



PROTOCOLE DE MADRID

Formulaire type n° 3A : Refus provisoire total de protection (règle 17.1) du règlement d'exécution commun)

I. Office qui fait la notification : INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE Département des Marques, Dessins et Modèles 15, rue des Minimes-CS 50001 92677 COURBEVOIE CEDEX FRANCE REF : OP21-4959/ 1 614 293 / CSO Affaire suivie par : Clara SOULARD Tel : 01 56 65 82 11
II. Numéro de l'enregistrement international : 1614293
III. Nom du titulaire : NAVA 1872 PTE. LTD.
IV. Informations concernant le type de refus provisoire : <input checked="" type="checkbox"/> Refus provisoire total fondé sur une opposition i) Nom de l'opposant : Kallo Foods Limited ii) Adresse de l'opposant : 2 River View, Meadows Business Park, Station Approach, Blackwater, GU17 9AB Camberley, ROYAUME UNI
V. Informations concernant la portée du refus provisoire : Le refus provisoire total concerne tous les produits.
VI. Motifs de refus (le cas échéant, voir la rubrique VII) : VOIR EN ANNEXE L'ACTE D'OPPOSITION

VII. Informations relatives au(x) droit(s) antérieur(s) :

- i) Références du/des droit(s) antérieur(s) :

VOIR EN ANNEXE L'ACTE D'OPPOSITION

- ii) Nom et adresse du titulaire :

VOIR EN ANNEXE L'ACTE D'OPPOSITION

- iii) Signe(s) invoqué(s) :

VOIR EN ANNEXE L'ACTE D'OPPOSITION

- iv) Liste des produits et services pertinents :

VOIR EN ANNEXE L'ACTE D'OPPOSITION

VIII. Dispositions essentielles correspondantes de la législation applicable :

VOIR FICHE JOINTE

IX. Informations concernant la possibilité de présenter une requête en réexamen ou un recours :

- i) Délai pour présenter une requête en réexamen ou un recours :

Le titulaire de l'enregistrement international est réputé avoir reçu la notification de l'opposition dans un délai de quinze jours à compter de la date d'émission de cette notification par l'Institut.

Le titulaire dispose d'un délai de 2 mois à compter de cette date présumée de réception pour présenter ses observations à l'Institut National de la Propriété Industrielle.

- ii) Autorité auprès de laquelle la requête en réexamen ou le recours doit être déposé :

Institut National de la Propriété Industrielle

- iii) Nécessité de déposer la requête en réexamen ou le recours dans une langue particulière ou par l'intermédiaire d'un mandataire qui a son adresse sur le territoire de la partie contractante :

Tout acte ou pièce remis à l'Institut national de la propriété industrielle doit, s'il est rédigé en langue étrangère, être accompagné de sa traduction en langue française.

Si le titulaire n'est pas établi ou domicilié en France, dans un Etat membre de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen, ses observations doivent être présentées par un mandataire habilité ayant son domicile, son siège ou son établissement en France ou par un professionnel ressortissant d'un pays de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen, exerçant légalement une activité de représentation devant l'office central de propriété industrielle de son état.



X. Signature ou sceau officiel de l'Office qui fait la notification :

**Pour le Directeur général de
l'Institut National de la Propriété Industrielle**

Maxence BOILE DEVILLARD
Juriste

XI. Date d'envoi de la notification au Bureau international : 24/12/2021

Numéro de procédure : OP21-5043

Lieu de dépôt : En ligne

Date de l'opposition : 19/11/2021

Référence client : FMA/SPE/HDU/1857095K/FR

**Rubrique 1 : NOM ET ADRESSE DE L'OPPOSANT OU DE SON MANDATAIRE À QUI LA
CORRESPONDANCE DOIT ÊTRE ADRESSÉE**

Société/Cabinet : NOVAGRAAF FRANCE

Nom/Prénom : Madame MAUCARRE Fabienne

Adresse :

2 RUE SARAH BERNHARDT
CS 90017
92665 Asnières-sur-Seine Cedex
FRANCE

Rubrique 2 : OPPOSANTS

Rubrique 2 - 1 : OPPOSANTS (Personne Morale)

Dénomination sociale : Kallo Foods Limited

Forme juridique : Société de droit britannique

Adresse :

