

**Processo n° 89/2019**

(Autos de Recurso Civil e Laboral)

**Data:** 09 de Maio de 2019

**ASSUNTO:**

- Marca
- Capacidade distintiva
- Concorrência desleal

**SUMÁRIO:**

- Não obstante existir a coincidência dos caracteres chineses “##” entre a marca registanda e a firma da Recorrente, os produtos comercializados por esta última diferem-se dos assinalados pela marca registanda, daí que não se verifica a susceptibilidade de confundibilidade ou erro do consumidor, nem a situação de concorrência desleal.

O Relator,

Ho Wai Neng

## **Processo n.º 89/2019**

(Autos de Recurso Civil e Laboral)

Data: **09 de Maio de 2019**

Recorrente: **XX Japan Comércio Limitada**

Recorridas: **Companhia de ..... Limitada**

**Direcção dos Serviços de Economia**

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

#### **I – Relatório**

Por sentença de 18/07/2018, julgou-se improcedente o recurso da Recorrente **XX Japan Comércio Limitada**.

Dessa decisão vem recorrer a Recorrente, alegando, em sede de conclusões, os seguintes:

- 1. Vem o presente recurso do douto despacho saneador sentença proferido, em 18 de Julho de 2018, que, conhecendo do mérito da causa, julgou o recurso judicial, interposto pela sociedade XX JAPAN COMÉRCIO LIMITADA, em chinês, 日本##貿易有限公司 e, em inglês, XX JAPAN TRADING, improcedente e, em consequência, manteve o despacho da DSE de 27 de Dezembro de 2017, que concedeu o registo da marca que consiste em ##, que tomou o n.º N/\*\*\*\*70, para assinalar produtos da classe 5.ª ["Drogas, emplastos, produtos de saúde médica, produtos de*

*higiene"]*.

2. *Imputa a ora Recorrente à decisão recorrida, um vício de violação da lei substantiva consistente em erro de interpretação. O douto Tribunal a quo, para decidir, fez a correcta aplicação da norma do art.º 214.º, n.º 2, alínea e), 9.º, n.º 1, alínea c), e 215.º, n.º 1, alíneas a), b) e c), todos do RJPI, mas não uma adequada interpretação das mesmas, atendendo aos factos que foram dados por provados.*
3. *O douto Tribunal recorrido, designadamente, interpretou o conceito de "susceptibilidade de confundibilidade ou erro do consumidor" -, partindo do pressuposto de que as actividades da Recorrente e da Parte Contrária não são concorrentes - porque, embora desenvolvendo actividade na área do comércio, portanto, sendo distribuidoras ou grossistas de produtos, tais produtos são diferentes entre si -, dando como certo que não existe o perigo de engano quanto à proveniência dos produtos, porque o facto de ambas as partes desenvolverem actividade como grossistas têm clientela específica, profissional e, nessa medida, é conhecedora e, em conclusão não há erro do consumidor.*
4. *O douto Tribunal a quo fez consignar, na Sentença, que, não havendo dúvida sobre o facto de a marca usar na sua composição, exclusivamente, sinais que correspondem a dois caracteres da firma da recorrente, firma esta registada em data anterior ao pedido de registo da marca, "está em causa o afrontamento do principio da novidade ou da exclusividade que, por via do que disposto no art.º 214 n.º 2 alínea e), do RJPI, é relevável na relação que se faça entre marcas e firmas".*

