

Tribunal da Relação de Lisboa
Processo nº 406/24.0YHLSB.L1-PICRS

Relator: MÓNICA BASTOS DIAS

Sessão: 10 Dezembro 2025

Número: RL

Votação: UNANIMIDADE

Meio Processual: APELAÇÃO

Decisão: IMPROCEDENTE

PROPRIEDADE INDUSTRIAL

MARCA

IMITAÇÃO

RISCO DE CONFUSÃO

Sumário

SUMÁRIO (da responsabilidade da relatora):

A “potencial vítima” do risco de confusão é o consumidor médio.

O direito das Marcas vive para proteger da confusão o público consumidor e, simultaneamente, para garantir ao titular da marca o seu direito a que o público não seja confundido.

A comparação entre sinais deve fazer-se através da “impressão de conjunto” e não por “dissecação de pormenores”.

As duas marcas têm uma apresentação gráfica muito distinta:

O único elemento comum às duas marcas: “Cartaxo Riverside” e “Cartuxa” são as quatro primeiras letras “CART”. Visualmente, foneticamente e conceptualmente são diferentes, pelo que o consumidor médio dos serviços em causa (alojamentos temporários) detetará as diferenças entre ambas e não confundirá facilmente a proveniência desses serviços.

Quanto à notoriedade da marca “Cartuxa”, a recorrente não pode apenas basear-se num parecer técnico para entender que a marca “Cartuxa” é notória e pode ser confundida com a marca da recorrida “Cartaxo Riverside”, parecer esse que não possui carácter vinculatório, devendo ser livremente apreciado.

A ausência de alegação de factos demonstrativos de que a marca “Cartuxa”, referente a alojamento local, tem notoriedade, não pode ser suprida através da utilização de um critério subjetivo do Tribunal da Relação.

A tutela da concorrência desleal aqui referida é preventiva e, caso se

apurassem os seus requisitos, consistiria um motivo relativo de recusa de registo da marca da recorrida, previsto no artigo 232.º, n.º 1, al. h), do CPI. E os atos de confusão ou indução em erro que compreendem o risco de confusão com a empresa ou os produtos da recorrente, gerado pelos sinais em conflito, não ficaram demonstrados.

Os dois temas da confundibilidade das marcas em causa e da concorrência desleal preventiva com base em risco de confusão estão interligados e sua discussão poderá ser tida em conjunto.

Texto Integral

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

*

I. Relatório

FUNDAÇÃO EUGÉNIO de ALMEIDA interpôs, ao abrigo do disposto nos artigos 46.º, do Código da Propriedade Industrial, e nos artigos 627.º, n.º 2, 629.º, n.º 1, 644.º, n.º 1, alínea a), 645.º, n.º 1, alínea a, e 647.º, n.º 1, do C.P.C., recurso de impugnação do despacho da Senhora Diretora da Direção de Marcas e Patentes do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, de 03/09/2024, de concessão do registo da marca nacional n.º 721004, “CARTAXO RIVERSIDE”, pedindo a revogação do despacho, por violar o disposto no artigo 234.º, n.º 1, alínea b), do C.P.I., ou, se assim não se entender, subsidiariamente, deve ser recusado nos termos do artigo 232.º, n.º 1, alíneas b) e h) do C.P.I.

A recorrida AA foi citada, nos termos e para os efeitos do artigo 43º do CPI, e não apresentou alegações.

Foi proferida sentença que manteve o despacho proferido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial que concedeu o registo da marca nacional n.º 721004, “CARTAXO RIVERSIDE”.

*

Inconformada com a sentença dela apelou a FUNDAÇÃO EUGÉNIO de ALMEIDA, formulando as seguintes conclusões:

I. O objeto da apelação é a sentença de 5 de Maio de 2025 proferida nos presentes autos, negando provimento ao recurso interposto do despacho do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (I.N.P.I.), que concedeu à Apelada o registo da marca nacional nº 721004, “CARTAXO RIVERSIDE”;

II. A Apelante não se conformando com esta decisão por considerar que

III. Além disso, a Apelada considera que o uso da marca “CARTAXO

RIVERSIDE” possibilitará à Apelada praticar actos de confusão com os produtos e serviços da ora Apelante assinalados pelas suas conhecidas marcas “CARTUXA”, isto é, cometer concorrência desleal;

IV. Está, pois, em causa no presente processo a verificação cumulativa dos requisitos previstos no artigo 238.º do Código da Propriedade Industrial (C.P.I.);

V. Ora, o Tribunal a quo considerou – e bem – que, no presente contencioso de marca, verificam-se os requisitos do conceito de imitação previstos nas alíneas a) e b), do n.º 1, do artigo 238.º do C.P.I.;

VI. Todavia, a Apelante discorda do juízo formulado na decisão recorrida a respeito da verificação do requisito de confundibilidade entre marcas;

VII. Entente a Apelante, ressaltando o devido respeito, que, quer o Tribunal a quo, quer o INPI, não procederam à correcta análise comparativa dos sinais em apreço, conforme a seguir se demonstrará;

VIII. Ora, no entendimento do Tribunal a quo ““CARTAXO” é comumente conhecido e identificado como sendo uma localidade, local onde a marca recorrida tem os serviços que pretende assinalar, e que dista do local onde a marca da Recorrente é proveniente, pelo que mesmo isoladamente o consumidor não tenderá a associá-lo ao termo “CARTUXA.”;

IX. Tal leitura revela-se redutora, por desconsiderar a percepção efetiva do público-alvo, o qual não estabelece de forma imediata, clara ou necessária qualquer associação entre a palavra “Cartaxo” e os serviços de alojamento identificados pela marca registanda;

X. Assim, ao contrário do sustentado na decisão recorrida, a designação “CARTAXO”, mesmo quando considerada isoladamente, não é, para o consumidor médio, automaticamente associada a serviços de alojamento;

XI. A marca “CARTAXO RIVERSIDE” poderá ser utilizada em estabelecimentos localizados fora do município do Cartaxo, sem que daí decorra qualquer vínculo geográfico efetivo com essa localidade;

XII. O que demonstra que a palavra “CARTAXO”, enquanto elemento constitutivo de uma marca destinada a assinalar serviços de alojamento na classe 43, possui a aptidão distintiva necessária;

XIII. Em suma, e em sentido contrário ao afirmado na douda decisão recorrida, a designação “CARTAXO”, considerada isoladamente, é suscetível de ser confundida ou indevidamente associada pelo consumidor à marca “CARTUXA” da Apelante.

