



Curso de Mestrado em Direito e Prática Jurídica
Direito Comercial IV (Direito Industrial)
Exame Final | Turma TAN | 5 de Janeiro de 2023
Duração: 120 minutos

Grelha de correção

I

No caso I, devia caracterizar-se a tutela da inovação no direito da propriedade industrial, bem como traçar o quadro geral que fundamenta essa tutela. Atendendo à forma como a pergunta estava colocada, cumpria identificar os elementos constitutivos relativos aos vários tipos de tutela. Desde logo, quais os requisitos legais necessários — artigos 50.º, 54.º e 55.º do CPI — para que fosse concedida uma patente e qual o procedimento necessário para que tal sucedesse. De modo geral, quanto aos direitos conferidos pela patente, cumpria igualmente fazer referência ao artigo 102.º do CPI. Devia ainda ser explorada a comparação da via da tutela através de patente com a via dos modelos de utilidade — artigos 199.º ss. do CPI. Tinha ainda relevância avaliar a possibilidade de aplicação da tutela da inovação estética pela via dos desenhos ou modelos — artigos 173.º ss. do CPI. Por outro lado, depois de analisados os vários requisitos dos vários direitos privativos potencialmente relevantes, cumpria discutir o problema da titularidade. No caso, tinha relevância o regime previsto no artigo 58.º do CPI, aplicável às patentes — e, por remissão, aos demais direitos industriais que estavam em jogo (*ex vi* artigos 124.º e 181.º do CPI) — quando exista uma relação laboral, tal como sucedia no caso do exame. Neste ponto concreto, tinha de ser analisado o problema da existência ou não de remuneração "especial", para efeito do referido artigo 58.º do CPI, ponderando a relação que se estabelece entre a prestação laboral, a sua remuneração e a titularidade do direito à patente.

II

No caso II, de modo geral, devia caracterizar-se a tutela dos sinais distintivos, nomeadamente a marca: seus requisitos e procedimento — artigos 218.º ss. do CPI. De modo especial, estava em causa o problema de uma marca de prestígio — Ferrari — ser



utilizada num produto não diretamente relacionado com os produtos típicos da Ferrari. Porém, dada a derrogação do princípio da especialidade no caso das marcas de prestígio, teria de ser enunciado — fundamentando, de forma concreta, a aplicação do artigo 235.º do CPI — qual o regime aplicável às marcas de prestígio. Deviam ainda ser analisados quais os meios de reação potencialmente aplicáveis, nomeadamente a via indemnizatória (347.º do CPI, forma de cálculo, etc.), em face da utilização do nome de produto *Ferrari* pela empresa Xilax.

III

No caso III, estava em causa um conjunto de informações relevantes da empresa Xilax (listas de fornecedores, métodos de fabrico, etc). Devia, primeiramente, tratar-se da questão da informação como objeto possível de direitos da propriedade industrial. Tendo ocorrido a cessação de uma relação laboral, colocava-se o problema geral da eficácia dos deveres de confidencialidade. Poderia discutir-se, nesta situação, a aplicação da eficácia pós-contratual desses deveres. Porém, estava em causa, sobretudo, a tutela dos segredos comerciais: artigo 313.º do CPI. Quanto às informações referidas no caso do exame, cumpria analisar se foram preenchidos (cumulativamente) os requisitos necessários para a existência de segredo comercial — (i) as informações não podiam ser geralmente conhecidas ou facilmente acessíveis, na sua globalidade ou na configuração e ligação exatas dos seus elementos constitutivos, para pessoas dos círculos que lidam normalmente com o tipo de informações em questão, (ii) as informações tinham de possuir valor comercial pelo facto de serem secretas, (iii) e as informações tinham de ter sido objeto de diligências razoáveis para serem mantidas secretas. Cumpria, de modo especial, discutir se foi preenchido o critério da diligência razoável, previsto na al. c) do artigo 313.º do CPI, uma vez que a Xilax não tomou medidas especiais de segurança para as proteger, nem deu instruções quanto à utilização das mesmas. Tinha ainda de ser analisada a questão da divulgação (lícita ou ilícita) do segredo comercial através da publicação no *Facebook* (e quais os meios de reação); e se, em função dessa publicação e do círculo subjetivo relevante para efeitos da al. a) do artigo 313.º do CPI, o segredo comercial cessou por esse motivo.