5. *Tendo em conta os factos, dados por assentes, quais sejam: (i) o objecto social da recorrente corresponder à "venda por grosso de leite em pó e de produtos e alimentos naturais"; (ii) a classe para a qual a marca se destina é a 5.ª; ou seja, a marca destina-se a assinalar "drogas, emplastos, produtos de saúde médica, produtos de higiene", e o objecto social da parte contrária ser a "venda por grosso de medicamentos e produtos de uso diário", o douto Tribunal a quo concluiu que não existe qualquer afinidade entre os produtos a identificar pela marca e o objecto social da recorrente, ou seja, o sector de actividade em que a titular da firma actua.*
6. *O douto Tribunal a quo afirma que, não existindo, na sua óptica, a coadjuvante afinidade, no processo de valoração daquela susceptibilidade de confusão ou erro do consumidor, importa referir que a composição da firma vai para além dos dois caracteres em causa, acrescentando, ainda, que a marca pertence a uma firma que actua na venda por grosso, como a recorrente, portanto com clientela específica, profissional e nessa medida é conhecedora, de onde se conclui que não há confusão ou erro do consumidor.*
7. *Ainda que se entenda que o fundamento de recusa, que visa impedir o engano público consumidor quanto à origem dos produtos ou serviços, só se deve dar por verificado se se estiverem em causa actividades concorrentes, porque o perigo de engano quanto à proveniência dos produtos ou serviços, sempre, pressuporá uma relação de concorrência, não é certa a afirmação no sentido de que (i) as partes (Recorrente e*

*Parte Contrária) não são concorrentes, como, também, não o é a de que (ii) não existe afinidade entre os produtos que constam do objecto social da Recorrente e, finalmente, a de que (iii) não há susceptibilidade de confusão ou erro do consumidor porque as partes têm uma clientela específica, profissional e, portanto, conhecedora.*

8. *As partes no presente processo são empresas concorrentes, ao contrário do que é afirmado pelo douto Tribunal a quo; na verdade, ambas são empresas meramente comerciais, isto é, não produzem quaisquer produtos, antes comercializam produtos que são fabricados por outras entidades, dando-se a circunstância de serem grossistas, também, designadas como distribuidoras de bens ou produtos.*
9. *O facto de uma comercializar "leite em pó e produtos e alimentos naturais" [(os chamados "healthy and natural products") sendo que estes últimos, também, estão integrados na classe 5.<sup>ª</sup>] e a outra comercializar "medicamentos e produtos de uso diário", não as torna não concorrentes, pois ambas distribuem produtos básicos, que se complementam e que irão passar pelos mesmos circuitos de distribuição final.*
10. *Ainda que a "afinidade" não constitua um requisito do fundamento de recusa aqui em discussão e que seja chamada à colação nos termos em que o fez o douto Tribunal a quo, interessa dizer que, efectivamente, existe afinidade entre os produtos que são distribuídos pela Recorrente ["leite em pó e produtos e alimentos naturais" (os já referidos "healthy and natural products") que estão numa relação directa com "alimentos para bebés; suplementos alimentares para humanos; suplementos dietéticos,*

*com a intenção de completar uma dieta normal ou de beneficiar a saúde; substitutos de refeições e alimentos e bebidas dietéticas, concebidos para uso médico", estes integrados na classe 5.ª] e os produtos para os quais se destina a marca ■■■■ (que corresponde à palavra de origem japonesa XX), quais sejam "Drogas, emplastos, produtos de saúde médica, produtos de higiene", também, integrados na classe 5.ª.*

- 11. Também, existe afinidade entre os produtos comercializados pela Recorrente ("leite em pó e produtos e alimentos naturais") e "medicamentos e produtos de uso diário", comercializados pela Parte Contrária/Recorrida, certo sendo que no conceito "produtos de uso diário" cabem os alimentos, os produtos de higiene pessoal e/ou de higiene doméstica, os produtos que são usados nas respectivas actividades profissionais de cada um dos consumidores, no seu quotidiano, querendo com isto dizer-se que, de acordo com o objecto social da Parte Contrária/Recorrida, a mesma pode comercializar "leite em pó e produtos e alimentos naturais", que são comercializados pela Recorrente, porque comercializa "produtos de uso diário".*
- 12. As Partes Litigantes não têm uma clientela específica, profissional e, portanto, conhecedora.*
- 13. Nenhuma das partes tem uma clientela específica, porque a venda por grosso é a forma de comercialização de grandes quantidades de produtos, a um preço mais baixo, por serem principalmente mas não exclusivamente destinados a mercados e o facto de, geralmente, este sistema de comercialização necessitar de elos em sequência na cadeia de*