2 River View
Meadows Business Park, Station Approach, Blackwater
GU17 9AB Camberley
ROYAUME UNI

Rubrique 3 : MANDATAIRE

Société/Cabinet : NOVAGRAAF FRANCE

Nom/Prénom : Madame MAUCARRE Fabienne

Qualité : CPI

N° : 09-0843

Adresse :

2 RUE SARAH BERNHARDT
CS 90017
92665 Asnières-sur-Seine Cedex
FRANCE



Rubrique 4 : DEMANDE D'ENREGISTREMENT CONTESTÉE

Nom de la marque : THE 1872 CLIPPER TEA CO. A HISTORICAL BLEND OF TASTE & TEA
N° d'enregistrement international : 1614293
N° de la gazette OMPI de publication : 2021/36
Date d'enregistrement international : 13/08/2021
Document annexe : Copie marque contestée.pdf - Copie marque contestée
Priorité revendiquée - Pays : SINGAPOUR
Priorité revendiquée - Date : 17/02/2021

Rubrique 5 : PRODUITS & SERVICES DE LA MARQUE CONTESTÉE POUR LESQUELS L'OPPOSITION EST FORMÉE

L'opposition est formée contre la totalité de la demande d'enregistrement.

Rubrique 6 : FONDEMENTS DE L'OPPOSITION

Rubrique 6 - 1 : Marque

Type de fondement : Marque
Origine de la marque : Marque internationale désignant la France
Nom de la marque : CLIPPER NATURAL, FAIR & DELICIOUS
Date d'enregistrement : 25/11/2019
N° d'enregistrement : 1505946
Qualité de l'opposant : Propriétaire dès l'origine
Date de la priorité revendiquée : 05/08/2019
Pays de la priorité revendiquée : ROYAUME UNI
Cession partielle ? Non
Limitation ? Non
Renonciation ? Non
Produits et services identiques ? Oui
Produits et services similaires ? Oui
Signes identiques ? Non
Signes similaires ? Oui
Copie de la marque antérieure : Copie marque antérieure.pdf - Copie marque antérieure
Produits et Services servant de base à l'opposition :

Classe(s)	Produits et services
30	Thé ; sachets de thé ; tisanes ; thé vert ; thé blanc ; thés aromatisés ; thé glacé ; succédanés de thé..

Rubrique 7 : EXPOSÉ DES MOYENS

Document joint : MEMOIRE D'OPPOSITION.pdf - Exposé des moyens

Page:13-13/58 Pli:1 Anxaucun Spa:1128531 IdPli:1005971009

Rubrique 8 : ANNEXES

ANNEXES.pdf

Rubrique 9 : PAIEMENT DES REDEVANCES INPI

Méthode de paiement : CCL

Prestation	Tarif	Quantité	Total
Marques - Opposition	400	1	400
		Total :	400

Rubrique 10 : SIGNATAIRE**Nom/Prénom** : Madame MAUCARRE Fabienne**Qualité** : CPI**N°** : 09-0843**Email** : f.maucarre@novagraaf.fr**Date de signature** : 19/11/2021

Ce document récapitule les données du dépôt déclarées conformes par le signataire.





Introduction

La présente opposition est dirigée contre l'enregistrement de la désignation française de



l'enregistrement international
30 pour les produits suivants :

n°1614293, déposée le 13 août 2021, en classe

- Classe 30 : *Thé; thé chai; thé glacé; thé noir; thés aux fruits; thé vert; thé blanc; thé au gingembre; thé oolong; thé au ginseng; thé au jasmin; thé rooibos; thés aromatiques; thé emballé; thé au cynorrhodon; thé à la camomille; thé Earl Grey; thé fermentés; thé à la menthe poivrée; tieguanyin (thé); thé sans théine; sachets de thé, remplis; thé vert japonais; feuilles de thé, transformées; fleurs ou feuilles à utiliser en tant que succédanés de thé; tisanes aux plantes, autres qu'à usage médicinal.*

Cette opposition est basée sur l'existence d'un risque de confusion avec une marque antérieure (article L.711-3 I. 1° b) du Code de la Propriété Intellectuelle).

L'opposante va établir qu'il existe un risque de confusion entre les marques en cause et que la demande contestée doit être totalement refusée à l'enregistrement.

Un risque de confusion existe lorsque le public peut être amené à penser que les produits et services en question, à la condition qu'ils soient proposés sous la marque en cause, proviennent de la même entreprise ou, selon le cas, d'entreprises liées (EUIPO, Sole Mizo vs. Velikov, 9 Septembre 2013).

