBOA
- Tel.: 21 0958109 – Fax: 21 0958155
- E-mail: miguel.quintans@cms-rpa.com
- Web: www.rpa.pt

Ricardo Souto Soares Henriques

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

Teresa Colaço Dias

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

Teresa Maria Ferreira Pereira da Silva Garcia

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

Paulo Jorge Monteverde Plantier Saraiva Maia

- Cartório: Av. Álvares Cabral, 47 - 1º - 1250-015 LISBOA
- Tel.: 213 806 530 - Fax: 213 806 531
- E-mail: paulo.monteverde@bma.com.pt
- Web: www.bma.com.pt

Águeda Silva

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

Ana Bela Ferreira

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

Margarida Martinho do Rosário

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

Ana Rita Vilhena

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

António Trigueiros de Aragão

- Cartório: Rua do Patrocínio, 94 - 1399-019 LISBOA
- Tel.: 213907373 – Fax: 213978754
- E-mail: mail@rcf.pt

Carmina Cardoso

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

Elsa Guilherme

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

Filipe Pedro

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

Francisca Ferreira Pinto

- Cartório: Av. da República, 25 - 1º - 1050-186 LISBOA
- Tel.: 213800910 – Fax: 213877109
- E-mail: francisca.ferreira.pinto@garrigues.com

Hugo Monteiro de Queirós

- Cartório: Av. Álvares Cabral 47, 1º - 1250-015 LISBOA
- Tel.: +351 213806530 – Tlm: +351 914261919 – Fax: +351 213806531
- E-mail: hugo.queiros@bma.com.pt

Isabel Bairrão

- Cartório: Avenida da República, 25 - 1º - 1050-196 LISBOA
- Tel.: 213800910 – Fax: 213877109
- E-mail: isabel.bairrao@garrigues.com

Joana da Mata

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

João Jorge

- Cartório: Rua do Patrocínio, 94 - 1399-019 LISBOA
- Tel.: 213907373 – Fax: 213978754
- E-mail: mail@rcf.pt

João Pedro Fazendeiro

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

Jorge Faustino

- Cartório: Rua do Patrocínio, 94 - 1399-019 LISBOA
- Tel.: 213907373 – Fax: 213978754
- E-mail: mail@rcf.pt

José de Novaes e Ataíde

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

Lídia Neves

- Cartório: Av. Engenheiro Duarte Pacheco, 7, r/c - 1070-100 LISBOA
- Tel.: 21 78148 00 – Fax: 21 781 48 02
- E-mail: lidia.neves@mirandalawfirm.com

Lourenço de Sampaio

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

Luís Humberto Ferreira

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

Joana Fialho Pinto

- Cartório: Av. 5 de outubro, 146 - 7º Andar - 1050-061 LISBOA
- Tel.: 213241530 – Fax: 213422446
- E-mail: marcpat@agcunhaferreira.pt

Maria Cruz Garcia

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

Mário Castro Marques

- Cartório: Av. da Boavista, Ed. Oceanus, N.º 3265- 3.º Andar, Escritório. 3.4, 4100-137 PORTO
- E-mail: mcmarques@clarkemodet.com.pt
- Web: www.clarkemodet.com

Marisa Coimbra

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

Nuno Lourenço

- Cartório: Edifício LACS. Estrada da Malveira da Serra 920 Aldeia de Juzo 2750-834 CASCAIS
- Tel.: 21 1395721 – Fax: 21 1946681
- E-mail: nuno.lourenco@todaypatents.com
- Web: www.todaypatents.com

Rodolfo Condessa

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

Rui Duarte Catana

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

Rui Moreira de Resende

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

Sandra Martins Pinto

- Cartório: Praça General Humberto Delgado, n.º 267 3º Andar Salas 1 /2, 4000-288 PORTO
- Tel.: 222012603 – Fax: 222012605
- E-mail: smp@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

Teresa Luísa Catarino Fernandes Gingeira Martins

- Cartório: Rua do Carvalho, 282- 4445-374 ERMESINDE
- E-mail: teresagingeira@gmail.com

Vasco Stillwell D'Andrade

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

Vera Correia Alves

- Cartório: Rua Bernardo Sequeira, 78 - 1º Sala M - 4710-359 BRAGA
- Tel.: 253609330 – Fax: 253609311
- E-mail: nprotect@sapo.pt