*suprimentos, passando pelo comércio retalhista, para alcançar os consumidores finais, não impede que um consumidor final os adquira junto do distribuidor.*

- 14. É comum que as empresas que actuam neste ramo (ditas grossistas) também operem na distribuição, sendo comum designar-se o vocábulo distribuidor como sinónimo de grossista havendo vários tipos de distribuição e, entre eles, podem enumerar-se: (i) a Distribuição exclusiva, usada quando a natureza do negócio precisa da lealdade do distribuidor e de elevado grau de controlo sobre sua actividade, de que são exemplos "a importação, exportação e comércio por grosso de produtos e especialidades farmacêuticas" e as concessionárias de veículos do tipo autorizada; (ii) a Distribuição intensiva, usada quando a importância é dada para a disponibilidade do produto num grande número de pontos de venda, de que é exemplo a distribuição de produtos básicos de alimentação, bebidas, produtos de uso diário, etc. e (iii) a Distribuição selectiva, usada quando a natureza do negócio precisa de valorização, tal como, a venda de produtos de luxo.*
- 15. A Recorrente e Recorrida/Parte Contrária são distribuidoras intensivas e, em consequência, não têm uma clientela específica, nem profissional e, consequentemente, conhecedora e responsável perante o consumidor final sobre a exacta origem industrial dos bens que comercializam.*
- 16. Seria diferente se a Requerente da marca, aqui Parte Contrária/Recorrida, desenvolvesse uma actividade exclusiva, qual seja, "a importação, exportação e comércio por grosso de produtos e especialidades*

*farmacêuticas", prestando, assim, serviços muito específicos e devidamente licenciados, em conformidade com o Decreto-Lei n.º 58/90/M, de 19 de Setembro, com a formulação que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 20/91/M; fosse essa a situação de facto, poder-se-ia falar em clientela específica, profissional e, portanto, conhecedora da origem dos produtos, que seriam o elo de ligação entre os fabricantes desses produtos e o consumidor final.*

- 17. Nesse caso, poder-se-ia, também, falar numa "distribuição exclusiva" que daria a certeza ao consumidor final sobre a origem empresarial dos produtos a consumir mas não é o caso.*
- 18. O Decreto-Lei n.º 58/90/M, de 19 de Setembro, teve, pois, o objectivo de - sem prejuízo do reconhecimento da livre iniciativa e da concorrência que caracterizam o mercado de Macau - definir os requisitos básicos, que devem preencher os agentes da actividade farmacêutica - onde se integram as "Firmas de importação, exportação e venda por grosso de produtos farmacêuticos" - e os recursos técnicos, humanos e materiais a ela afectos, numa perspectiva de dignificação daqueles agentes a quem se reconhece um papel importante, ao lado dos profissionais da saúde, na criação das condições de bem-estar da população.*
- 19. O douto Tribunal a quo, na valoração da "susceptibilidade de confusão ou erro do consumidor", referiu que a composição da firma vai para além dos dois caracteres em causa.*
- 20. Tal como nas marcas, as firmas têm de possuir carácter distintivo, isto é, devem ter um sinal que as distinga das outras, certo sendo que os*

*vocábulos de uso corrente e os topónimos, bem como qualquer indicação de proveniência geográfica, não são de uso exclusivo.*

21. *A designação social ou firma da Recorrente é: XX JAPAN COMÉRCIO LIMITADA, isto é, para além do vocábulo de origem japonesa "XX", os demais vocábulos que a integram não são de uso exclusivo da mesma; "JAPAN" é a indicação da proveniência geográfica, uma vez que os produtos que comercializa e distribui em Macau são originários do Japão; "COMÉRCIO" indica a natureza da actividade que a empresa exerce, qual seja, a de intermediação na circulação dos bens e "LIMITADA" indica o tipo de sociedade comercial.*
22. *Nestas circunstâncias, "XX" (a que correspondem os caracteres chineses ■■■ e que é a composição da marca em apreciação) é o único vocábulo com carácter distintivo que integra a firma da Recorrente.*
23. *A reprodução de parte característica da firma é suficiente para que seja recusado o pedido de registo, desde que reunidos os demais requisitos, isto é, (i) que não pertença ao requerente ou que o mesmo não esteja autorizado a utilizar e (ii) se for susceptível de induzir o consumidor em erro ou confusão.*
24. *No que se refere ao fundamento de recusa que tem por fim obviar a prática de actos de concorrência desleal, o douto Tribunal a quo, uma vez mais, afirmou que, no caso, a clientela é profissional por a recorrente e parte contrária intervirem no mercado como grossistas, portanto o consumidor é conhecedor da proveniência dos produtos e, assim, julgou improcedente, também, neste segmento o recurso judicial.*