XIV. O Tribunal a quo deveria, assim, ter atribuído o devido peso à preponderância da palavra “CARTAXO” na marca registanda, bem como à evidente similitude gráfica e fonética entre essa expressão e a marca “CARTUXA” da Apelante;

XV. É entendimento dominante da Doutrina e da Jurisprudência que a imitação tanto pode resultar da conjugação de vários elementos existentes em ambas as marcas, como a existência de um só elemento comum, se este for de tal forma saliente e predominante que domine o conjunto e lhe imprima a semelhança necessária para determinar a confusão;

XVI. O artigo 232º, como o artigo 238º, do Código da Propriedade Industrial, referem expressamente a imitação do sinal distintivo no todo ou em parte, como relevante para a recusa do registo;

XVII. A marca registanda é composta pela expressão “CARTAXO RIVERSIDE”;

XVIII. As marcas opostas da ora Apelante são compostas pelas expressões “CARTAXO”;

XIX. É inquestionável que o elemento figurativo da marca

XX. A designação “CARTAXO”, constitui o primeiro elemento distintivo da marca registanda e, portanto, aquele que mais facilmente será identificado e memorizado pelo consumidor, ou seja, a que perdurará na sua memória;

XXI. Resulta, assim, que é a designação “CARTAXO” que identifica e distingue a marca registanda;

XXII. É também consabido que é pela verbalização que os consumidores e demais agentes económicos habitualmente se referem a uma marca;

XXIII. Mesmo no plano figurativo, impõe-se sublinhar que a marca registanda evidencia uma acentuada semelhança visual com a marca figurativa “CARTUXA” da Apelante, o que reforça o risco de confusão por parte do consumidor médio;

XXIV. Na verdade, bastará observar que nestas marcas as designações “CARTAXO” e “CARTUXA” estão ambas inscritas num fundo retangular e apresentam uma grafia muito idêntica

XXV. De acordo com a doutrina e com jurisprudência dominante, o juízo de confundibilidade deve incidir sobre os elementos prevalentes da marca, ou seja, aqueles mais aptos a permanecer na memória do público, desconsiderando elementos acessórios;

XXVI. Aplicando estes ensinamentos ao caso em apreço, ressalta à evidência que a marca registanda é, assim, claramente caracterizada pela expressão “CARTAXO”, que se apresenta claramente numa posição de

XXVII. A semelhança gráfica e fonética das designações “CARTUXA” e “CARTAXO” é por demais evidente:

a. Ambas são compostas por sete letras;

b. Possuem o mesmo número de sílabas (três);

- c. Coincidem na sequência inicial “CART”;
- d. As únicas diferenças surgem na parte final da palavra (AXO /UXA), ambas contendo a consoante “X”.

XXVIII. É amplamente reconhecido que o risco de confusão resulta das semelhanças e não das diferenças, sendo estas, quando localizadas na parte final dos sinais, desprovidas de relevo suficiente para neutralizar o efeito global de semelhança que se gera entre os sinais em confronto;

XXIX. Cumpre assinalar que o próprio Tribunal a quo reconhece, de forma expressa, a evidência da semelhança gráfica entre os vocábulos “CARTAXO” e “CARTUXA”,

XXX. A decisão do Tribunal é contraditória e infundada, pois reconhece semelhanças estruturais, fonéticas e ortográficas evidentes entre os sinais, mas conclui, de forma inconsistente, pela sua diferença visual e sonora;

XXXI. Tal fundamentação contraria o entendimento dominante na doutrina e jurisprudência, ao desconsiderar a percepção global do consumidor médio e afastar injustificadamente o risco de confusão entre sinais marcadamente semelhantes.

XXXII. O Tribunal a quo sustenta, ainda, que a presença da expressão “RIVERSIDE” acentua essa diferenciação;

XXXIII. A sentença recorrida assenta, assim, na errónea premissa de que o termo “RIVERSIDE” afigura-se como o elemento determinante para que o consumidor possa estabelecer a diferença entre as marcas em causa.

XXXIV. Ora, a decisão recorrida incorre, assim, num manifesto erro de análise, na medida em que a expressão “RIVERSIDE” (em português, “Margem do rio” ou “beira do rio”), quando aplicada a serviços de alojamento será sempre associada pelo consumidor a um estabelecimento de alojamento temporário na “Margem do rio” ou “beira do rio”, desempenhando, portanto, uma função meramente acessória ou secundária.

XXXV. O Tribunal incorre, ainda, em mais um erro de análise ao sustentar que as expressões “CARTAXO” e “CARTUCHA” “, não são semelhantes no modo como soam.

