

## **Processo nº 116/2002**

(Recurso civil e laboral)

**Data:** 17/Outubro/2002

**Assuntos:** Marcas

Noção e funções da marca;

Liberdade de composição da marca e seus limites;

Marca notória;

Princípios decorrentes da Convenção da União de Paris.

### **SUMÁRIO:**

1- A marca é um sinal distintivo de produtos ou serviços propostos ao consumidor e , como tal, deve, acima de tudo, ser dotada de eficácia ou capacidade distintiva.

2- Os interessados no registo de uma marca não podem deixar de gozar, na sua constituição, de uma grande liberdade que terá, contudo, como limite a margem de manobra e de iniciativa que os outros operadores do mercado não podem perder através do registo de uma "marca" de tal forma genérica e abrangente de atributos ou qualidades comuns que restrinjam uma livre e sã concorrência.

3- Marca notória é a marca que adquiriu um tal renome que se tornou geralmente conhecida por todos aqueles, produtores, comerciantes ou eventuais consumidores, que estão mais em contacto com o produto, e como tal reconhecida

4- A marca notória constitui fundamento de oposição ao registo, formulado em violação do direito da sã concorrência.

5- O registo da marca no país de origem tem relevância para a protecção outorgada pela Convenção de Paris, sendo, então, a marca protegida tal qual nos outros países da União. Prevê-se expressamente que a marca, nessas circunstâncias seja admitida a registo, apenas com as restrições resultantes da própria Convenção.

6- Donde se conclui que o registo feito em países da União não pode ser vinculativo para os outros membros, se se observarem as situações de restrição que a própria Convenção salvaguarda, como seja o caso de a marca não ter carácter distintivo.

***O Relator***

***João A. G. Gil de Oliveira***

**Processo nº 116/2002**

(Recurso civil e laboral)

Data: 17/Outubro/2002

Recorrente: (A), com sede nos Estados Unidos da América

Recorrida: Direcção dos Serviços de Economia

**ACORDAM OS JUÍZES NO TRIBUNAL DE SEGUNDA  
INSTÂNCIA DA R.A.E.M.:**

**I- RELATÓRIO**

(A), com sede nos Estados Unidos da América, vem recorrer da sentença da Mma. Juiz do Tribunal Judicial de Base que negou provimento ao recurso do despacho do Chefe de Departamento da Propriedade Industrial, por ter recusado o registo da marca nº N/8xxx e que se traduzia na expressão “BEST FOODS”.

Alega, fundamentalmente e em síntese:

A notoriedade de uma marca constitui, necessariamente, um dos

factores a considerar na apreciação da capacidade distintiva de uma marca, i.e., considerando que determinada marca é aceite, de forma comum, como uma marca individualizadora dos produtos de determinado fabricante, então, é forçoso concluir que essa marca não é descritiva da qualidade dos produtos.

A utilização, por terceiros, da expressão “BEST FOODS” como se de marca se tratasse, inculca no pensamento dos consumidores a ideia de que esses produtos são os da Recorrente, donde a relevância de esta ser uma marca notória.

Os princípios orientadores que enformam a Convenção de Paris, da qual Macau é signatário, relevam para a apreciação da conformidade da marca registanda com a lei de Macau, posto que esta está também eivada dos mesmos princípios.

O facto de países como os Estados Unidos da América e o Canadá haverem considerado a marca conforme aos referidos princípios apesar (ou mesmo por causa) do ónus que impende sobre cada país da União (sem distinção entre registos de âmbito local e internacional) de assegurar aos nacionais dos países da União protecção efectiva contra a concorrência desleal – artigo 10º - *bis* 1) da Convenção – é já de si um facto indiciário de que a concessão da marca em Macau não violaria esses mesmos princípios.

A marca da Recorrente corresponde à sua denominação social, é utilizada pela Recorrente como marca desde 1923 e encontra-se na sua titularidade, fazendo parte do seu acervo patrimonial, desde 1952, data do primeiro registo em seu nome nos EUA.

Não repugna à Recorrente a concessão da marca com referência expressa à exclusão de protecção a cada uma das palavras que compõem a Marca, a saber, “BEST” E “FOODS”, ficando apenas protegida a Marca vista no seu conjunto conforme o artigo 199º, n.º3 do R.J.P.I..

A comprovar que a concessão da Marca não lesa os direitos de qualquer operador comercial está o facto de nenhuma reclamação contra o pedido de registo ter sido apresentada dentro do prazo regulamentar de dois meses.