25. *As Partes Litigantes são concorrentes, porque actuam no mesmo segmento do mercado - são empresas intermediárias da circulação de bens, porque não produtoras - e o facto de serem grossistas não as coloca na situação de fazerem uma distribuição exclusiva e selectiva, antes fazendo uma distribuição intensiva, porque se trata de colocar bens em diversos pontos de venda e, portanto, não têm uma clientela profissional, exclusiva e com conhecimento exacto da origem industrial dos produtos que comercializam.*
26. *A Recorrente crê que, em Direito de Marcas, pode enquadrar-se no específico fundamento de recusa previsto no art.º 9.º, n.º 1, alínea c), do RJPI, a situação em que a Requerente da marca, tendo conhecimento de que a titular da marca tem intenção de registar as suas marcas, apressa-se a pedir o registo em primeiro lugar, assim inviabilizando o registo da verdadeira titular.*
27. *A empresa-mãe do grupo empresarial XX JAPAN, onde se integra a Recorrente, deu prioridade à constituição de uma sociedade comercial em Macau para a colocação dos seus produtos neste específico mercado, tendo assim, sido constituída, em 4 de Maio de 2017, a sociedade comercial "XX JAPAN COMÉRCIO LIMITADA, em chinês, 日本##貿易有限公司, em inglês, XX JAPAN TRADING", para, posteriormente, requerer o registo da sua marca mais conhecida em Macau, bem sabendo a Parte Contrária desta situação e, pese o facto de estar constituída em Macau desde Julho de 2013, apenas, em 7 de Julho de 2017, apresentou o pedido de registo da marca ■■■ (que romaniza BB ou BBI e*

*corresponde ao vocábulo de origem japonesa XX).*

- 28. Não o tendo feito antes, a ora Recorrente apresentou, em 9 de Fevereiro de 2018, o pedido de registo das suas marcas - duas nominativas e uma mista - que consistem, respectivamente, em ■■■■, ■■■■ e ■■■■, que tomaram os n.ºs N/\*\*\*\*07 (classe 5.ª); N/\*\*\*\*08 (classe 35.ª); N/\*\*\*\*09 (classe 5.ª); N/\*\*\*\*11 (classe 35.ª); N/\*\*\*\*10 (classe 5.ª); N/\*\*\*\*12 (classe 35.ª).*
- 29. O consumidor de Macau será induzido em erro ou confusão quando, designadamente, julgar que a marca ■■■■ (uma marca constituída por uma palavra de origem japonesa) pertence à Recorrente ou que os produtos marcados com tal sinal provêm da Recorrente e/ou de alguma empresa do grupo empresarial XX JAPAN, pelo que existe, sem sombras para dúvidas, o risco de associação, por parte dos consumidores, à Recorrente, pelo que, havendo a susceptibilidade de induzir o consumidor em erro ou confusão, tem que se dar por verificado o fundamento de recusa previsto no art.º 214.º, n.º 2, alínea e), do RJPI, tendo em atenção a prioridade da apresentação do registo da firma.*
- 30. É possível a prática de actos de concorrência desleal por parte da Recorrida, uma empresa cuja designação social nada tem a ver com uma palavra de origem japonesa que, intencionalmente se comportou de má-fé ao requerer o registo em Macau, de tal marca, bem sabendo que não tem qualquer relação com as empresas do grupo XX/##(JAPAN), designadamente, com a ora Recorrente, podendo, ainda, ser considerada uma fraude para com os consumidores da RAEM se a Parte*