Le risque de confusion doit être apprécié de façon globale, en prenant en compte tous les facteurs pertinents du cas d'espèce ; cette appréciation dépend de nombreux facteurs et, en particulier, du degré de connaissance de la marque antérieure sur le marché et de son caractère distinctif, de l'association que le public peut faire entre les marques en cause, du degré de similarité des signes, du degré de similitude des produits et services, des éléments distinctifs et dominants des marques à comparer et du public pertinent (CJUE, Sabèl, 11 Novembre 1997 / EUIPO, Sole Mizo vs. Velikov, 9 Septembre 2013).

(1) Les produits

La présente opposition est basée sur l'enregistrement international antérieur **CLIPPER** NATURAL, FAIR & DELICIOUS n°1505946 désignant la France, déposé le 25 novembre 2019 en classe 30 notamment pour les produits suivants :

- Classe 30 : *Thé; sachets de thé; tisanes; thé vert; thé blanc; thés aromatisés; thé glacé; succédanés de thé.*

La présente opposition est dirigée contre la totalité des produits couverts par la demande



contestée n°1614293, à savoir :

- Classe 30 : *Thé; thé chai; thé glacé; thé noir; thés aux fruits; thé vert; thé blanc; thé au gingembre; thé oolong; thé au ginseng; thé au jasmin; thé rooibos; thés aromatiques; thé emballé; thé au cynorrhodon; thé à la camomille; thé Earl Grey; thé fermentés; thé à la menthe poivrée; tieguanyin (thé); thé sans théine; sachets de thé, remplis; thé vert japonais; feuilles de thé, transformées; fleurs ou feuilles à utiliser en tant que succédanés de thé; tisanes aux plantes, autres qu'à usage médicinal.*

Produits identiques

Marque antérieure	Demande contestée
<i>Thé Sachets de thé Thé vert Thé blanc Thé glacé Thés aromatisés</i>	<i>Thé Sachets de thé, remplis Thé vert Thé blanc Thé glacé Thés aromatiques</i>

Les produits en cause sont désignés dans des termes identiques ou synonymes. Ils sont, par conséquent, identiques.

Marque antérieure	Demande contestée
<i>Tisanes</i>	<i>Tisanes aux plantes, autres qu'à usage médicinal</i>

Les produits en cause sont identiques dans la mesure où les produits désignés par la demande contestée appartiennent à la catégorie générale des *tisanes* couverte par la marque antérieure.

En effet, les *tisanes* s'entendent de boissons préparées par infusion, décoction ou macération de substances végétales à propriétés notamment gustatives. Les *tisanes aux plantes, autres qu'à usage médicinal* sont des boissons issues de plantes infusées et



constituent à ce titre une sous-catégorie des *tisanes* de la marque antérieure. De fait, les produits désignés par la demande contestée ne font que préciser les produits couverts par la marque antérieure.

Par conséquent, les produits en cause sont identiques par catégorie générale.

Marque antérieure	Demande contestée
<i>Succédanés de thé</i>	<i>Fleurs ou feuilles à utiliser en tant que succédanés de thé</i>

Les produits en cause sont identiques dans la mesure où les produits désignés par la demande contestée appartiennent à la catégorie générale des *succédanés de thé* couverte par la marque antérieure.

En effet, les *succédanés de thé* s'entendent de produits équivalents du thé. Les produits désignés par la demande contestée sont des végétaux (*fleurs ou feuilles*) utilisées à la place du thé, en tant que *succédanés de thé*, et constituent à ce titre une sous-catégorie des *succédanés de thé* de la marque antérieure. De fait, les produits désignés par la demande contestée ne font que préciser les produits couverts par la marque antérieure.

Par conséquent, les produits en cause sont identiques par catégorie générale.

Marque antérieure	Demande contestée
<i>Thé ; thés aromatisés</i>	<i>Thés aux fruits ; thé au gingembre ; thé au ginseng ; thé au jasmin ; thé au cynorrhodon ; thé à la camomille ; thé Earl Grey ; thé chai ; thé à la menthe poivrée</i>

Les produits en cause sont identiques dans la mesure où les produits désignés par la demande contestée appartiennent à la catégorie générale des *thés aromatisés*, et dans une plus large mesure, dans la catégorie générale du *thé*, couvertes par la marque antérieure.