XXXVI. A Apelante entende que o Tribunal a quo incorreu em erro de julgamento ao desvalorizar o Parecer Técnico subscrito pelo designer BB,

XXXVII. Este parecer evidencia, de forma clara e fundamentada, a elevada probabilidade de confusão gráfica e fonética entre as expressões “CARTUXA” e “CARTAXO”, em especial quando articuladas rapidamente ou em contextos informais;

XXXVIII. Do que antecede resulta, com clareza, que a expressão “CARTAXO” — elemento distintivo nuclear da marca registanda, por ser o termo que naturalmente se impõe à apreensão e memorização do consumidor médio —

apresenta uma similitude assinalável, quer no plano gráfico, quer no plano fonético, com a marca “CARTUXA” da Apelante;

XXXIX. O grau de semelhança entre os sinais aproxima-se da identidade e revela-se idóneo a gerar confusão no espírito do público relevante, sobretudo considerando o contexto concorrencial em que ambas as marcas coexistem;

XL. Tal circunstância consubstancia um risco efectivo de associação indevida, ou até de aproveitamento parasitário da notoriedade da marca “CARTUXA”, o que impõe a aplicação da tutela reforçada conferida às marcas notoriamente conhecidas;

XLI. A douda sentença recorrida, todavia, não valorou devidamente a notoriedade da marca “CARTUXA”, sobejamente reconhecida no mercado nacional, em particular nos sectores da produção vinícola e do enoturismo;

XLII. Notoriedade essa que, expressamente evidenciada no Parecer Técnico junto aos autos, intensifica o risco de confusão e potencia a diluição do carácter distintivo da marca anterior;

XLIII. Na apreciação do risco de confusão entre marcas, cumpre ter presente que a situação mais frequente é o consumidor não dispor das marcas em confronto lado a lado, decidindo-se com base na recordação da marca que o impressionou.

XLIV. Por isso, a comparação deve operar-se de forma sucessiva, permitindo aferir se a impressão deixada pela segunda marca se aproxima da gerada pela primeira;

XLV. Ora, aplicando tais critérios ao caso sub judice, conclui-se que o consumidor médio, ao ser confrontado com a marca registanda, poderá ser levado a confundi-la ou a associá-la à conhecida marca “CARTUXA” da Apelante;

XLVI. Impõe-se, por conseguinte, reconhecer que entre os sinais em litígio subsistem acentuadas semelhanças gráficas e fonéticas, susceptíveis de induzir o consumidor em erro ou confusão quanto à origem empresarial dos produtos a que se destinam.

XLVII. Em face do exposto, verifica-se que a decisão recorrida decorre de uma deficiente interpretação e aplicação aos factos provados do requisito de imitação de marca previsto no artigo 238º, nº 1, alínea c), do C.P.I.;

XLVIII. Em consequência, viola o disposto no artigo 232º, nº 1, alínea b), do mesmo Código, dispositivo legal que impõe a recusa do registo da marca que constituir imitação de outra marca anteriormente registada para produtos ou serviços idênticos ou afins;

XLIX. Acresce, finalmente, que a marca da Apelada constituindo manifesta imitação da marca da Apelante, possibilitará àquela a prática de actos de concorrência desleal, independentemente da sua intenção, nos termos

definidos no artigo 311º, nº 1, alínea a), do C.P.I.

L. Constituindo motivo de recusa do registo o reconhecimento de que o requerente do registo de marca pretende fazer concorrência desleal ou que esta é possível, mesmo independentemente da sua intenção, conclui-se que a sentença recorrida também viola o disposto no artigo 232º, nº 1, alínea h), do Código da Propriedade Industrial.

LI. Em suma: a sentença recorrida é ilegal, por ter violado o disposto no artigo 232º, nº 1, alíneas b) e h), do C.P.I., devendo ser revogada e substituída pela recusa do registo da marca nacional nº 721004.

*

**

*

A recorrida foi notificada nos termos e para efeitos do disposto no artigo 638º, n.º 5 do CPC, e não apresentou resposta às alegações da recorrente.

**

O recurso foi admitido como sendo de apelação, com subida imediata, nos próprios autos e com efeito devolutivo.

Foram colhidos os vistos legais.

Cumpre apreciar e decidir.

*

**

II. Questões a decidir

São as conclusões das alegações de recurso que circunscrevem as questões que o Tribunal da Relação terá de analisar e decidir – cf. artigos 635.º, nº4 e 639.º, nº1, do Código de Processo Civil.

Todavia, essa limitação não ocorre em sede da qualificação jurídica dos factos ou relativamente a questões de conhecimento oficioso, desde que o processo contenha os elementos suficientes a tal conhecimento – v. artigos 5.º, nº 3, e 665.º do Código de Processo Civil.

Deste modo, sendo o objeto do recurso balizado pelas conclusões da recorrente, as questões a decidir são:

1. Apurar se a sentença recorrida incorre em erro de julgamento a respeito da verificação do requisito de confundibilidade entre as marcas em confronto, a saber: a marca nacional nº 721004, “CARTAXO RIVERSIDE”, e a anteriormente registada
- 2) e da questão da concorrência desleal da recorrida.

**

*

**

III. Fundamentação

III.1. Os factos

Na sentença recorrida foram considerados provados os seguintes factos:

1. A Recorrida AA, em 03/03/2024, apresentou o pedido de registo da marca nacional n.º 721004

para assinalar serviços de “alojamento temporário; fornecimento de alojamentos temporários; serviços de informação, aconselhamento e reserva relativos a alojamento temporário; aluguer de alojamento temporário; aluguer de alojamentos para férias; aluguer de quartos enquanto alojamento temporário; aluguer temporário de quartos; arrendamento de quartos”, da classe 43.^a .

2.º - O pedido de registo da marca nacional n.º 721004 “CARTAXO RIVERSIDE”, foi concedido por despacho do Exm.º Senhor Director de Marcas e Patentes do I.N.P.I., de 03/09/2024, publicado no Boletim da Propriedade Industrial n.º 175/2024, de 10/09/2024.

3.º - A Recorrente, Fundação Eugénio de Almeida, é a legítima proprietária das marcas de vinhos “PÊRA-MANCA”.

