

Processo nº 767/2022

(Autos de Recurso Civil e Laboral)

Data: **23 de Fevereiro de 2023**

Recorrente: **A**

Recorrida: **B Co., Ltd.**

Entidade Administrativa Recorrida: **Direcção dos Serviços de
Economia e Desenvolvimento Tecnológico**

*

**ACORDAM OS JUÍZES DO TRIBUNAL DE SEGUNDA
INSTÂNCIA DA RAEM:**

I. RELATÓRIO

A, com os demais sinais dos autos,
veio interpor recurso judicial da decisão do Chefe do Departamento da Propriedade Intelectual da Direcção dos Serviços de Economia e Desenvolvimento Tecnológico que autorizou o pedido de registo da marca nº N/155547 pedindo que seja revogado o despacho de autorização da DSEDTE, sendo substituído por outro que rejeita a marca objecto do presente recurso.

Cumprido o disposto no artº 278º do RJPI veio a DSEDTE a remeter ao tribunal o processo administrativo referente a autorização do registo de marca a que se reportam os autos.

Pelo Tribunal recorrido foi proferida sentença negando provimento ao recurso judicial interposto.

Não se conformando com a sentença proferida veio a Recorrente interpor recurso daquela decisão apresentando as seguintes conclusões:

- a. Foi o recurso interposto pela Recorrente julgado improcedente e decidido manter o despacho da DSEDTE que concedeu o registo da marca N/155547 à Parte Contrária.
- b. O Tribunal a quo manteve a decisão da DSEDTE por entender que a marca registanda não é semelhante à marca da Recorrente, por não poder ser dividida em três elementos, e os consumidores não vão associar a marca registanda à Recorrente.
- c. O Tribunal *a quo* entende que, ao contrário de outras marcas, a marca registanda não apresenta o elemento “SUPREME” separadamente: a marca é um único vocábulo, pelo que a possibilidade de confusão e de associação é baixa.
- d. Esta decisão é completamente errada.
- e. O Tribunal *a quo* parece entender que a simples adição de dois vocábulos, que, por si só, **não são distintivos** é suficiente para atribuir distintividade ao sinal registando.

- f. Tal é, com o devido respeito, ilógico!
- g. Especialmente considerando que, tal como o Tribunal *a quo* reconheceu, a marca “SUPREME” da Recorrente é uma marca de prestígio.
- h. Tal seria o mesmo-que dizer que “**neococacolatea**”, “**neorollsroycetea**”, “**neomgmtea**”, “**neomcdonaldstea**” ou “**neowynntea**” não são imitações, ou não diluem as marcas “Coca Cola”, “Rolls Royce”, “MGM”, “McDonalds” e “Wynn”, sendo, por conseguinte, registáveis.
- i. Todas estas marcas são parte integrante daquelas marcas compostas, **assim como a marca da Recorrente é parte integrante da marca registanda.**
- j. A lei não determina, estabelece ou sugere que o uso de uma marca registada noutra marca só é proibido se tal marca protegida figurar isoladamente no outro sinal.
- k. Ao invés, estabelece especificamente que uma marca registada se considera imitada por outra no todo **ou em parte** quando as marcas *tenham tal semelhança fonética com outra que facilmente compreenda um risco de associação.*
- l. A lei tem em consideração a **semelhança fonética** entre as marcas, não havendo, neste aspecto, absolutamente diferença alguma entre a inclusão da palavra “SUPREME” em “neosupremetea” ou em “neo supreme tea”.
- m. De facto, estas três palavras (“neo”, “supreme” e “tea”), mesmo quando separadas, são vocalizadas continuamente, **sem interrupção, sendo irrelevante em termos fonéticos, que apareçam escritas como um**

único vocábulo.

