TM&A NEWS

30 de dezembro de 2025

Identidade em confronto: ovos-moles e macarons no Supremo

Resumo

Decisão do Supremo Tribunal de Justiça de 27 de novembro de 2025[1] declara que não foram praticados atos de concorrência desleal por parte de sociedade portuguesa, Aires & Pires, Lda., famosa pelos ovos moles de Aveiro, face a sociedade francesa, Pâtisserie E. Ladurée, que comercializa macarons, que propôs uma ação declarativa comum contra esta.

O Supremo Tribunal de Justiça ("**STJ**") não condenou a Aires & Pires, Lda. porque *(i)* as sociedades operam em mercados distintos e *(ii)* os produtos não são confundíveis pelos consumidores.

Ideia chave

"Só pode haver concorrência desleal entre agentes económicos que disputam o mesmo tipo de clientela"

Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça, de 27.11.2025, proc. n.º 3155/23.2T8AVR.P1.S1, relator Ferreira Lopes

Palavra-chave: Concorrência desleal; clientela; consumidor.

DESCRIÇÃO DO CASO E POSIÇÃO DO SUPREMO TRIBUNAL DE JUSTIÇA SOBRE A PRÁTICA DE ATOS DE CONCORRÊNCIA DESLEAL

1. **Em que se baseou a pretensão da Pâtisserie E. Ladurée?**

A Pâtisserie E. Ladurée intentou a ação com fundamento na utilização, pela Aires & Pires, Lda., na Confeitaria Peixinho — renovada em 2018 — das cores rosa-pálido, verde-pálido e azul-pálido. Tal utilização configuraria um ato de concorrência desleal, por criar no consumidor médio o risco de associação indevida entre os estabelecimentos, em virtude da alegada "semelhança visual e conceptual dos respetivos espaços comerciais".

2. **Porque é que se trataria de um caso suscetível de ser reconduzido à disposição relativa à prática de atos de concorrência desleal?**

O artigo 311.º, n.º 1, alíneas a) e c) do Código de Propriedade Industrial estabelece que:

[1] Disponível para consulta: https://www.dgsi.pt/jstj.nsf/954f0ce6ad9dd8b980256b5f003fa814/4d7f5bfd9e9f2b1880258d55004fb88d?OpenDocument

Av. da Liberdade 9, 5º
250-139 Lisboa – Portugal
Tel +351 217 615 510

tma@tmalegal.pt
tmalegal.pt

1. Constitui concorrência desleal todo o acto de concorrência contrário às normas e usos honestos de qualquer ramo de actividade económica, nomeadamente:

a) Os actos susceptíveis de criar confusão com a empresa, o estabelecimento, os produtos ou os serviços dos concorrentes, qualquer que seja o meio empregue; (...).

c) As invocações ou referências não autorizadas feitas com o fim de beneficiar do crédito ou da reputação de um nome, estabelecimento ou marca alheia;

Segundo o STJ, para que se possa falar de "concorrência desleal" os seguintes requisitos teriam de estar preenchidos:

(i) a existência de "um ato de concorrência";

(ii) a inconformidade desse ato com as normas e usos honestos; e

(iii) no seio de qualquer ramo de atividade económica.

3. Porque é que o STJ rejeitou a existência de um ato de concorrência desleal no presente caso?

O STJ definiu "ato de concorrência" como qualquer ato suscetível de, no exercício de determinada atividade económica, causar prejuízo a outro agente económico, designadamente através do desvio de clientela.

Deste modo, o que releva "para a qualificação de uma conduta como acto de concorrência, é que dela resulte, ou possa resultar, um *reforço da posição* do agente no mercado que possibilite um desvio de clientela a seu favor"[2].

Tal implica também que exista a possibilidade de *uso substitutivo* dos produtos ou de semelhança entre as atividades, sob pena de não existir competição económica, por não haver clientela comum a disputar.

Deste modo, ainda que fosse considerado provado que a renovação de 2018 foi feita com o objetivo de "copiar e aproveitar a projeção internacional da Autora", da renovação não resultou uma situação vantajosa para a Ré obtida à custa de perda de clientela da Autora, nem a existência de um risco de possibilidade de desvio da clientela dado que os produtos em causa não se consideraram confundíveis, nem pela forma como são apresentados ao consumidor, nem pela sua composição.

Quem adquire macarons não corre o risco de ser induzido em erro e adquirir ovos moles, ainda que o aspeto da loja da sociedade portuguesa remeter para o aspeto das lojas da sociedade francesa.

[2] Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça, de 27.11.2025, proc. n.º 3155/23.2T8AVR.P1.S1, relator Ferreira Lopes.

Também se considerou relevante a circunstância de as empresas atuarem em mercados diferentes.

Deste modo, não se considerou que os requisitos do artigo 311.º do Código de Propriedade Industrial estavam preenchidos, pelo que, a Aires & Pires, Lda. não foi condenada.

4. Conclusões práticas

A adoção de uma imagem ou conceito visual semelhante ao de outra marca não é, por si só, ilícita, desde que as empresas não concorram pelo mesmo tipo de clientela e que os produtos não sejam suscetíveis de confusão pelo consumidor médio.

A Autora

Catarina Almeida Coelho,

Associada na TMA - Sociedade de Advogados, SP, RL,

Av. da Liberdade 9, 5º
250-139 Lisboa – Portugal
Tel +351 217 615 510

tma@tmalegal.pt
tmalegal.pt