*Contrária/Recorrida usar a marca requerida, em produtos que não fabrica mas que pretende distribuir em Macau; assim, é de se concluir que, também, se verifica, no caso, um outro fundamento de recusa, qual seja, o previsto no art.º9.º, n.º 1, alínea c), aplicável por força do disposto no art.º214.º, n.º1, alínea a), ambos do RJPI.*

\*

A Recorrida **Companhia de ..... Limitada** respondeu à motivação do recurso acima em referência nos termos constante a fls. 202 dos autos, cujo teor aqui se dá por integralmente reproduzido, pugnando pela improcedência do recurso.

\*

Foram colhidos os vistos legais.

\*

## **II – Factos**

Vêm provados os seguintes factos pelo Tribunal *a quo*:

- O despacho recorrido foi proferido, em 27 de Dezembro de 2017, pela Exma. Chefe do Departamento de Propriedade Intelectual dos Serviços de Economia, despacho que teve por objecto a concessão da marca que consiste em ■■■■■ à sociedade comercial .....有限公司, marca que tomou o n.º N/\*\*\*\*70 e para assinalar produtos integrados na Classe 5.ª: "Drogas, emplastos, produtos de saúde médica, produtos de higiene".
- A decisão ora impugnada foi publicada na II Série do B.O. n.º

3/2018, de 17 de Janeiro de 2018

- ... e surgiu na sequência de pedido apresentado pela parte contrária em 07 de Julho de 2017.
- A marca registanda romaniza nos seguintes termos: BB ou BB1. Corresponde ao vocábulo de origem japonesa XX.
- A Recorrente é uma sociedade comercial e industrial que se encontra matriculada na CRC desde 04 de Maio de 2017, tendo por objecto a venda por grosso de leite em pó e de produtos e alimentos naturais.
- A sua firma é a seguinte: 日本##貿易有限公司 / XX JAPAN COMÉRCIO LIMITADA / XX JAPAN TRADING
- A parte contrária (.....有限公司) é uma sociedade comercial por quotas registada na CRC desde 15 de Julho de 2103 e tem por objecto a "venda por grosso de medicamentos e produtos de uso diário".

\*

### **III – Fundamentação**

A sentença recorrida tem o seguinte teor:

“ ...

*Louva-se a recorrente, ab initio, no disposto do artº214º nº2 al.e) para fundar a sua pretensão de ver alterada a decisão de concessão da marca que tomou o n.º N/\*\*\*\*70 e para assinalar produtos integrados na Classe 5.ª: Drogas, emplastos, produtos de saúde média, produtos de higiene.*

*Vejamos então, tendo presente que estão materializadas no seguinte a marca*

*registanda e a firma em confronto:*

*##vs 日本##貿易有限公司 / XX JAPAN COMÉRCIO LIMITADA / XX JAPAN TRADING.*

*Dispõe o artº197 do referido RJPI que “só podem ser objecto de registo 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 (...), que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas”.*

*Emerge deste enunciado legal, pois, que a marca deve, utilizando a expressão de Couto Gonçalves, por definição e no cumprimento do seu escopo, ter relevante capacidade distintiva, deve, pois, ser idónea per si, de individualizar uma espécie de produtos ou serviços – Cfr. **Manual de Direito Industrial, 4º Ed., p.199.***

*Está função distintiva é, consabidamente, primordial da marca, sendo aquelas outras duas funções que a doutrina discute, função qualidade e publicitária, meramente complementares.*

*Na marca concedida esta capacidade distintiva não está em causa, “longe disso”.*

*O que está em causa é a circunstância de, na visão da recorrente, a marca registanda corresponder a parte da sua firma e porque igualmente entende que os sinais em confronto são susceptíveis de induzir o consumidor em erro ou confusão. Pugna por isto pela negação da respectiva concessão à parte contrária.*

*Não há dúvida que, efectivamente, a marca usa na sua composição, exclusivamente, sinais que correspondem a dois caracteres da firma da recorrente, firma esta registada em data anterior ao pedido de registo da marca.*