- n. A marca registanda é assim **nominativa e foneticamente** confundível com a marca da **Recorrente**, contendo o elemento nominativo da marca da Recorrente – “Supreme” - que a **compõe, identifica e caracteriza.**
- o. O consumidor, quando deparado com a marca registanda, não a irá ler e identificar apenas como “neosupremetea”, mas reconhecerá imediatamente a marca “**Supreme**” da **Recorrente**.
- p. **Com efeito, é virtualmente impossível ler a marca registanda “neosupremetea” como uma palavra só.**
- q. A marca registanda será sempre lida como três elementos nominativos diferentes:
“neo” + “supreme” + “tea”.
- r. Existindo uma **clara valorização do elemento principal “SUPREME”.**
- s. Tanto a lei define que o exame da marca deverá atender à possível confundibilidade dos caracteres e dos sons, como a jurisprudência e doutrina entendem que o elemento nominativo é o elemento predominante numa marca e que é o elemento fonético que perdura na memória do consumidor.
- t. A marca registanda é nominativa e foneticamente confundível com a marca da **Recorrente**, por ser primordialmente composta pelo elemento nominativo identificativo da **Recorrente**.
- u. Identidade nominativa e fonética que irá induzir o consumidor em erro.
- v. **Confusão esta que é agravada pelo facto de estarmos perante uma marca de prestígio.**

- w. No caso em apreço, não é defensável admitir que as marcas em confronto são diferentes, pois as diferenças são, no cômputo geral, demasiado ténues.
- x. A marca registanda constitui, assim, sem margem para dúvidas, um sinal sem capacidade distintiva própria.
- y. Sendo o pedido de registo resultado da intenção contrária aos usos honestos no comércio, e constituindo o mesmo uma violação flagrante dos direitos da Recorrente.
- z. Sendo evidente que deve ser recusado registo à marca registanda nos termos dos artigos 214.º n.º 1 alínea c) *ex vi* 215.º n.º 1 e do artigo 9.º, n.º 1 alínea c), todos do RJPI.

Notificada a DSEDTE das alegações de recurso veio esta oferecer o merecimento dos autos.

Foram colhidos os vistos.

Cumpre, assim, apreciar e decidir.

II. FUNDAMENTAÇÃO



a) Factos

Da sentença sob recurso consta a seguinte factualidade:

- A) Em 13 de Junho de 2019, a parte contrária, através do procurador, apresentou o pedido do registo da marca do produto n.º N/155547, junto da então Direcção dos Serviços de Economia, com a categoria de produtos/serviços é de 43, e cujo conteúdo concreto é restaurantes de comida rápida; alojamento (hotéis, pensões); hotéis; alojamento turístico para arrendamento; cafés; bares; restaurantes; buffet; catering; reservas de hotéis (vide autos de fls. 3, cujo teor que se dá por integralmente reproduzido).
- B) O modelo da referida marca que pretende ser registado é o seguinte:

neosupremetea
- C) O referido pedido foi publicado em 7 de Agosto de 2019, no Boletim Oficial da RAEM, n.º 32, II Série.
- D) Em 8 de Outubro de 2019, a Recorrente judicial apresentou a reclamação e seus respectivos documentos comprovativos, junto da então Direcção dos Serviços de Economia (vide fls. 8 a 81 dos autos, cujo teor que se dá por integralmente reproduzido).
- E) Em 22 de Novembro de 2019, a então Direcção dos Serviços de Economia notificou da referida reclamação à parte contrária (vide fls. 82 dos autos administrativos).
- F) Em 26 de Março de 2021, a entidade recorrida proferiu o despacho, despacho o qual concordou com o conteúdo da proposta n.º 181/DPI/DRM, deferiu o pedido do registo da marca n.º N/155547

(vide fls. 83 a 90 dos autos administrativos, cujo teor que se dá por integralmente reproduzido).

- G) O referido despacho da autorização do registo foi publicado em 21 e Abril de 2021, no Boletim Oficial da RAEM, n.º, 20, II Série.
- H) Em 21 de Maio de 2021, a Recorrente judicial, através do *fax*, instaurou o presente recurso judicial (vide fls. 2 dos autos).
- I) A Recorrente judicial detém as marcas n.º N/146206 a N/146210, categoria de produtos/serviços são de 9, 18, 25, 28 e 35, o modelo de marca é de .
- J) A Recorrente judicial detém as marcas n.º N/184627 a N/184634, categoria de produtos/serviços são de 3, 9, 16, 18, 25, 28 34 e 35, o modelo de marca é de .
- K) A Recorrente é urna empresa americana fundada em 1994 por James Jebbia, em Nova Iorque, focada na venda de skates, sapatos, acessórios e roupa de marca, atendendo às culturas de *skateboard*, *hip hop*, rock e à cultura jovem em geral.
- L) No mesmo ano, abriu a sua primeira loja no centro de Manhattan, na Rua Lafayette, a qual foi projectada tendo em vista os praticantes de skateboard, de modo a que estes circulem confortavelmente na loja.
- M) De seguida, a Recorrente abriu várias outras lojas, nomeadamente na Califórnia, Londres, Paris, e em várias cidades japonesas (3 lojas em Tokyo, Nagoyam Osaka e Fukuoka), as quais imitam a loja original,