Ana Sofia Dinis Chaves

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

Ália Mohamade Amadá

- Cartório: Rua Leopoldo de Almeida Nº 1 - 3º A, 1750-137 Lisboa
- E-mail: alia.amada-360741@adv-est.oa.pt

Rita Milhões

- Cartório: Rua Castilho, nº 167 - 2º - 1700-050 LISBOA
- Tel.: 217801963 – Fax: 217975813
- E-mail: rmi@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

Daniel Reis Nobre

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

Tiago Reis Nobre

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

David Cardoso

- Cartório: Avenida António Augusto de Aguiar, 106, 8.º andar- 1050-019 LISBOA
- Tel.: 213173660 – Fax: 213155035
- E-mail: dc@legalwest.eu

Ágata Pinho

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

Ana Eugénio

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

Ana M. Sebastião

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

Cátia Ribeiro

- Cartório: Avenida Luísa Todi n.º. 33 – 1º-B 2900-460 SETÚBAL
- Tel.: 265 228 685 - Fax: 265 228 637
- E-mail: catia@marquesmarcas.com
- Web: www.marquesmarcas.com

Joana Dez-Réis Grilo

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

Luís Caixinhas

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

Ricardo Abrantes

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

Patrícia Marques

- Cartório: Rua Afonso de Albuquerque, n.º25 – 2º piso - 2400-076 LEIRIA
- Tel.: 916810463 / 244024415
- E-mail: patriciamarques@jpcruz.pt
- Web: www.jpereiradacruz.pt

Márcia Martinho da Rosa

- Cartório: Rua Rodrigo da Fonseca, n.º 82, 1º Dtº, 1250-193 LISBOA
- Tel.: 213714940 - Fax: 213882635
- E-mail: marcia.rosa@pra.pt

Madalena Barradas

- Cartório: Av. Casal Ribeiro, 50 - 3º, 1000-093 LISBOA
- Tel.: 213815050 - Fax: 213831150
- E-mail: mbarradas@clarkemodet.com.pt

Luís Teixeira

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

Manuel Cunha Ferreira

- Cartório: Av. 5 de outubro, 146 - 7º Andar - 1050-061 LISBOA
- Tel.: 213241530 - Fax: 213476656 / 213422446
- E-mail: manuel.cunhaferreira@agcunhaferreira.pt

Ana Fazendeiro

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

Vítor Palmela Fidalgo

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

Sérgio Coimbra Henriques

- Cartório: Av. da República, 50, 2º Andar- 1050 – 196 LISBOA
- Tel.: 211229070
- E-mail: sergiohenriques@vf-advogados.pt

Filipa Lopes Galvão

- Cartório: Rua Professor Simões Raposo, nº 5, 4º B - 1600-660 LISBOA
- E-mail: filipa.galvao@eyesee.pt

Jorge Manuel Vaz Machado

- Cartório: Av. da Boavista, Ed. Oceanus, nº 3265 - 3º Andar, Escr. 3.4 - 4100-137 PORTO
- Tel.: 225323340 - Fax: 225323344
- E-mail: jmachado@clarkemodet.com.pt

Vera Albino

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

Maria João Pereira

- Cartório: Avenida Comendador Silva Araújo, Ap. 30 - 4796-908 VILA DAS AVES
- Tel.: 252874627
- E-mail: mariabaltarpereira@gmail.com

Mário Marques

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

Isaura Monteiro

- Cartório: Rua do Centro Comunitário, Lote 96, nº 8 - 8135-154 ALMANCIL
- Tel.: 933462947
- E-mail: isaura.monteiro@gmail.com

Ana Rita Remígio

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

Daniela Dinis

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

Luís Pinto Monteiro

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

Cláudia Freixinho Serrano

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

David Marques

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

Filipe Funenga

- Cartório: Vågsgaten, 43, 4306 SANDNES NO
- Tel.: (+47) 908 77 808
- E-mail: filipe.funenga@patent.no

Inês Monteiro Alves

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

Mariana Bernardino Ferreira

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

Patrícia Lima

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

Rita Mendonça

- Cartório: Rua Castilho, 167, 2º - 1070-050 LISBOA
- Tel.: 217 801 963 – Fax: 217 975 813
- E-mail: sgcr@sgcr.pt
- Web: www.sgcr.pt