En effet, le *thé* consiste en une plante consommée le plus souvent sous forme de boissons infusée à partir de ses feuilles. Le *thé aromatisé*, quant à lui, est une boisson à base de thé agrémenté d'un autre produits apportant un goût supplémentaire. Les produits désignés par la demande contestée ne font que préciser les produits de la marque antérieure en ce qu'ils sont des thés associés à d'autres produits parfumants (menthe poivrée, fruits, gingembre etc.), et constituent à ce titre une sous-catégorie du *thé* et des *thés aromatisés* de la marque antérieure.

Par conséquent, les produits en cause sont identiques par catégorie générale.

Marque antérieure	Demande contestée
<i>Thé</i>	<i>Thé noir ; thé oolong ; thé rooibos ; thé emballé ; thé fermentés ; tieguanyin (thé) ; thé sans théine ; thé vert japonais ; feuilles de thé, transformées</i>

Les produits en cause sont identiques dans la mesure où les produits désignés par la demande contestée appartiennent à la catégorie générale du *thé* couverte par la marque antérieure.

En effet, le *thé* consiste en une plante consommée le plus souvent sous forme de boissons infusée à partir de ses feuilles. Les produits désignés par la demande contestée ne font que préciser les produits de la marque antérieure en ce qu'ils désignent divers types de thés cultivables ou du thé sous une forme particulière, et constituent à ce titre une sous-catégorie du *thé* couvert par la marque antérieure.

Par conséquent, les produits en cause sont identiques par catégorie générale.

(2) Les signes

La comparaison porte dans le présent cas sur les signes suivants :

Marque antérieure	Demande contestée
	

La marque antérieure est une marque semi-figurative, composée des éléments verbaux **CLIPPER** inscrits en lettres majuscules droites et noires, ainsi que des éléments verbaux **NATURAL, FAIR & DELICIOUS** inscrits en lettres majuscules, droites et vertes.

La demande contestée est une marque semi-figurative, composée des éléments verbaux **THE 1872 CLIPPER TEA CO.** ainsi que la locution verbale **A HISTORICAL BLEND OF TASTE & TEA** inscrits en lettres majuscules droites et blanches, sur un fond de couleur bleue et de forme ronde. Le signe se compose également d'éléments figuratifs, à savoir le dessin d'un bateau au centre d'un cercle et de deux dessins d'un fauve situés entre les éléments verbaux, de chaque côté du dessin du bateau.

Similitudes visuelles

Visuellement, les marques en cause sont similaires en ce qu'elles partagent le même élément distinctif et dominant **CLIPPER**.



En effet, le terme CLIPPER présente la même orthographe et est représenté en lettres majuscules au sein des deux signes.

Les signes diffèrent par la présence d'autres éléments verbaux et figuratifs au sein de chacun des signes en présence. Toutefois, ces différences ne sont pas de nature à remettre en cause les similitudes visuelles des signes dans la mesure où elles seront perçues comme étant secondaires par le consommateur d'attention moyenne.

De fait, s'agissant de la marque antérieure, les termes NATURAL, FAIR & DELICIOUS sont secondaires d'une part en raison de leur taille de police plus petite que l'élément principal CLIPPER ainsi que de leur position inférieure et, d'autre part, dans la mesure où ce sont des termes descriptifs de la qualité des produits couverts par la marque. Quant à la stylisation du signe, celle-ci n'est que décorative. Compte tenu de ce qui précède les différences présentes dans le signe antérieur ne seront pas de nature à retenir l'attention du consommateur contrairement à l'élément CLIPPER, commun aux deux signes.

Il en sera de même s'agissant des différences présentes dans le signe contesté. En effet, les termes THE, 1872, TEA et CO., encadrant le terme CLIPPER, sont des termes faiblement distinctifs, voire descriptifs, ne faisant qu'introduire ou renvoyer à l'élément principal CLIPPER.

Quant à la locution A HISTORICAL BLEND OF TASTE & TEA, elle est secondaire, d'une part, en raison de sa petite taille de police et de sa position inférieure au sein du signe et, d'autre part, du fait que le consommateur sera susceptible de percevoir cette partie du signe comme un message promotionnel et non comme un élément de marque.