atraindo o público com a exibição de arte, vídeos e música.


- N) Para além da sua própria marca, a Recorrente vende ainda produtos de outras marcas, nomeadamente da *Vans, Nike SB, Spitfire, Thrasher e Girl Distribution Company*, entre outros.
- O) E ainda, colaborou também com outras marcas de skateboard e de moda, sendo as mais frequentes *Nike/Air Jordan, Vans, Clarks, The North Face, Hanes, Playboy, Levi's, Timberland, Coleman, Comme des Garçons, Stone Island e Champion*.
- P) A Recorrente utiliza nos seus produtos um logótipo que consiste num rectângulo vermelho distintivo com a palavra “Supreme” em letras brancas.
- Q) Os produtos da Recorrente são vendidos e comercializados em Macau em várias lojas, como por exemplo, “THE BIG APPLE MACAU” lojas com localização no hotel Galaxy e no centro de Macau.
- R) A Parte Contrária pediu registos na China de várias marcas que contêm a expressão “SUPREME”, entre outras, “SUPREMETEA” e “NEOSUPREMETEA”. (vide fls. 60 a 62 dos autos, cujo teor que se dá por integralmente reproduzido)
- S) A Recorrente submeteu reclamações contra pedidos de registo da Parte Contrária das marcas “SUPREME ICE” (43), “SUPREME SHAKE” (35 e 30), “SUPREME SODA” (35 e 30) e “SUPREME CREAM” (43) perante a CNIPA (國家知識產權局) e os pedidos foram conseqüentemente indeferidos. (vide fls. 48 a 72 dos autos, cujo

teor que se dá por integralmente reproduzido)

b) Do Direito

Sobre esta matéria diz-se na decisão recorrida do seguinte modo:

«No essencial, a análise da proposta n.º 181/DPI/DRM é que a marca n.º N/155547 não tem os três elementos que reproduzem a marca registada na posse da Recorrente judicial e que o uso da marca não causaria confusão aos consumidores que se consideram como a mesma fonte dos produtos/serviços nem se consideram a existência do laço entre a Recorrente judicial e a parte contrária.

Em primeiro lugar, é necessário distinguir se a marca N/155547 reproduz a marca registada  na posse da Recorrente judicial.

Nos termos do disposto no art. 197.º do RJPI, “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, que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas.”

Em termos da função de uma marca, uma marca é uma combinação de marcas ou sinais, especialmente palavras, que distinguem devidamente os produtos / serviços de uma empresa dos de outras empresas, o que mostra que

uma marca tem a qualidade de destacar e identificar os produtos/ serviços de uma empresa.

Para evitar mal-entendidos ou confusão para os consumidores, o RJPI proíbe a reprodução total ou parcial do modelo de marca registada, tal como indicado no art.º 214.º, n.º 2, al. b) do RJPI: “...O pedido de registo também é recusado sempre que a marca ou algum dos seus elementos contenha:... 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.”

Além disso, o RJPI tem dois meios para evitar a concorrência desleal.

Nos termos do art.º 214.º, n.º 1, al. b) e c) do RJPI, juntamente com a proibição de reprodução ou imitação de marcas nos termos do art.º 215.º, tem como objectivo proteger os efeitos positivos das marcas registadas em primeira, notória e reputáveis, de serem exploradas indevidamente por concorrentes de outros sectores. Além disso, através do art.º 9.º, uma disposição geral sobre concorrência desleal prevê que a concorrência desleal com intenção subjectiva, ou mesmo que não haja intenção subjectiva, constitui objectivamente uma concorrência desleal, é motivo para recusar a concessão de um direito de propriedade industrial.