Rui do Nascimento Gomes

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

Vasco Rosa Dias

- Cartório: Est. Beira nº 176, 5º A - 3030-173 COIMBRA
- Tel.: (+351) 963312134
- E-mail: vasco.rosa.dias@gmail.com

Joana Piriquito Santos

- Cartório: Rua D. Luís I, n.º 28 1200-151 LISBOA
- Tel.: 213113400 - Fax: 213113406
- E-mail: jcs@vda.pt

Sónia Mota Maia

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

Pedro Bacelar

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

Miguel Antunes de Resende

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

Luís Sommer Ribeiro

- Cartório: Rua dos Bacalhoeiros, 4 - 1100-070 Lisboa
- Tel: 218823990 - Fax: 218823997
- E-mail: luis.ribeiro@gastao.eu

João Pereira Cabral

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

João Francisco Sá

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

Sousa Ribeiro

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

Evangelino Marques Ribeiro

- Cartório: Avenida Luísa Todi, nº 33 - 1º B - 2900-460 Setúbal
- Tel: 265228685 e 932573091 - Fax: 265228637
- E-mail: marquesribeiro@marquesmarcas.com
- Web: www.marquesmarcas.com

Diogo Xavier Santos

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

Saulo Chanoca

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

Lígia Gata

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

Manuel Bastos Moniz Pereira

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

Ana Neves

- Cartório: Estrada da Algazarra, nº 43, 6º B, 2810-015 Feijó
- Tel: 936256546
- E-mail: anaisabelneves@gmail.com

Ana Plácido Martins

- Cartório: Infante D. Henrique, n.º 38 - 4.º Esq. Trs., 4400-257 Vila Nova de Gaia
- Tel: 964529585
- 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

Miguel Vaz Serra

- Cartório: Avenida 5 de outubro, nº 146, 7º Andar, 1050-061 Lisboa
- Tel: 917169727- Fax: 213422446
- E-mail: miguel.vazserra@agcunhaferreira.pt

Leila Teixeira

- Cartório: Rua 19, 231, 1º Andar, 4500-256 Espinho
- Tel: 935595149
- E-mail: lt@fredericomendes.pt

Cristina de Castro

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

Mariana Belo de Oliveira

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

Natacha Batista

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

Raquel Antunes

- Cartório: Rua Vitor Cordon, 10A – 1249-103 Lisboa
- Tel.: 21 3475020
- E-mail: raquelantunes@jpcruz.pt
- Web: www. jpereiradacruz.pt

Sofia Rebelo Ladeira

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

Adriana Esteves

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

Cláudia Tomás Pedro

- Cartório: Rua David Mourão Ferreira, nº5 - lote 3/4 - 4ºesq.– 2650-050 Amadora
- Tel.: 214946866 Tlm: 966478360
- E-mail: claudiatomaspedro@gmail.com

Diana Pereira

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

Inês Sequeira

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41, K21, Parque das Nações– 1990-207 Lisboa
- Tel.: 918860596
- E-mail: isequiera@inventacom.com

Joel David Rodrigues

- Cartório: Alameda dos Oceanos, 41, K21, Parque das Nações– 1990-207 Lisboa
- Tel.: 213150970
- E-mail: jrodrigues@inventacom.com

Inês Guerra

- Cartório: Rua Castilho, 167 - 2º– 1070-050 Lisboa
- Tel.: 217801963 Tlm: 933625901
- E-mail: mig@sgcr.pt

Luísa Azevedo Soares Rodrigues

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

Marina Ciriani

- Cartório: Rua Dr. Rafael Duque, nº21 - 3ºdrt – 1500-249 Lisboa
- Tel.: 935933071
- E-mail: ciriani.marinar@gmail.com

Miguel Bibe

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

Tiago Andrade

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

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 – 6º Dtº. – 4000-432 PORTO
- Tel.: 22 2046120 (3 linhas) – Fax: 22 2080728
- E-mail: geral@arlindodesousa.pt

Carmen Ferreira Furtado da Luz de Oliveira e Silva

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

Luís Reinaldo de Oliveira e Silva

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

Carlos Eugénio Reis Nobre

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

Maria Margarida Gomes Sanches Nunes

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

José Roger Pimenta Rodrigues

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