Enfin, s'agissant des éléments figuratifs composant la demande contestée, il convient de rappeler que, conformément à une jurisprudence constante, en présence d'une marque semi-figurative, le public prêterait davantage attention aux éléments verbaux, les éléments figuratifs étant généralement purement décoratifs. Ici, les éléments figuratifs et la stylisation du signe contesté sont décoratifs et n'altèrent pas la lisibilité des éléments verbaux. Ces éléments sont par conséquent secondaires.

Ainsi, les éléments distinctifs et dominants des marques à comparer étant identiques, les signes en cause doivent être considérés comme visuellement similaires.

Similitudes phonétiques

Phonétiquement, les marques en cause sont similaires dans la mesure où elles sont toutes deux composées du terme CLIPPER qui sera prononcé de la même manière dans les deux cas.

Les différences tenant à la présence des termes NATURAL, FAIR & DELICIOUS dans la marque antérieure et THE, 1872, TEA CO., et la locution A HISTORICAL BLEND OF TASTE & TEA dans la demande contestée, ne sauraient suffire à écarter tout risque de confusion entre les signes dans la mesure où compte tenu de leur caractère secondaire de par leur faible distinctivité, voire leur descriptivité, et, pour la plupart, leur position inférieure dans une taille de police plus petite au sein des signes en présence, ils ne seront probablement pas prononcés ou du moins retenus par le consommateur.

Quant aux éléments figuratifs et stylisations, ils n'ont aucun impact phonétique dans les signes.

Ainsi, face à ces marques complexes, le consommateur prononcera assurément CLIPPER seul dans la mesure où il est l'élément central et fort des deux marques à comparer.

Par conséquent, les éléments distinctifs et dominants des marques à comparer étant identiques, il est permis de conclure à la similitude phonétique des signes en cause.

Similitudes conceptuelles

Conceptuellement, le terme commun CLIPPER n'évoquera aucune signification particulière pour le public concerné. Ce terme est donc parfaitement distinctif pour les produits en cause.

Par ailleurs, comme évoqué précédemment, ce terme est dominant au sein de chaque signe dans la mesure où les autres termes composant les marques à comparer ne sont pas de nature à retenir l'attention du public notamment en raison de leur sens.

En effet, au sein de la marque antérieure, les termes NATURAL, FAIR & DELICIOUS sont des termes anglais facilement traduisibles par le consommateur français par « naturel, équitable et délicieux » ce qui décrit la qualité des produits couverts. Ces termes sont ainsi descriptifs et, à ce titre, ils ne seront pas de nature à retenir l'attention du public qui sera avant tout portée sur le terme CLIPPER.

Il en est de même pour les autres termes composant le signe contesté. De fait, le terme THE est un article défini de la langue anglaise aisément compris par le consommateur français pour signifier « le ». Ce terme est secondaire dans la mesure où il ne fait que renvoyer aux termes qui le suivent.

L'élément verbal 1872 sera probablement perçu comme étant la date de fondation de la société.

Le terme TEA, quant à lui, est le terme anglais pour le « thé » et sera donc perçue par le consommateur comme décrivant la nature du produit couvert par la marque.

Enfin, l'élément verbal CO., aisément traduit par le public français comme signifiant « compagnie », paraît accessoire dans la mesure où il est d'usage courant dans la vie des affaires pour faire référence à une entreprise.

Quant à la locution A HISTORICAL BLEND OF TASTE & TEA, aisément traduisible par « un mélange historique de goût et de thé », elle est descriptive de la nature des produits désignés par la marque et sera également perçue comme étant un message à caractère promotionnel. Elle ne sera donc pas de nature à retenir l'attention du public à titre de marque.

S'agissant enfin des éléments figuratifs présents au sein de chacun des signes, ils ne seront pas davantage de nature à retenir l'attention du consommateur compte tenu de leurs caractères purement décoratifs.

Ainsi, il résulte de ce qui précède que l'attention du consommateur sera avant tout portée sur l'élément commun CLIPPER.

Par conséquent, il est permis de conclure à une similitude conceptuelle des signes.



(3) Distinctivité et grande connaissance de la marque antérieure

Le risque de confusion doit être apprécié globalement, en prenant en compte tous les facteurs pertinents du cas d'espèce (22 juin 1999, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik, EU:C:1999:323; § 18). Le caractère distinctif de la marque antérieure est à ce titre un facteur à prendre en compte dans le cadre de l'appréciation globale du risque de confusion.