A disposição previsto no art.º 215.º, a) A marca registada tiver prioridade; b) Sejam ambas destinadas a assinalar produtos ou serviços idênticos ou afins; c) Tenham tal semelhança gráfica, nominativa, figurativa ou fonética com 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.


Tal como referido pelo Meritíssimo Juiz do TSI em 16 de Outubro de 2014 no processo de recurso n.º 450/2014, foram feitas as seguintes jurisprudências perspicazes sobre os elementos de reprodução ou imitação de uma marca registada:

“ ... Quanto à pretensa imitação da marca, dúvidas não se levantam quanto aos dois primeiros requisitos: o da prioridade da marca registada e o da afinidade de serviços para os quais se destinam as marcas registada e registanda, certo sendo que, relativamente a este requisito tem-se como base da identidade e/ou afinidade dos serviços pela inclusão nas respectivas classes da Classificação de Nice, ... No que se refere ao terceiro requisito - existência de tal semelhança gráfica, figurativa ou fonética que induza facilmente em erro ou confusão, ou que compreenda um risco de associação com marca anteriormente registada, de forma que o consumidor não possa distinguir as duas marcas senão depois de exame atento ou confronto -, somos a considerar que esse risco não existe ”


Para ser claro, o que o legislador excluiu foi o risco de mal-entendido ou confusão para os consumidores e o risco de associação entre o seu registo e uma marca previamente registada, bem como o de evitar marcas que só possam ser distinguidas de produtos/ serviços após cuidadoso exame ou comparação pelos consumidores, impedindo-os assim de comprar os mesmos produtos/ serviços ou similares fornecidos por outro fabricante em resultado de mal-entendidos ou confusão.

Foi estabelecido que a Recorrente judicial detinha uma série de marcas

registadas sob a forma de , que consistia principalmente da palavra “Supreme” em inglês, com letras brancas e um fundo vermelho.

Como a Recorrente judicial já detinha a marca registada de , não há dúvida de que a Recorrente judicial tem prioridade sobre a marca registada de “Supreme” e satisfaz assim os requisitos do art.º 215.º, n.º 1, al. a) do RJPI.

Além disso, o pedido de registo da marca de produto n.º N/155547 refere-se à categoria de produtos/serviços 43, que é claramente diferente da categoria de marcas registadas detidas pela Recorrente judicial, tal como confirmado no processo, nos termos do disposto no art. 214.º, n.º 1, al c) do RJPI, “A marca, ainda que destinada a produtos ou serviços sem afinidade, constitua reprodução, imitação ou tradução de uma marca anterior que goze de prestígio em Macau, e sempre que a utilização da marca posterior procure tirar partido indevido do carácter distintivo ou do prestígio da marca ou possa prejudicá-los.” Portanto, é

necessário saber se a marca  pode ser definida como uma marca de prestígio na acepção da lei acima referida, de modo que mesmo que a marca em questão não seja utilizada em produtos/ serviços semelhantes, mas seja utilizada numa tentativa de obter um benefício indevido das características distintivas ou da reputação da antiga marca e de uma série de produtos/ serviços semelhantes, ou seja susceptível de prejudicar a reputação da antiga marca, pode constituir uma reprodução ou imitação da antiga marca que tem uma reputação em Macau e deve ser recusado o registo.

No que diz respeito a marcas notória e de prestígio, a seguinte análise perspicaz da decisão do Meritíssimo Juiz do TSI no Recurso n.º 1235/2019 de 21 de Maio de 2020 é apenas citada e reproduzida aqui:

“...Dispõe o art.º 214.º, n.º1, al. b) do RJPI que “o registo de marca é recusado quando 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”.

Por sua vez, preceitua o art.º 214.º, n.º 1, al. c) do RJPI que é recusado o registo de marca que, ainda que destinada a produtos ou serviços sem afinidade, constitua reprodução, imitação ou tradução de uma marca anterior que goze de prestígio em Macau, sempre que o uso da marca posterior procure tirar partido indevido do carácter distintivo ou do prestígio da marca.