Não reconhecer protecção à marca da Recorrente é destruir décadas de esforço comercial para construir e manter a reputação de uma Marca cujo prestígio constitui o grosso do aviamento da Recorrente.

**Conclui** no sentido de que a sentença recorrida deve ser anulada e, conseqüentemente, ser determinada a anulação do despacho que recusou o registo da marca N/8xxx, ordenando que se proceda ao registo nos termos legais.

\*

O Director Substituto da Direcção dos Serviços de Economia da Região Administrativa, entidade recorrida, tendo sido notificado do recurso interposto por (A), veio, nos termos e para efeitos do artigo 613º do C.P.C. apresentar as respectivas alegações de recurso e, defendendo a bondade da decisão, alega, em síntese:

A Recorrente terá incorrido em confusão entre o que seja a marca registanda e uma marca notória ou de grande prestígio, sendo certo que a notoriedade da marca não releva para os pretendidos efeitos.

O referido pedido de registo foi feito no âmbito de um processo exclusivamente interno da R.A.E.M. e não em sede de um registo internacional, sendo certo, que mesmo nesse caso, o registo da marca podia ser recusado, por desprovido de carácter distintivo.

Eficácia distintiva será a capacidade para diferenciar o produto posto no mercado de outros idênticos ou semelhantes. Considera, pois, manifestamente, a denominação referida desprovida de eficácia distintiva, uma denominação genérica de uso corrente, e, como tal, imprópria para constituir elemento característico de uma marca.

A marca registanda obteve o registo em várias partes do Mundo, mas isso não implica automaticamente que a mesma seja passível de registo no Território.

O direito à marca é um direito diferente em cada ordem jurídica, mesmo dos direitos sobre marcas idênticas conferidas por outras ordens jurídicas. Este princípio está consagrado no número 1 do artigo 6º da Convenção da União de Paris.

**Conclui** no sentido de que sentença recorrida deve ser mantida em conformidade, apelando à jurisprudência uniforme dos tribunais da RAEM.

## **II - FACTOS**

Com pertinência, têm-se por assentes os factos seguintes, que, aliás, não vêm postos em crise pela Recorrente:

- a Recorrente apresentou na Direcção dos Serviços de Economia, em 15 de Maio de 2001, um pedido de registo de marca para a classe 29<sup>a</sup> que tomou o número N/8xxx.
- A marca registanda consiste na expressão “BEST FOODS”.
- As duas palavras que compõem a marca são a designação comercial da Recorrente e vêm sendo utilizadas como marca desde Setembro de 1923.
- O registo da marca nos EUA nas classes 29 e 30 foi concedido em 14 de Outubro de 1952.
- A marca encontra-se ainda registada, para as classes 29 e 30, no Canadá desde 20 de Maio de 1931.
- O EUA e o Canadá países são signatários da convenção da União de Paris sobre a Propriedade Industrial.
- Macau é signatária da dita Convenção.
- Não existe qualquer registo nem pedido de registo pendente para marca semelhante em Macau.
- Por despacho de 10 de Outubro de 2001 do Exmº Senhor Chefe do Departamento da Propriedade Intelectual dos Serviços de Economia de Macau, o registo da marca foi recusado por a marca registando ser exclusivamente composta por uma expressão descritiva dos produtos a que a marca se refere a qual pode induzir o consumidor em erro acerca da qualidade dos

produtos.

### **III - FUNDAMENTOS**

O objecto do presente recurso – *se a referida marca é ou não passível de registo* – passa pela análise das seguintes questões:

1. Noção e funções da marca;
2. Liberdade de composição da marca e seus limites;
3. Da relevância de eventual notoriedade da marca;
4. Das consequências da aplicabilidade da Convenção da União de Paris.
5. Incidência sobre o caso em apreciação.

\*

1. A marca é um sinal distintivo de produtos ou serviços propostos ao consumidor.<sup>1</sup>

É essa noção para que aponta o Regime Jurídico da Propriedade Industrial, doravante designado por RJPI, no seu artigo 197º, ao prescrever que “só podem ser objecto de protecção ao abrigo do presente diploma, mediante um título de marca, o sinal ou conjunto de sinais susceptíveis de representação gráfica, nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, números, sons, a forma do produto ou da respectiva embalagem,

---

<sup>1</sup> - Carlos Olavo, in Propriedade Industrial, 1977, pág.37

que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas.”