- n.º 510455, “CARTUXA”, que foi pedido em 22/02/2013 e concedido em 22/05/2023, para assinalar “serviços de restauração (alimentação); alojamento temporário”, da classe 43.^a .;

- n.º 634788, , que foi pedido em 06/12/2019 e concedido em 11/03/2020, para assinalar “serviços de restauração (alimentação); alojamento temporário”, da classe 43.^a .

*

**

- Factos não provados:

A decisão recorrida não os declarou.

**

*

III.2. Do mérito do recurso

1) Da verificação do requisito de confundibilidade entre as marcas em confronto, a saber: a marca nacional n.º 721004, “CARTAXO RIVERSIDE”, e a anteriormente registada

1- A sentença recorrida julgou improcedente o recurso judicial e manteve o despacho recorrido proferido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial que concedeu o registo da marca nacional n.º 721004 “CARTAXO RIVERSIDE”, por despacho da Exm.^a Senhora Directora de Marcas e Patentes do I.N.P.I., de 03/09/2024, publicado no Boletim da Propriedade Industrial n.º 175/2024, de 10/09/2024.

2- A recorrente interpôs recurso para o Tribunal da Propriedade Intelectual,

com fundamento no facto da marca recorrida imitar a suas marcas, uma vez que considera que a combinação de semelhanças fonéticas e gráficas coloca a marca Cartuxa em risco de diluição no mercado.

3- Na fundamentação, o Tribunal “a quo” considerou que *“É evidente que o vocábulo “CARTAXO” apresenta semelhanças gráficas com a expressão “CARTUXA”, todavia não apresenta similitude fonética, sendo ambas diferenciáveis quanto ao modo como soam.*

Além do mais, não se pode dissecar a marca da recorrida e pensar nela apenas como sendo “CARTAXO”, mas tem que atender-se à sua globalidade, pois é o conjunto formado pelas duas palavras que é apreendido pelo consumidor.

Neste sentido se pronunciou o Acórdão do TJUE, de 7 de outubro de 2004, (proferido no âmbito do processo C-136/02P, Torchis, in Eu:C:2004:592, § 31)..”.

4- Ao caso dos autos aplica-se o Código da Propriedade Industrial (doravante CPI), aprovado pelo Decreto-Lei nº 110/2018, de 10 de dezembro (sendo a última versão atribuída pelo DL n.º 9/2021, de 29/01).

5- A Marca constitui um sinal ou símbolo entendido pelos sentidos humanos e que, tal como dispõe o artigo 208.º, *in fine*, do CPC, permite distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas.

6- Face a essa função distintiva, a Marca não pode ser concedida, nomeadamente, se englobar no todo ou em alguns dos seus elementos a “*reprodução de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços afins ou a imitação, no todo ou em parte, de marca anteriormente registada por outrem para produtos ou serviços idênticos ou afins, que possa induzir em erro ou confusão o consumidor ou que compreenda o risco de associação com a marca registada*” – v. art.º 232.º, n.º 1, al. b), do CPI.

7- Como um dos direitos de propriedade industrial, a Marca terá de afiançar a lealdade da concorrência, por via da atribuição da sua propriedade, e em exclusivo, ao respetivo titular, para os produtos e serviços que assinale, que, de um modo geral, se anunciam, particularmente, nos artigos 1º e 311º, nº 1, al. a), do CPI.

8- A Marca pode ser composta por um sinal ou conjunto de sinais suscetíveis de representação gráfica, mormente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, números, sons, a forma do produto ou da respetiva embalagem, desde que adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas – cf. Artigo 208.º do CPI.

9- No que se refere à sua composição, as Marcas podem ser: a) nominativas, se constituídas somente por palavras, letras, números ou sons, de significado conceptual ou de fantasia; b) gráficas, se contêm apenas sinais evocativos de uma imagem visual (figurativas) ou de um conceito concreto ou abstrato; c)

mistas, se integradas pela combinação de elementos nominativos e gráficos.

10- Para Luís Couto Gonçalves - v. Manual de direito industrial”, 2ª edição, páginas 185 a 198 - e Carlos Olavo - “Propriedade Industrial”, volume I, 2ª edição, páginas 73 a 76 - as Marcas desempenham uma função prioritária distintiva, que permite discriminar, distinguir, produtos e serviços por forma a garantir a sua origem empresarial, na perspetiva de quem está onerado pelo uso não enganoso da marca; mas também uma função de qualidade derivada para tutela da confiança do consumidor; e ainda uma função complementar publicitária que visa produzir efeito atrativo junto do consumidor.

11- Todavia, não aproveitam dos efeitos jurídicos que decorrem da titularidade de uma Marca os sinais que:

a. sejam desprovidos de qualquer carácter distintivo;

a. sejam constituídos, exclusivamente, pela forma ou por outra característica imposta pela própria natureza do produto, pela forma ou por outra característica do produto necessária à obtenção de um resultado técnico ou pela forma ou por outra característica que confira um valor substancial ao produto;

b. sejam constituídos, exclusivamente, por indicações que possam servir no comércio para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, a proveniência geográfica, a época ou meio de produção do produto ou da prestação do serviço, ou outras características dos mesmos;

c. sejam constituídos, exclusivamente, por sinais ou indicações que se tenham tornado usuais na linguagem corrente ou nos hábitos leais e constantes do comércio (v. artigo 209.º, do CPI).

12- Quanto ao conceito de imitação, o artigo 238.º, n.º 1, do CPI, estabelece que *a marca registada se considera 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 de exame atento ou confronto.

(sublinhado nosso).

13- Na ponderação da similitude dos sinais devem ser ponderados, por regra, cumulativamente e de forma interdependente todos os fatores pertinentes, de natureza fonética, gráfica e conceptual, conferindo-se particular atenção aos elementos dominantes dos sinais pretendidos.