*Está, pois, em causa, o afrontamento do princípio da novidade ou da exclusividade que, por via do que disposto no artº214 nº2 al.e do RJPI, é relevável na relação que se faça entre marcas e firmas.*

*Este princípio corresponde, na expressão esclarecida de Pupo Correia, o mais importante e complexo requisito legal quanto à constituição das marcas, impondo, numa formulação positiva, “que a marca seja nova, i.e., que não constitua “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””. - Cfr. A. cit. in *Direito Comercial, 10ªEd., Ediforum, p.347.**

*Da mesma forma se dirá, visto o artigo citado, que não constitua reprodução ou imitação no todo ou em parte de firma anteriormente registada por outrem.*

*Ora, no caso, a marca reproduz dois caracteres da firma da recorrente, caracteres que correspondem efectivamente à sua componente leonina ou marcante do todo que a compõe.*

*Também resulta que a firma da recorrente tem prioridade registral.*

*A questão precípua reconduz-se em saber se existe o exigido pela última parte do citado preceito: se for susceptível de induzir o consumidor em erro ou confusão.*

*Temos por assente que objecto da recorrente corresponde à venda por grosso de leite em pó e de produtos e alimentos naturais, sendo a classe para a qual a marca se destina a 5ª, ou seja, “Drogas, emplastos, produtos de saúde médica, produtos de higiene”, e o objecto social da parte contrária a “venda por grosso de medicamentos e produtos de uso diário”.*

*Deste confronto tende-se para concluir que não existe qualquer afinidade entre os produtos a identificar pela marca e o objecto social da recorrente, ou seja, o*

***sector de actividade em que o titular da firma actua.***

*Não obstante somos do entendimento que esta afinidade, se aplicável na relação entre marcas, como decorre do artº214 nº2 al.b) e 215 do RJPI, não deve ser erigido a requisito quando o “confronto” é entre marcas e firmas.*

*A propósito deste “confronto” a letra da lei, artº214 nº2 al.e) do RJPI, apenas impõe a verificação do requisito da susceptibilidade de confundibilidade ou erro do consumidor, diferentemente daquilo que se faz três alíneas atrás.*

*Presume-se que o legislador é sábio – nº3 do artº8 do CC -, portanto sabendo o que fazia ao não reproduzir o segmento cuja extensão se pretende, referido na al.b) do nº2 do artº214 do RJPI, na redacção da al.e).*

*A afinidade entre os produtos a identificar pela marca e o sector em que o titular da firma actua, **a existir**, na nossa óptica, relevaria noutro patamar que não como requisito.*

*Temos para nós que será no quadro do processo em que se opera aquele juízo de susceptibilidade de confusão ou erro do consumidor que se poderá relevar a afinidade entre os produtos a identificar pela marca e o sector em que o titular da firma actua.*

*Nestes termos esse juízo tenderá para a verificação do requisito em análise tanto mais quanto maior for aquela afinidade.*

*Ora, no caso em apreço, sendo o objecto social da recorrente à venda por grosso de leite em pó e de produtos e alimentos naturais, destinando-se a marca a assinalar “Drogas, emplastos, produtos de saúde médica, produtos de higiene”, não encontramos em processo de valoração argumentação que permita exprimir essa afinidade: o que é que a venda por grosso de leite em pó e de produtos naturais tem que*

ver com drogas, emplastos, produtos de saúde médica?

Não vislumbramos.