Traduz-se, pois, a marca num sinal apto a diferenciar os produtos ou serviços, distinguindo-os de outros da mesma espécie, possibilitando assim a identificação ou individualização do objecto da prestação colocado no mercado. A partir de tal conceito, enquanto fenómeno sócio-económico, retirar-se-ão as suas funções e, assim, desde logo, se alcança a primordial função distintiva relativamente ao seu objecto.

Nesta função divisam-se duas vertentes: uma, que se traduz na diferenciação, na destrição em relação aos outros produtos da concorrência; a outra, qual seja a da individualização por referência a uma origem, à sua proveniência, à fonte da sua produção.<sup>2</sup>

Serve ainda a marca para sugerir o produto e angariar clientela. Procura-se através dela, cativar o consumidor por via de uma fórmula que seja apelativa e convide ao consumo.

Pode até constituir uma garantia<sup>3</sup>, procurando-se assim atestar a qualidade ou a excelência do produto oferecido, bastando pensar nas denominadas “marcas de grande prestígio”.

Daqui decorre que a marca, como sinal distintivo, deve, acima de tudo, ser dotada de eficácia ou capacidade distintiva.

---

<sup>2</sup> - António Corte Real Cruz, in Dto Industrial I, 2001, pág.81

<sup>3</sup> - Oliveira Ascensão, in Dto Comercial II, Dto Industrial, 1988, pág.142; contra, Carlos Olavo, ob. cit. pág. 39

2. Embora marcada pelo princípio da liberdade, a composição da marca sofre exceções de variada ordem, sejam elas de natureza intrínseca, tais como as que decorrem do artigo 199º, nº1 do RJPI, v.g. a própria designação do produto, as suas qualidades, a proveniência geográfica, as cores, ou de natureza extrínseca, quando resultem da necessidade de respeitar direitos anteriores, situações previstas nas alíneas b) a f) do artigo 214º do citado diploma, v.g. marcas anteriormente registadas, medalhas, brasões, firma a que o requerente não tenha direito ou sinais que constituam infracção de direitos de autor ou de propriedade industrial. Os interessados no registo de uma marca não podem deixar de gozar, na sua constituição, de uma grande liberdade que terá, contudo, como limite a margem de manobra e de iniciativa que os outros operadores do mercado não podem perder através do registo de uma "marca" de tal forma genérica e abrangente de atributos ou qualidades comuns que restrinjam uma livre e sã concorrência.

Um sinal, para poder ser registado, como marca, como já se disse, deve possuir a necessária eficácia ou capacidade distintiva, não sendo admissíveis o que a doutrina designa normalmente como sinais descritivos, tais como denominações genéricas que identificam os produtos ou os serviços, expressões necessárias para indicação das suas qualidades ou funções e que, em virtude do seu uso generalizado, como elementos da linguagem

comum, não devem poder ser monopolizados. E não fosse este o entendimento unânime na doutrina e na Jurisprudência,<sup>4</sup> o disposto no nº 1, al. a) e b) do artigo 199º supra-citado não deixa de ser claro: “ Não são susceptíveis de protecção: a) Os sinais constituídos exclusivamente pela forma imposta pela própria natureza do produto, pela forma do produto necessária à obtenção de um resultado técnico ou pela forma que confira um valor substancial ao produto;b) Os sinais constituídos exclusivamente por indicações que possam servir no comércio para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, a proveniência geográfica ou a época de produção do produto ou da prestação do serviço, ou outras características dos mesmos;”

Donde decorre, importando reter, como pertinente ao caso “sub judice”, a conclusão de que o registo de uma marca tem como restrição o não ter, ela própria, carácter distintivo.

3. Questão debatida nos autos foi a de saber se o facto de se tratar de uma *marca notória* relevaria para os efeitos em análise.

Sobre tal relevância pronunciou-se a Mma Juiz *a quo* nos seguintes termos ” essa questão só interessaria se a recorrente viesse aqui opor o registo de uma outra marca que constitui reprodução, imitação ou tradução susceptíveis de estabelecer confusão com a sua marca (cfr. Artigo 6º, 2, 1) da convenção da União

---

<sup>4</sup> - cfr. Pinto Coelho in Lições de Dto Comercial, I, pág. 443 e Ferrer Correia, in Lições de Dto Comercial, 1973, pág..312; Ac STJ de 14/11/79 in BMJ 291,250, de 16/11/93 e 12/12/92 in www. dgsi. pt.;Ac. TSJ, CJ1998, II, pág.110 e TSI, proc. 94/2001 de 21/6/01

de Paris de 30 de Março de 1883). Não sendo o caso, o mero facto de se tratar de marca notória não impõe necessariamente o registo dela. Efectivamente, se houver fundamentos de recusa nos termos do artigo 214º do RJPI, nada obsta à recusa do seu registo.”