CLIPPER

Dans le présent cas, la marque antérieure **NATURAL, FAIR & DELICIOUS** n°1505946 dispose d'un caractère distinctif accru du fait de sa grande connaissance par le public français.

CLIPPER

En France, la première utilisation de **NATURAL, FAIR & DELICIOUS** a été faite lors du lancement de la marque sur le territoire français en 2013 (**annexe 1**). Elle est référencée aujourd'hui comme l'une des marques incontournables dans le secteur des boissons et plus particulièrement dans le domaine des thés et infusions en raison de la qualité des produits proposés et des investissements considérables effectués dans le cadre de sa promotion.

Ainsi, sur les réseaux sociaux en 2021, le nombre total de followers sur Facebook et Instagram approche 250 400 et l'hashtag #clipperteas a été repris plus de 6000 fois sur Instagram (**annexe 2**).

Forte de son succès, la marque est présente dans plus de 32 pays dans le monde (**annexe 1**).

En France, la marque de l'opposante est à ce jour commercialisée par les plus grandes enseignes de grande distribution telles que Système U, Auchan, E.Leclerc, Intermarché, Monoprix etc. (**Annexe 3**)

A l'instar de son extension géographique, la marque s'est rapidement étendue en développant sa gamme de thés et d'infusion qui compte désormais plus de trente-six parfums différents. (**Annexe 4**).

CLIPPER

Depuis sa création, la marque **NATURAL, FAIR & DELICIOUS** apparait dans de nombreuses éditions de la presse française (Elle, Cosmopolitan, Vogue, Gala, Biba etc.) (**annexe 5**).

En outre, les importants investissements de l'opposante ont permis à la marque **CLIPPER** **NATURAL, FAIR & DELICIOUS** d'être récompensé. Par exemple, le thé blanc Citron bio la été élu deuxième meilleur produit du mois par les consommateurs Carrefour. (**Annexe 6**).

CLIPPER

Au regard de ce qui précède, il apparait évident que la marque **NATURAL, FAIR & DELICIOUS** a été utilisée de façon intensive en France pour désigner des thés et infusions. Ainsi, cette marque est aujourd'hui associée dans l'esprit des consommateurs français et européens comme une marque incontournable dans ce secteur.

CLIPPER

Dès lors, au regard du succès de la marque **NATURAL, FAIR & DELICIOUS**, de sa forte présence dans le commerce de détail et sur les réseaux sociaux, cette marque doit être considérée comme disposant d'un caractère distinctif important et d'une connaissance importante de la part du public, de nature à renforcer le risque de confusion.

(4) Appréciation globale du risque de confusion et principe d'interdépendance

L'appréciation du risque de confusion doit être effectuée globalement en prenant en compte tous les facteurs du cas d'espèce (22/06/1999, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik, EU:C:1999:323; § 18).

Le risque de confusion couvre des situations où le consommateur confond directement les marques en cause, ou lorsqu'il effectue une connexion entre les signes à comparer et qu'il est amené à penser que les produits en cause sont proposés par la même entreprise, ou par des entreprises liées.

Dans le présent cas, l'élément dominant **CLIPPER** de la demande contestée est reproduit à l'identique et associé à des éléments secondaires au sein de la demande contestée. Le consommateur d'attention moyenne pourra ainsi considérer que la marque contestée est le nouveau logo de la marque antérieure ou croire qu'elle désigne une nouvelle gamme de thés

CLIPPER

de la marque **NATURAL, FAIR & DELICIOUS**, qui comme démontré précédemment, est régulièrement déclinée pour désigner de nouvelles gammes de boissons.

En outre, l'opposante rappelle que « l'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment la similitude des marques et celle des produits ou des services désignés. Ainsi, un faible degré de similarité entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement » (CJCE, 29 septembre 1998, CANON).

Comme ci-dessus indiqué, les produits désignés sont identiques. A la lumière de la jurisprudence susvisée il est donc demandé à l'Office de tenir compte de l'identité des produits pour atténuer des différences non dominantes entre les signes.

De la même manière, le caractère distinctif acquis par la marque antérieure **CLIPPER** **NATURAL, FAIR & DELICIOUS** du fait de sa grande connaissance permet également en l'espèce d'atténuer les différences non dominantes entre les signes en cause.