14- O juízo comparativo deve ser feito por intuição sintética e não por dissecação analítica, já que o juízo a fazer acerca da imitação deverá ter em

conta uma impressão de conjunto, desagregação do sinal, e não de pormenor das marcas ou produtos, sendo relevantes os elementos que essencialmente as distinguem por serem os dominantes. E esse juízo deve ser efetuado atendendo ao consumidor médio da categoria de produtos em causa que esteja normalmente informado e razoavelmente atento e advertido.

15- O risco de confusão deve ter-se por verificado quando os consumidores podem ser induzidos a tomar uma marca por outra e, conseqüentemente, um produto por outro, atendendo, designadamente, à semelhança das marcas e dos produtos ou serviços designados. O risco de confusão é tanto mais elevado quanto o carácter distintivo da marca anterior se reconhece como importante. O risco de associação verifica-se quando os consumidores, distinguindo embora os sinais, ligam um ao outro e, em consequência, um produto ao outro.

16- Vejamos se tal acontece na situação em análise.

Pergunta-se: verificam-se os requisitos do fundamento relativo de recusa de registo da marca da recorrida, previstos no artigo 232.º, n.º 1, al. b), do CPI ?

17- Com relevo para o caso concreto temos a prioridade do registo da marca da recorrente; a imitação em parte da marca da recorrente; a identidade ou afinidade dos serviços; e o risco de confusão, que compreende o risco de associação, com a marca da recorrente.

18- Ora, os três primeiros requisitos, que não são controversos no presente recurso, a saber: a prioridade do registo da marca da recorrente; a reprodução de parte da marca da recorrente através da utilização, na marca da recorrida, de quatro letras iguais que é: “CART”, relativo à marca da recorrente “CARTUXA”, e “CART”, respeitante à palavra “CARTAXO Riverside”. E a identidade ou afinidade dos serviços/produtos assinalados pelas marcas em conflito (cf. artigo 238.º do CPI).

19- Uma vez que não há identidade dos sinais, o artigo 232.º, n.º 1, al. b), do CPI, exige, em acréscimo, o risco de confusão, nele incluído o risco de ligação, para que haja fundamento para recusar o registo da marca da recorrida.

20- E esse risco de confusão, incluindo risco de associação, existe ?

Para responder à pergunta importa comparar os sinais em discussão, que são mistos (combina elementos nominativos e gráficos):

21- O risco de confusão depende de muitos fatores, tendo vindo a ser expostos, ainda que de forma ilustrativa, no considerando (16) da Directiva 2015/2436 e que decorrem da jurisprudência do Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE), em particular nos acórdãos C- 251/95, C- 425/98, C-39/97 e C-361/04.

22- De modo a averiguar da existência de risco de confusão, incluindo risco de ligação/associação, é preciso analisar os seguintes critérios de apreciação (v.

Código da Propriedade Industrial Anotado, Coordenação Luís Couto Gonçalves, Almedina, páginas 946 a 951, e Pedro Sousa e Silva, Direito Industrial, 2.^a Edição, páginas 276 a 286):

- As marcas devem ser apreciadas globalmente uma vez que o consumidor médio apreende uma marca como um todo;
- O risco de confusão a evitar abrange igualmente a mera associação ou risco de ligação, que não é uma alternativa ao risco de confusão, mas serve apenas para precisar o seu conteúdo;
- A reprodução do conteúdo semântico de uma marca pode conduzir a uma associação, mas não basta para que exista risco de confusão;
- Adicionalmente é necessário que o conteúdo reproduzido possua um carácter distintivo particular;
- Quanto mais forte (arbitrária) for a marca anterior, maior é o risco de ligação ou associação;
- O prestígio da marca anterior, aumenta a suscetibilidade de erro por ser também maior o risco de ligação ou associação;
- Sendo o consumidor médio, a potencial vítima do risco de confusão, deve levar-se em conta a projeção da marca na perceção do consumidor médio dos tipos de produtos ou serviços em causa;
- Na determinação do consumidor relevante, há que levar em conta a natureza dos produtos ou serviços em causa, designadamente, o seu preço e/ou o seu elevado carácter tecnológico, pois o consumidor médio demonstra um nível particularmente elevado de atenção quando adquire esses produtos ou serviços;
- Na análise dos sinais em conflito, deve atender-se ao elemento dominante de cada uma das marcas;
- Devem desvalorizar-se os elementos genéricos ou descritivos;
- Em geral, o consumidor presta mais atenção ao início da marca.

23- Dentre os requisitos a apreciar, que estejam nos autos, devem ser observados:

- O elemento visual (aparência do sinal, incluindo das palavras nele contidas e da respetiva grafia);
- O elemento fonético (sonoridade resultante da leitura);
- e o elemento conceptual (ideia expressa, representando uma coisa ou uma situação).

24- Quanto ao elemento visual, importa colocar os dois sinais para melhor análise:

Marca da recorrida.

E

Marca da recorrente.

25- Deste modo, verificamos que o aspeto visual da marca da recorrente é bastante diferente do aspeto visual da marca da recorrida. Isto porque as cores circundantes em cada uma das marcas são totalmente distintas, pois a Recorrida tem as suas letras escritas num fundo preto e a Recorrente utiliza apenas a expressão verbal “CARTUXA” ou então usa, numa das marcas, um fundo vermelho.

26- Quanto ao elemento fonético, apenas a primeira sílaba da primeira palavra da marca da recorrida “Cartaxo Riverside” e a primeira sílaba da única palavra da marca da recorrente “Cartuxa” são iguais.

A pronúncia da palavra “Cartaxo” é diferente da forma de dizer a palavra “Cartuxa”.