A tal argumentação contrapõe a Recorrente com o facto de a notoriedade de uma marca não relevar apenas para fundamentar uma oposição a um pedido de registo de uma outra marca que constitua reprodução, imitação ou tradução susceptíveis de estabelecer confusão, mas constituir, necessariamente, um dos factores a considerar na apreciação da capacidade distintiva de uma marca, considerando que determinada marca é aceite, de forma comum, como uma marca individualizadora dos produtos de determinado fabricante, sendo forçoso concluir que essa marca não é descritiva da qualidade dos produtos.

Marca notória é a marca que adquiriu um tal renome que se tornou geralmente conhecida por todos aqueles, produtores, comerciantes ou eventuais consumidores, que estão mais em contacto com o produto, e como tal reconhecida.<sup>5</sup> Por vezes, a notoriedade assume tal dimensão que o produto que, por via da marca, se procura distinguir passa, genericamente, a ser designado por referência à marca, independentemente da sua origem ou produtor.

Embora perfeitamente delimitado o conceito, a sua concretização torna-se vaga e indefinida. Não é fácil afirmar em que circunstâncias se

---

<sup>5</sup> - Carlos Olavo, in ob. cit., pág. 55

está perante uma *marca notória*, na certeza de que essa notoriedade variará de acordo com a publicidade, a latitude, a implantação no mercado, o próprio universo dos destinatários. Ora, no caso em apreço, teve-se o conceito por adquirido, sem que se haja procedido ao necessário preenchimento, a partir apenas da mera alegação da parte interessada de que se trata de uma marca notória, internacionalmente reconhecida, utilizada há muitos anos e com registos firmados na Canadá e E.U.A, respectivamente, em 1931 e 1952.

A tutela da *marca notória* assenta em duas vertentes: uma, de ordem interna e a outra, da ordem internacional. Quanto a esta última curar-se-á no ponto seguinte e na medida em que a notoriedade a tutelar provenha do registo ter sido efectuado anteriormente em país estrangeiro.

No tecido normativo vigente na R.A.E.M. encontramos referência tutelar à *marca notória* no artigo 214º, nº 1, al. b) do RJPI que prescreve: “O registo de marca é recusado quando: (...) b) A **marca** constitua, no todo em parte essencial, reprodução, imitação ou tradução de outra **notoriamente** conhecida em Macau, se for aplicada a produtos ou serviços idênticos ou afins e com ela possa confundir-se, ou que esses produtos possam estabelecer ligação com o proprietário da marca notória;”

Daqui resulta que a marca, quando notória, constitui fundamento de oposição ao registo, formulado em nome da violação do direito da sã concorrência. Saber se a marca, apenas porque notória, - no caso, *quoad est demonstrandum* – pode ser registada, é questão diversa e, sendo a liberdade da composição a regra, importa indagar se as restrições da lei

lhes são ou não oponíveis.

A notoriedade seria então aquilo que faria distinguir a protecção de uma marca, por via já não de uma mera oposição a outro registo e tal como aconteceria se se tratasse de uma mera *marca de facto*<sup>6</sup>, a proteger apenas em nome de uma concorrência desleal, mas por via directa, constituindo, por si, fundamento próprio do registo.

Nada se vislumbra na lei que aponte para esse sentido, devendo ser em função dos critérios gerais de admissibilidade e restrições impostas que se apreciará da validade da composição requerida.

4. Pretende a Recorrente estribar-se no Direito Internacional para fazer vingar a sua pretensão, já que a sentença recorrida preconizaria a não aplicação da Convenção da União de Paris sobre a Propriedade Industrial ao caso em apreço, justificando tal posição com o facto de não se estar perante um pedido de registo feito no âmbito do registo internacional, mas de um processo exclusivamente interno do Território de Macau.

