



# Amazon regista marca própria alimentar em Portugal

## Distribuição Isabel Aveiro

Grupo de comércio electrónico pediu o registo português da marca própria Happy Belly, já lançada em Espanha

A Amazon Technologies Inc. pediu no final do mês passado o registo em território português da marca Happy Belly. Sobre a publicação do pedido de registo da Amazon – no *Boletim da Propriedade Industrial*, de 15 de Março – corre agora “o prazo de dois meses para a apresentação de reclamações”.

A insígnia Happy Belly é uma das marcas próprias que a gigante de comércio electrónico tem para produtos alimentares. Começou por dar nome a embalagens de café, para passar a incluir *snacks* (frutos secos e fruta desidratada) e, nos EUA, estende-se ainda a especiarias.

Portugal não tem contudo um site próprio de comércio online da Amazon. O mercado português é servido pelo site espanhol e pela operação logística (dispersa por várias plataformas, sobretudo a este e a sul) que a norte-americana tem no país vizinho. Em Espanha, a Happy Belly já está a ser comercializada no site da retalhista, assim como a outra marca alimentar do grupo, a Wickedly Prime (que tem uma gama de produtos mais vasta), como noticiou a 14 de Fevereiro o *El Mundo*. Ao jornal espanhol, ao qual o grupo avançou que não iria comentar, foi só referenciado que a Amazon tem “diversas marcas de diversas categorias de produtos”. Contactada pelo PÚBLICO sobre o registo de marcas em Portugal, a empresa



A Amazon reforçou no retalho alimentar ao comprar a Whole Foods

norte-americana não respondeu em tempo útil.

Para atrair e fidelizar clientes em Portugal via Espanha, a Amazon fez no Outono passado uma campanha específica. Em vésperas de Black Friday, anunciou duas novidades: por um lado, uma redução dos encargos de transporte para território português por valor de encomendas – a partir de 8 de Novembro, comunicou então a companhia, a Amazon.es eliminou “os custos das entregas *standard* para Portugal em encomendas superiores a 29 euros, assim como em encomendas de livros superiores a 19 euros”.

Paralelamente, anunciou naquela data a companhia de comércio electrónico, que funciona como plataforma para os distribuidores e produtores, foram adicionadas “algumas” marcas de moda “à selecção de produtos para Portugal”, afirmou, como as “marcas de roupa Zippy, Salsa e Tiffosi, além da marca de calçado Fly London”. Acrescentou a companhia em Novembro que “os clientes da

Amazon.es em Portugal têm acesso a mais de 165 milhões de produtos em todas as categorias, desde livros a electrónica, brinquedos, produtos de puericultura, beleza, moda, decoração, lar, desporto e produtos alimentares não perecíveis”.

A Amazon é, desde Junho de 2017, dona da norte-americana Whole Foods Market, entrando então em força no retalho alimentar. Com 460 supermercados nos EUA, Canadá e Reino Unido, a Whole Foods vendeu 16 mil milhões de dólares em 2016. Foi a partir daí que surgiu a divisão Amazon Fresh, que associou aos espaços físicos entrega de produtos alimentares em casa dos clientes, com ênfase nos produtos frescos.

Já em Janeiro deste ano, o *Negócios* noticiou que a multinacional está a estudar – e a negociar com a câmara Municipal do Porto, confirmou a própria autarquia – a instalação de um projecto em Portugal. **com João Pedro Pereira**

isabel.aveiro@publico.pt