*Por conseguinte, não existindo, na nossa óptica, essa coadjuvante afinidade, no processo de valoração daquela susceptibilidade de confusão ou erro do consumidor, importa referir que a composição da firma vai para além dos dois caracteres em causa.*

*A este dado acrescentemos um outro: a marca pertencerá a uma firma que actua na venda por grosso, como a recorrente, portanto com clientela específica, profissional e nessa medida e conhecedora: não haverá confusão ou erro do consumidor.*

*Em face do exposto conclui-se pela não confundibilidade ou erro consumidor.*

\*

*Chama a recorrente subsidiariamente à colação a má fé da parte contrária, assim visando obstar o registo em crise.*

*Para o efeito refere que coloca em Macau, assim os comercializando, produtos assinalados com o sinal##.*

*À múnua de outros factos não vislumbramos qualquer má-fé (subjectiva) da parte contrária.*

*Note-se que a má fé subjectiva consubstancia um dado de natureza psicológica, interior, por conseguinte apenas “lá se chegando” através de aspectos objectivos apurados que permitem, num processo de valoração racional e apoiado em regras da experiência, presumi-la.*

*Debalde nos esforçamos para encontrar fundamento neste segmento em apreciação e a favor do recorrente.*

*De resto, neste aspecto, não vemos qualquer legitimidade da recorrente ao invocar a comercialização de produtos com o sinal###. E não vemos porque não resulta registada nenhuma marca com estes sinais em Macau e em momento anterior ao pedido de registo da parte contrária (artº15 nº1 do RJPI), sequer sabemos se se encontra registada noutras jurisdições e em nome de quem.*

\*

*Por fim, invoca-se a intenção de concorrência desleal da parte contrária ou que esta é possível independentemente da vontade desta.*

*Para ser recusado o registo com este fundamento é necessário que se reconheça que a requerente do registo pretende fazer concorrência desleal, ou que esta é possível independentemente da sua intenção (art. 9º, nº1, al. c) do RJPI).*

*Esta norma abrange duas situações: a contrariedade objectiva intencional e a contrariedade objectiva não intencional às normas de concorrência desleal.*

*Nestas duas situações, em rigor, não se trata de apreciar de um acto consumado de concorrência desleal. Pelo contrário, procura-se prevenir a atribuição de um direito privativo a um concorrente que, de modo esclarecido ou deliberado, ou não, desencadeia ou pode desencadear com a sua pretensão uma situação objectivamente desleal.*

*O acto de concorrência desleal é o acto de disputa de clientela que é contrário às normas e usos honestos da actividade económica, designadamente o que seja idóneo a criar confusão entre produtos ou serviços de diferentes agentes económicos - Cfr. arts. 158º e 159º do Código Comercial.*

*É comum na doutrina a indicação de 5 tipos de actos de concorrência desleal: actos de confusão, actos de descrédito, actos de apropriação, actos de desorganização e actos de concorrência parasitária.*

*Nos termos do artº159 do CComM considera-se desleal todo o acto idóneo a criar confusão com a empresa ou com os produtos, dos concorrentes, sendo suficiente o risco de associação dos consumidores relativamente à origem comercial dos produtos.*

*No caso em apreço, visto o que se referiu quanto à confundibilidade ou erro na apreciação do primeiro segmento fundante do recurso, o conhecimento efectivo dos produtos objecto do comércio das partes envolvidas pelo consumidor, que no caso é profissional por a recorrente e parte contrária intervirem no mercado como grossistas, portanto consumidor conhecedor, na ausência de quais outros factos adjuvantes não logamos alcançar qualquer concorrência desleal.*

*Tem pois de improceder também neste segmento o presente e douto recurso.*

#### **IV - DECISÃO**

*Pelo exposto, decide-se julgar improcedente o recurso interposto pela XX JAPAN COMÉRCIO LIMITADA, mantendo-se a decisão recorrida....”.*

Trata-se duma decisão que aponta para a boa solução do caso, com a qual concordamos na sua íntegra, pelo que ao abrigo do nº 5 do artº 631º do CPCM, é de negar o recurso nesta parte com os fundamentos invocados na decisão recorrida.

\*

#### **IV – Decisão**

Nos termos e fundamentos acima expostos, acordam em negar

provimento ao recurso interposto, confirmando a sentença recorrida.

\*

Custas pela Recorrente.

Notifique e registre.

\*

RAEM, aos 09 de Maio de 2019.

(Relator)

Ho Wai Neng

(Primeiro Juiz-Adjunto)

José Cândido de Pinho

(Segundo Juiz-Adjunto)

Tong Hio Fong