Sustenta a Recorrente que a invocação da referida Convenção prende-se mais com os seus princípios orientadores e, aquando do registo da sua marca nos EUA e no Canadá, os vários princípios basilares que a mesma consagra terão sido respeitados, pelo que não haveria razão para deixar de ter aqui o mesmo entendimento.

Ora a Convenção de Paris para a Protecção da Propriedade

---

<sup>6</sup> - Ferrer Correia, in ob. cit., pág. 338

Industrial de 20 de Março de 1883<sup>7</sup> harmoniza as diversas leis nacionais que regulam e protegem a propriedade industrial e institui um direito de prioridade, conferido ao seu titular, de forma a que este possa projectar o seu direito de propriedade industrial num país terceiro. Tal prioridade funda-se no artigo 4º da Convenção. Pressupõe-se o registo da marca noutro país da União, correndo, a partir dele, um prazo de 6 meses em que é reconhecida prioridade ao requerente em qualquer país da União, prioridade esta reconhecida no artigo 16º, nº1 do RJPI que prevê: “Aquele que tiver apresentado regularmente pedido de concessão de direito de propriedade industrial previsto no presente diploma, ou direito análogo, em qualquer dos países ou territórios membros da OMC ou da União, ou em qualquer organismo intergovernamental com competência para conceder direitos que produzam efeitos extensivos a Macau, ou o seu sucessor, goza, para apresentar o pedido em Macau, do direito de prioridade estabelecido na Convenção da União de Paris para a Protecção

---

<sup>7</sup> - Revista pelo Acto de Estocolmo de 14 de Julho de 1967 e alterada em 2 de Outubro de 1979, vigente no ordenamento jurídico da R.A.E.M. , tendo sido notificada a entidade depositária pelo representante da R.P.C. em 30/Nov./1999 (segundo dados fornecidos pelo G.A.D.I, com actualização em 4/6/2002); o que decorre ainda do RJPI e do próprio Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio – TRIPS no âmbito do Acordo que instituiu a OMC publicado no BO de 26/2/96. Os acordos internacionais previamente em vigor em Macau, em que a República Popular da China não é parte, podem continuar a aplicar-se na R.A.E.M (parágrafo 2 do artigo 138º da Lei Básica) pressupondo-se a notificação respectiva por parte do Governo da RPC.

da Propriedade Industrial.”

O registo da marca no país de origem tem relevância para a protecção outorgada pelo artigo 6º - *quinquies*, sendo então a marca protegida tal qual nos outros países da União.<sup>8</sup> Prevê-se expressamente que a marca, nessas circunstâncias seja admitida a registo, apenas com as restrições previstas naquele preceito da Convenção.

Esta realidade difere do registo internacional da marca, instituto regulado pelo Acordo de Madrid de 1891<sup>9</sup> que, contrariamente ao que acontece em Macau, se encontra previsto e regulado nos artigos 196º e segs do Código da Propriedade Industrial, em Portugal. Pelo que, não vindo invocado o registo internacional, a questão deve ser analisada em função dos invocados registos da marca feitos em países da União (Convenção de Paris).

Mas se se pretende, por esta via, impor o registo da marca às autoridades da R.A.E.M., tornando-a imune às limitações da lei local,

---

<sup>8</sup> - Oliveira Ascensão, ob. cit, pág. 148

<sup>9</sup> - Revisto em Bruxelas em 14 de Dezembro de 1900, em Washington em 2 de Junho de 1911, em Haia em 6 de Dezembro de 1925, em Londres em 2 de Junho de 1934 e em Nice em 15 de Junho de 1957. Não obstante a sua extensão a Macau até 19/Dez/99, após parecer favorável da AL (cfr. Resolução 25/98/M da Assembleia Legislativa), o Acordo de Madrid relativo ao Registo Internacional das Marcas, não estará em vigor na RAEM, por falta da respectiva notificação do Governo da R.P.C. à entidade competente.

é a própria Convenção que se autolimita<sup>10</sup> por via das restrições e fundamentos de recusa previstas no artigo 6º - *quinquies* B), 1º, 2º e 3º. E aí se encontram as mesmas restrições para que a lei de Macau aponta, na parte que nos interessa, no respeitante aos sinais constituídos por indicações que sirvam para designar a espécie, a qualidade ou o valor do produto ou que sejam susceptíveis de enganar ou confundir o público. Ressalva-se a aplicação do artigo 10º- *bis* em nome da sã e livre concorrência, pelo que o uso da marca e o seu lançamento no mercado não deixará de estar protegido, independentemente do registo.