27- O elemento conceptual também é distinto:

- Cartuxa - marca da recorrente - tem o significado (v. Dicionário Priberam), como nome feminino de “Ordem religiosa fundada por São Bruno em Chartreux” e “Convento de Cartuxos”.

Enquanto o nome “Cartaxo” tem origem toponímica, ou seja, deriva de um nome de lugar. Cartaxo é uma cidade e município em Portugal, localizada no distrito de Santarém. E a palavra “Riverside” tem o significado (v. Dicionário infopédia, Porto Editora) de “margem de rio” e “beira-rio”.

28- Deste modo, a única similitude traduz-se apenas nas quatro primeiras letras da palavra “Cartaxo” e “Cartuxa”, ou seja, “CART”.

29- Quanto à alegação, por parte da recorrente, de que a marca “Cartuxa” é notória, admitimos que “Cartuxa” é uma marca nacional para assinalar vinhos que é muito conhecida em Portugal.

30- No entanto, as marcas aqui em discussão dizem respeito a “alojamento temporário; fornecimento de alojamentos temporários; serviços de informação, aconselhamento e reserva relativos a alojamento temporário; aluguer de alojamento temporário; aluguer de alojamentos para férias; aluguer de quartos enquanto alojamento temporário; aluguer temporário de quartos; arrendamento de quartos”, da classe 43.^a, e não a “vinhos”.

31- Para melhor apreciar o tema, importa ter presente o estabelecido no artigo 234.º, do CPI, com a epígrafe de “*Marcas notórias*”:

“É recusado o registo de marca que constitua:

a) A reprodução de marca anterior notoriamente conhecida em Portugal, se for aplicada a produtos ou serviços idênticos;

b) A reprodução de marca anterior notoriamente conhecida em Portugal, se for aplicada a produtos ou serviços afins, ou a imitação ou tradução, no todo ou em parte, de marca anterior notoriamente conhecida em Portugal, se for

aplicada a produtos ou serviços idênticos ou afins, sempre que com ela possa confundir-se ou se, dessa aplicação, for possível estabelecer uma associação com o titular da marca notória.

2. Os interessados na recusa dos registos das marcas a que se refere o número anterior só podem intervir no respetivo processo depois de terem efetuado o pedido de registo da marca que dá origem e fundamenta o seu interesse.”

32- Marca notória é aquela que é amplamente reconhecida pelo público como distintiva e associada a produtos ou serviços específicos. Devido a esse conspecto, a Marca notória possui proteção especial em virtude dessa reputação excecional e da sua capacidade de identificar a origem dos produtos ou serviços que representa.

33- Essa proteção tem por escopo evitar a diluição da sua distintividade prevenindo o uso indevido por terceiros – v. Marcas, estudos, Manuel C. Nogueira Serens, Gestelegal, 2023, pp. 241 e seguintes. E resulta consagrada na alínea b) do n.º 1 do artigo 234.º, do CPI, quando estipulado que é recusado o registo de marca que constitua a imitação ou tradução, no todo ou em parte, de marca anterior notoriamente conhecida em Portugal, se for aplicada a produtos ou serviços idênticos ou afins, sempre que com ela possa confundir-se ou se, dessa aplicação, for possível estabelecer uma associação com o titular da marca notória.

34- Os factos provados, salvo o devido respeito por opinião oposta, são manifestamente insuficientes para considerar as marcas da recorrente: “CARTUXA” como notórias.

Os factos dados como provados são apenas:

- 1. A Recorrida AA, em 03/03/2024, apresentou o pedido de registo da marca nacional n.º 721004 “Cartaxo Riverside” para assinalar serviços de “alojamento temporário; fornecimento de alojamentos temporários; serviços de informação, aconselhamento e reserva relativos a alojamento temporário; aluguer de alojamento temporário; aluguer de alojamentos para férias; aluguer de quartos enquanto alojamento temporário; aluguer temporário de quartos; arrendamento de quartos”, da classe 43.^a .

2.º - O pedido de registo da marca nacional n.º 721004 “CARTAXO RIVERSIDE”, foi concedido por despacho do Exm.º Senhor Director de Marcas e Patentes do I.N.P.I., de 03/09/2024, publicado no Boletim da Propriedade Industrial n.º 175/2024, de 10/09/2024.

3.º - A Recorrente, Fundação Eugénio de Almeida, é a legítima proprietária das marcas de vinhos “PÊRA-MANCA”.

- n.º 510455, “CARTUXA”, que foi pedido em 22/02/2013 e concedido em 22/05/2023, para assinalar “serviços de restauração (alimentação); alojamento temporário”, da classe 43.^a ;

- n.º 634788, , que foi pedido em 06/12/2019 e concedido em 11/03/2020, para assinalar “serviços de restauração (alimentação); alojamento temporário”, da classe 43.^a .

35- O exame dessa materialidade não nos permite concluir que a marca “Cartuxa” é notória na área da classe 43.^a, alojamento temporário, ainda que se possa admitir como sendo muito conhecida em Portugal para assinalar vinhos.

36- A recorrente juntou um parecer técnico do Professor BB (v. Doc. 7 anexo com o Recurso interposto pela recorrente em 07-10-2024, citius ref^a 126690), no qual, em conclusão, refere que *“Parece-me que a marca Cartaxo Riverside, ao adotar um nome foneticamente semelhante, e um logotipo com elementos gráficos próximos dos utilizados pela reconhecida marca Cartuxa, coloca em risco a integridade da marca Cartuxa, gerando confusão entre os consumidores e tirando partido do seu prestígio”*.

37- No entanto, o parecer técnico deve ser livremente apreciado por este Tribunal.