Segundo Pinto Coelho ¹, *“para que a marca se qualifique como notoriamente conhecida não é necessário que o conhecimento da marca de que ela pertence a certa entidade constitua facto público e notório, com as características que a esta fórmula se atribui na nossa legislação processual. A opinião dominante é no sentido de que a marca pode assim ser qualificada desde que alcançou notoriedade ou conhecimento geral no círculo dos produtores ou dos comerciantes ou no meio dos consumidores mais em contacto com o produto a que respeita a marca; basta que a marca se tenha divulgado de modo*

¹ Pinto Coelho, in RLJ, 89/23

particular no círculo de pessoas que é uso designar por meios interessados”.

Para Carlos Olavo², 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, enquanto a marca de prestígio goza de protecção que ultrapassa o princípio da especialidade das marcas.

Em primeiro lugar, para se poder beneficiar de protecção como marca notória, é necessário que os sinais distintivos postos em confronto se reportem aos mesmos produtos ou serviços, ou a produtos ou serviços afins — é o chamado princípio da especialidade da marca.

Enquanto a marca de prestígio merece uma protecção reforçada que vai além daquele princípio, ou seja, é recusado o registo de uma marca que constitui reprodução, imitação ou tradução de uma marca anterior que goze de prestígio em Macau, ainda que destinada a produtos ou serviços sem afinidade, bastando que o uso da marca posterior procure tirar partido indevido do carácter distintivo ou do prestígio da marca.

O Acórdão do TSI, proferido no âmbito do Processo 873/2009, decidiu no mesmo sentido:

“As marcas notórias são as marcas muito conhecidas pelo público interessado, constituem assim exceções aos princípios do registo e da territorialidade. No entanto, por serem apenas muito conhecidas pelo público interessado, e não público em geral, ficam sempre sujeitas ao princípio da


² Carlos Olavo, in Propriedade Industrial, Volume I, 2ª edição, pág 97

especialidade, ou seja, só beneficiam da protecção determinada em função do produto ou serviço especificamente comercializado – cf. artº 214º/1-b) do RJPI.

Ao passo que para ser apelidada marca de grande prestígio, é preciso que goze não só um maior grau de notoriedade em comparação com as marcas notórias, como também seja símbolo de grande qualidade e de boa imagem, junto do público em geral. Assim, as marcas de grande prestígio, enquanto tais, já fogem aos princípios do registo, da territorialidade e da especialidade, pois, além de não precisar de registo anterior num determinado território para beneficiarem de tutela jurídica, merece ainda a protecção alargada a produtos ou serviços não semelhantes ou afins – cf. Art.º 214.º, n.º 1, al. c) do RJPI.”


...

Acresce ainda o facto de que os elementos que se podem relevar para se concluir pelo prestígio da marca, prende-se, por exemplo, com a quota de mercado, alcance geográfico, investimento na promoção, atenção da comunicação social, duração da utilização, etc...³,...”


O facto provado manifestou que a marca  tem sido utilizada em produtos de retalho desde 1994 e é vendida em muitos locais, incluindo Macau, onde existem lojas que vendem produtos sob a marca acima referida, considerando que os produtos que utilizam a marca estão disponíveis no mercado retalhista há mais de 20 anos, e que existem lojas em Macau e em todo o mundo que vendem produtos desta marca, podem ver que a marca é muito popular e


³ Cfr. Jorge Gonçalves, A Marca Prestigiada no Direito Comunitário das Marcas, Direito Industrial, Vol. V, Coimbra, Janeiro 2008, pág. 339 a 341

bem conhecida, não é difícil compreender o grande número de pedidos de marcas registadas apresentados pelas principais partes na China Continental que se constam a palavra inglesa “Supreme”.

Assim, com absoluto respeito por opiniões diferentes sobre a mesma questão, o Tribunal decidiu que  deve ser considerado como uma marca de prestígio.


O facto provado manifestou que a parte contrária tinha solicitado o registo de várias marcas de texto simples na China Continental, algumas das quais continham a palavra inglesa “Supreme”, incluindo “SUPREMETEA” e “NEOSUPREMETEA”, e que a marca em questão era também uma marca de texto simples com a palavra “neosupremetea”, que é uma versão em minúsculas de “NEOSUPREMETEA”.