Donde se conclui que o registo feito em países da União não pode ser vinculativo para os outros membros, se se observarem as situações de restrição que a própria Convenção salvaguarda. Aliás, sempre se desconhecem as regras de direito interno dos respectivos Estados, onde realizados os aludidos registos e que permitiram a sua efectivação.

5. É tempo de projectar as reflexões acima expendidas no caso *sub judice*.

O registo de marcas, seja qual for a perspectiva da abordagem, possui, como se viu, entre outras, a restrição decorrente do facto de

---

<sup>10</sup> - É entendimento dominante na Jurisprudência portuguesa que de harmonia com o art. 6º, *quinquies* o registo nacional de marca internacional regularmente registada no país de origem só pode ser recusado, caso se verifique alguma das circunstâncias taxativamente indicadas no art. 6º- *quinquies* – B) : Ac. do STJ de 5/2/91 in BMJ 404/473; de 11/11/97, BMJ 471/406; CJSTJ,V,3º, 127 e segs ; de 26/4/01, <http://WWWdgsi.pt>

não ter carácter distintivo.

A marca em causa, “BEST FOODS”, podendo traduzir-se como “melhores comidas”, “melhores alimentos” ou por expressão similar, destinada a um universo de potenciais consumidores de produtos alimentares, traduz-se numa expressão genérica, carecida de eficácia distintiva e isto, desde logo, porque é passível de ser utilizada por todos os agentes que actuam no mesmo sector de actividade. Com a agravante de que os produtos a que se destina constituem uma diversidade não facilmente concretizável. Seria como permitir uma marca, tal como “Melhores bebidas” e que nem sequer se concretiza numa formulação mais específica, tal como “Melhor pão”, “Melhor água”, “Melhor vinho”, apropriando-se o interessado de uma expressão que pode caracterizar ou pretender-se legitimamente que caracterize uma multiplicidade de produtos do mesmo género e espécie.

Seria conferir ao registante um privilégio inadmissível, uma vez que mais ninguém poderia em condições normais e correntes utilizar a expressão em causa que mais parece um *slogan* de forte cunho apelativo, o que não estaria mal se constituísse por si só um sinal distintivo. Legitimar-se-ia a apropriação de uma expressão que qualquer agente pode reclamar e que facilmente se compreende se possa tornar usual na linguagem corrente e nos hábitos do comércio, na certeza de que nem todos os produtos alimentares serão os melhores.

Concede-se que não estará tanto em causa a lealdade – *a marca não*

*pode dar indicações falsas*<sup>11</sup> -, na medida em que um consumidor médio não se deixaria enganar, mas sim, em última análise, a defesa da livre concorrência. Não se proíbe a inclusão na marca de expressões ou elementos genéricos que podem até ser utilizados por terceiros para compor outras marcas, mas sim que a marca seja exclusivamente constituída por expressões ou elementos genéricos.<sup>12</sup>

Enquanto sinal distintivo *fraco* - ou seja, o que não tem força suficiente para distinguir o produto<sup>13</sup>-, no limite, o uso, na prática comercial, de um sinal originariamente não distintivo podia determinar a aquisição do substracto suficiente para o registo<sup>14</sup>. Só que, ainda aqui, tal como aconteceu com a notoriedade da marca, falta preencher o tipo factual justificativo do registo.

A possibilidade de registo da marca em referência esbarra igualmente, como se viu, com as limitações decorrentes do direito internacional.

---

<sup>11</sup> - Oliveira Ascensão, ob. cit., pág. 160

<sup>12</sup> - Ac. STJ de 26/5/92, <http://www.dgsi.pt>

<sup>13</sup> - Ferrer Correia, in ob. cit., pág.327

<sup>14</sup> - É a teoria do *secondary meaning* de origem anglo-saxónica que aflora no art. 6º - *quinquies*, C) -1) da Convenção de Paris e no artigo 3º,nº3 da 1ª Directiva do Conselho de 21 de Dezembro de 1988 que harmoniza as legislações dos Estados membros da UE em matéria de marcas

#### **IV - DECISÃO**

Pelas apontadas razões, acordam em **negar provimento ao recurso**, confirmando a decisão recorrida.

Custas pela recorrente.

Macau, 17 de Outubro de 2002,

***João A. G. Gil de Oliveira (Relator) – Choi Mou Pan – Lai Kin Hong***