38- Os pareceres técnicos dizem respeito, por regra, a questões de facto, e destinam-se a esclarecer o tribunal sobre o alcance e significado de determinada facticidade de natureza técnica, cuja interpretação exija conhecimentos específicos, ainda que também possam ter por objeto dilucidar questões de direito, inerentes à interpretação e aplicação da lei - v. Alberto dos Reis, in Código de Processo Civil anotado, IV, p. 27 e seguintes, e o acórdão da Relação de Guimarães de 21.01.2016, consultável in www.dgsi.pt).

39- Representam somente uma simples opinião sobre a solução a dar a determinado problema, a qual, consequentemente, não vincula o tribunal a segui-la. E pese embora os pareceres de natureza técnica evidenciem no contexto da prova ao nível da interpretação e da fixação dos factos, eles não se confundem com os documentos, nem ainda com a prova pericial e também não estão sujeitos ao regime de aquisição processual específico desses meios de prova.

40- Seguindo de perto o disposto no acórdão da Relação de Lisboa, de 20.02.2020, in www.dgsi.pt, *“como resultado da investigação e do trabalho de pessoa com competência especializada na matéria, os pareceres técnicos pronunciados por via extrajudicial representam apenas e em todo o caso uma simples opinião sobre a solução a dar a determinado problema, a qual, consequentemente, não vincula o tribunal, ainda que não deva ser negligenciada nas situações em que seja persuasória e com utilidade para a boa decisão da causa”*. E, mais uma vez como no mesmo aresto se refere, *“as opiniões dos técnicos valem como meios de prova ou como pareceres, conforme sejam emitidos em diligência judicial, em resposta a quesitos*

formulados em arbitramento, ou sejam emitidos por via extrajudicial. Como resultado da investigação e do trabalho de pessoa com competência especializada na matéria, os pareceres técnicos pronunciados por via extrajudicial representam apenas e em todo o caso uma simples opinião sobre a solução a dar a determinado problema, a qual, consequentemente, não vincula o tribunal a segui-la, ainda que não deva ser negligenciada nas situações em que seja persuasória e com utilidade para a boa decisão da causa.”.

41- Assim sendo, o documento 7 junto com o requerimento inicial de recurso não pode deixar de ser considerado como um mero parecer técnico, não possuindo carácter vinculatório.

42- A recorrente baseia-se somente no aludido parecer técnico para entender que a marca “Cartuxa” é notória e pode ser confundida com a marca da recorrida “Cartaxo Riverside”.

43- Todavia, a recorrente não carrega factos para os autos que pudessem ser demonstrativos de que a marca “Cartuxa”, referente a alojamento local, tem notoriedade, não devendo ser utilizado um critério subjetivo dos juizes da 2.^a instância para suprir tal omissão.

44- Deste modo, a aludida marca, por não ser notória, carece da proteção especial arrimada no artigo 234.º do CPI.

45- Analisemos se existe risco de confusão ou associação entre as marcas dos autos.

Está somente em causa avaliar o requisito previsto na al. c) do citado artigo 238.º, ou seja, se as marcas têm 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.

46- A sentença recorrida manteve o despacho proferido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial que concedeu o registo da marca nacional n.º 721004, “Cartaxo Riverside”.

Vejam os.

Essas marcas são compostas por elementos nominativos e figurativos, como acima ficou enunciado, ou seja, são Mistas.

47- Ora, do confronto das marcas em causa, consideramos que na marca “Cartaxo Riverside” o elemento global das duas palavras permite distingui-la da marca da recorrente “Cartuxa”.

48- As marcas registadas pertencem a uma fundação com sede em Évora, enquanto a marca registanda foi pedida tendo em vista os serviços de

alojamento temporário”, da classe 43.^a, alusivos à cidade do Cartaxo.

49- Como já vimos atrás, o único elemento comum às duas marcas são as quatro primeiras letras “CART”, já que visualmente/graficamente, foneticamente e conceptualmente são diferentes.

50- Por outro lado, não se apurou que a marca “Cartuxa” goze de notoriedade em Portugal na área dos serviços de alojamento temporário, o que diminui o risco de associação entre as duas marcas no espírito do público relevante.

51- Tal como na sentença recorrida, com acerto, se exarou : “.. *no que concerne à marca recorrida, a ideia que se forma sobre a mesma é a resultante do conjunto formado pelas palavras “CARTAXO RIVERSIDE”. Deste modo, apresenta-se visualmente diferente, sendo essa diferença acentuada pelo facto de ser seguido do termo “RIVERSIDE”. Ou seja, embora o primeiro vocábulo possa ter o mesmo número de letras (sete), alinhadas pela mesma ordem, o mesmo número de sílabas (três), sendo a sequência das primeiras quatro letras iguais ao nome “CARTUXA”, não são, contudo, visualmente iguais nem foneticamente iguais ou semelhantes. Assim, por esse facto, a marca recorrida ganha contornos distintivos e se apresenta graficamente diferente da marca da Recorrente, não sendo suscetível do público estabelecer qualquer confusão entre elas ou até relacioná-las. Ou seja, a marca recorrida não será lida e apreendida pelo consumidor apenas pelo seu nome inicial, até porque este se apresenta em dimensão menor que o termo “RIVERSIDE”, não ganhando qualquer destaque que permita ser realçado ou gere uma impressão dominante. Antes pelo contrário, o mais predominante é o termo “Riverside”. Acresce ainda que as cores envolventes em cada uma das marcas são totalmente diferentes, pois a Recorrida tem as suas letras escritas num fundo azul e a Recorrente utiliza apenas a expressão verbal “CARTUXA” ou então usa, numa das marcas, um fundo vermelho.*

Além do mais, “CARTAXO” é comumente conhecido e identificado como sendo uma localidade, local onde a marca recorrida tem os serviços que pretende assinalar, e que dista do local onde a marca da Recorrente é proveniente, pelo que mesmo isoladamente o consumidor não tenderá a associá-lo ao termo “CARTUXA”.