De acordo com os documentos fornecidos pela Recorrente judicial ao antigo então Direcção dos Serviços de Economia na sua objecção (vide fls. 69 a 81 dos autos administrativos), existe uma loja de bebidas na China Continental chamada "SUPREME TEA" e utiliza  com as mesmas letras brancas sobre o mesmo fundo vermelho na embalagem da bebida.

Se a Recorrente judicial pretende indicar que a parte contrária utilizou  como rótulo de produto numa loja de bebidas na China Continental, ao deter a marca "SUPREME TEA", tal situação, se a situação era verdadeira, em Macau, poderia ser considerada como uma falta de uso sério da marca (ver art.º 232.º, n.º 1, al. a) do RJPI, e poderia também reflectir uma

tentativa da parte contrária de obter um benefício indevido das características distintivas ou reputação da marca anterior.

No entanto, a identificação de uma marca é tal que as palavras que a compõem não podem ser analisadas separadamente de forma fragmentada⁴. Embora a marca registada em questão seja composta por palavras inglesas que podem ser divididas em “neo”, “supreme” e “tea”, no entanto, não pode ser directamente interpretada e lidas como três palavras separadas e supõe-se que os consumidores em geral as examinaria imediatamente e sem cautela ou mesmo compará-las em conjunto para excluir a utilização com segurança do produto ou serviço da marca registada autorizada como um produto/ serviço fornecido pela Recorrente judicial.

Evidentemente, o Tribunal entende que a Recorrente judicial está preocupada com a situação da loja de bebidas “SUPREME TEA” na China Continental, o caso de “SUPREME TEA”, como os casos já comprovados de “SUPREME ICE” (43), “SUPREME SHAKE” (35 e 30), “SUPREME SODA” (35 e 30) e “SUPREME CREAM” (43), são claramente diferentes da marca registada em questão. A palavra “SUPREME” é claramente indicada na marca acima referida, que é uma reprodução completa da marca  . Consequentemente, não se pode concluir que a marca objecto de recurso seja semelhante em desenho, nome, forma ou pronúncia à marca registada na posse da Recorrente judicial. Isto levou à confusão entre os consumidores em geral e à conclusão de que a utilização dos produtos e serviços recorridos está

⁴ Vide os acórdãos nos autos n.º 474/2021, de 11 de Novembro de 2021 e autos n.º 214/2014, de 25 de Setembro de 2014, do TSI.

directamente associada à Recorrente judicial, e é considerada como constituindo concorrência desleal.

Tendo em conta a análise e conclusões acima referidas, julga improcedentes os fundamentos de recurso invocados pela Recorrente judicial, por não comprovar a existência dos pressupostos de recusa o pedido de marca que pretende ser registada, previstos no art.º 214.º, n.º 1, al. b) e al. c), n.º 2, al. b) e art.º 215.º em conjugação com o art.º 9.º, n.º 1, al. c) do RJPI, devendo manter-se a decisão da autorização do registo da marca recorrida.».

Concordamos e acompanhamos a decisão recorrida.

A marca não é só composta pelo elemento literal e fonético mas também todo o arranjo gráfico que a envolve.

A marca da Recorrente são letras brancas sobre o fundo vermelho, nada havendo de semelhante na marca cujo registo foi autorizado, para além da diferença na composição gráfica, fonética e tipo de caracteres usados, já devidamente analisados na decisão recorrida.

Destarte, nada mais havendo a acrescentar aos fundamentos da decisão recorrida, para os quais remetemos e aderimos integralmente nos termos do n.º 5 do art.º 631.º do CPC, impõe-se negar provimento ao recurso, mantendo a decisão recorrida.

III. DECISÃO

Nestes termos e pelos fundamentos expostos, nega-se provimento ao recurso, mantendo-se a decisão recorrida.

Custas pela Recorrente.

Registe e Notifique.

RAEM, 23 de Fevereiro de 2023

Rui Carlos dos Santos P. Ribeiro
(Relator)

Fong Man Chong
(1º Juiz-Adjunto)

Ho Wai Neng
(2º Juiz-Adjunto)