52- O que significa que a comparação entre sinais deve fazer-se através da “impressão de conjunto” e não por “dissecação de pormenores”.

53- Da análise e exame feitos anteriormente resulta que, considerados globalmente os sinais em conflito, não é possível concluir que a reprodução semântica do elemento comum da marca da recorrida, “CART”, que é um elemento cuja distintividade não é forte, por si só, concatenados com todos os elementos antes enunciados, produza risco de confusão no espírito do público relevante.

54- Na verdade, entendemos que o consumidor médio dos serviços em causa (alojamentos temporários) é atento às marcas dos produtos que escolhe, detetará as diferenças e não confundirá facilmente a proveniência desses serviços.

*

2) Da questão da concorrência desleal da recorrida

55- A recorrente suscita ainda, nas conclusões das suas alegações, que o registo da marca da recorrida é suscetível de gerar concorrência desleal, nos termos da alínea h) do n.º 1 do artigo 232.º, e alínea a) do n.º 1 do artigo 311.º, ambos do CPI.

56- A concorrência desleal, reconhecida no artigo 311.º, n.º 1, do CPI, abrange somente deveres de comportamento de natureza profissional/corporativa que, quando violados durante o processo de concorrência, podem fundamentar uma pretensão indemnizatória e/ou a cessação da conduta, contrariamente dos direitos de propriedade intelectual, que são direitos absolutos de carácter exclusivo.

57- A tutela da concorrência desleal aqui descrita é preventiva e, caso se apurassem os seus requisitos, consistiria um motivo relativo de recusa de registo da marca da recorrida, previsto no artigo 232.º, n.º 1, al. h), do CPI. Esta tutela preventiva aplica-se quer exista intenção de deslealdade comercial, quer se verifique apenas que, objetivamente, o registo do novo sinal potencia a concorrência desleal (v. Código da Propriedade Industrial Anotado, Coordenação: Luís Couto Gonçalves, página 931).

58- A norma do artigo 311.º, n.º 1, alínea a), do CPI, estabelece que: “ 1 - *Constitui concorrência desleal todo o ato de concorrência contrário às normas e usos honestos de qualquer ramo de atividade económica, nomeadamente:*
a. *Os atos suscetíveis de criar confusão com a empresa, o estabelecimento, os produtos ou os serviços dos concorrentes, qualquer que seja o meio empregue* ”.

59- Deste modo, os requisitos para que haja concorrência desleal, de acordo com o disposto no artigo 311.º, n.º 1, do CPI, são três e, em regra, devem verificar-se cumulativamente: (1) a existência de uma relação de concorrência; (2) a deslealdade que consiste na contrariedade às normas ou usos honestos da atividade económica, (3) e a culpa. No entanto, a natureza preventiva da tutela concorrencial prevista no artigo 232.º, n.º 1, al. h) do CPI, prescinde do elemento intencional e, portanto, da culpa.

60- No caso em apreciação, mostra-se preenchido o primeiro requisito da relação de concorrência, dado que o âmbito geográfico de proteção das marcas em conflito se sobrepõe [ambas são protegidas no território português - v. artigo 4.º, n.º 1, do CPI] e os serviços assinalados por tais marcas são

idênticos ou afins.

61- Quanto ao segundo requisito: a deslealdade da conduta, o artigo 311.º n.º 1 do CPI contém uma cláusula geral, seguida de uma enumeração exemplificativa. Assim, os atos de concorrência desleal podem ser agrupados em três categorias essenciais: atos de confusão ou indução em erro; atos de agressão; e atos de aproveitamento (v. Código da Propriedade Industrial Anotado, Coordenação: Luís Couto Gonçalves, Almedina, páginas 1171 a 1181).

62- Na verdade, os atos de confusão ou indução em erro (v. artigo 311.º, n.º 1, al. a), do CPI) compreendem o risco de confusão com a empresa ou os produtos da recorrente, gerado pelos sinais em conflito.

63- A recorrente apenas invoca que existem atos de confusão entre as marcas que, como atrás vimos, não ficou demonstrado e, como tal, não existem.

64- Analisada a sentença recorrida, verifica-se que foi exarado que “ *Perante o exposto, não se verificando qualquer risco de confusão entre as marcas em confronto, também não existe perigo de concorrência desleal, nos termos do artigo 311.º, n.º 1, al. a) do C.P.I.*”.

65- A sentença do Tribunal “a quo” resume a questão a decidir à averiguação se o sinal “CARTAXO RIVERSIDE” imita ou é confundível com o sinal “CARTUXA”, aqui se incluindo, pois, os dois temas que foram acima exarados: 1) Apurar se a sentença recorrida incorre em erro de julgamento a respeito da verificação do requisito de confundibilidade entre as marcas em confronto, a saber: a marca nacional nº 721004, “CARTAXO RIVERSIDE”, e as anteriormente registadas “CARTUXA”; e 2) e da questão da concorrência desleal da recorrida.

66- Este Tribunal da Relação resolveu subdividir a questão em duas e individualizar cada um dos temas, muito embora estejam ambos intimamente conexos e a sua discussão poderá ser tida em conjunto, tal como foi feito na sentença da primeira instância.

*

67- Pelo que importa concluir pela improcedência do recurso.

*

**

IV. Decisão

Pelo exposto, acordam os juízes deste Tribunal da Relação em julgar o recurso improcedente e confirmar a sentença recorrida, que manteve o despacho proferido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial que concedeu o registo da marca nacional n.º 721004, “CARTAXO RIVERSIDE”.

Custas pela Recorrente (art.º 527.º, n.ºs 1 e 2, do CPC).

Lisboa, 10 de dezembro de 2025

Mónica Bastos Dias (Relatora)

Alexandre Au-Yong Oliveira (1.º Adjunto)

Paula Cristina P. C. Melo (2.ª Adjunta)