Compte tenu de l'identité des produits, des similitudes entre les signes et de la grande connaissance de la marque antérieure, il est à craindre que le consommateur concerné perçoive cette demande de marque comme appartenant à la société opposante, ou encore suppose qu'elle est proposée par une entreprise économiquement liée, et se méprenne quant à l'origine des produits visés.

Il existe ainsi un risque de confusion important entre les marques à comparer.



(5) Conclusion

Eu égard à ce qui précède, la désignation française de l'enregistrement international



n°1614293 doit être totalement rejetée pour les produits suivants :

- *Classe 30 : Thé; thé chai; thé glacé; thé noir; thés aux fruits; thé vert; thé blanc; thé au gingembre; thé oolong; thé au ginseng; thé au jasmin; thé rooibos; thés aromatiques; thé emballé; thé au cynorrhodon; thé à la camomille; thé Earl Grey; thé fermentés; thé à la menthe poivrée; tieguanyin (thé); thé sans théine; sachets de thé, remplis; thé vert japonais; feuilles de thé, transformées; fleurs ou feuilles à utiliser en tant que succédanés de thé; tisanes aux plantes, autres qu'à usage médicinal.*



Clipper (marque d'infusions)

Clipper est une marque anglaise de thé fondée en 1984 dans le Dorset par Mike et Lorraine Brehme. Elle commercialise également des infusions, du café et du chocolat pour boissons.

Sommaire

Historique de la société

Valeurs

Commerce équitable

Agriculture biologique

Environnement

Produits

Disponibles en France

Disponibles au Royaume-Uni

Origine des produits

Distribution

Univers graphique

Notes et références

Liens externes

Historique de la société

En 1984, Mike et Lorraine Brehme¹ créent la marque Clipper en sortant leurs deux premiers coffrets de thé². En 1994, ils deviennent la première entreprise de thé au Royaume-Uni à ne proposer que des produits issus du commerce équitable³. À partir de 1999, leurs produits sont distribués en supermarchés.

En 2008, la marque s'offre une nouvelle jeunesse en renouvelant sa charte graphique⁴. Clipper est racheté en 2012 par le groupe Royal Wessanen, leader européen de l'alimentation et des boissons bio⁵. Ce n'est qu'en 2013 que la marque apparaît dans les supermarchés français pour la première fois.

Valeurs

L'entreprise a été fondée sur des valeurs de partage de l'amour et de l'expérience du thé et des infusions et de la découverte de saveurs provenant du monde entier⁶.

Commerce équitable

Toute la gamme de thés est issue du commerce équitable⁷. Les produits sont certifiés « commerce équitable » par le label Max Havelaar⁸.

Agriculture biologique

Toute la gamme de thés et infusions est issue de l'agriculture biologique. Les produits distribués en France sont labellisés AB⁹ et label bio européen qui garantissent au consommateur qu'au moins 95 % des ingrédients utilisés sont issus de l'agriculture biologique et qu'ils sont conformes aux réglementations françaises relatives aux produits biologiques.

Environnement

Dans un souci de protection de l'environnement, la marque conditionne ses produits dans des emballages en carton recyclé et des sachets biodégradables et compostables sans chlore¹⁰, sans agrafe¹ et sans plastique.

Produits

Disponibles en France

24 produits Clipper sont disponibles actuellement à la vente en France en grandes surfaces :

- **Infusions** :

Citron et gingembre, églantier et hibiscus, 2 menthe et fenouil, citronnelle eucalyptus et ginkgo, vanille fraise, menthe caramel, fraise fleur de sureau, camomille mélisse et lavande, detox,

- **Thés verts** :

Thé vert, thé vert à la fraise, thé vert au citron, thé vert détox, thé vert gingembre, thé vert framboise, thé vert mangue;

- **Thé noir** :

Thé noir *Earl grey*.

- **Thé blanc** :

Thé blanc citron, thé blanc framboise

Disponibles au Royaume-Uni

Plus de 90 produits différents, répartis sur huit gammes, sont distribués au Royaume-Uni¹¹ :

- **Everyday tea** (Thé de tous les jours) :

Neuf thés du quotidien : *Earl grey*, *Breakfast Tea*, *Gold Tea*, Thé sans caféine, etc ;

- **Green tea** :

Une quinzaine de thés verts : nature, à la fraise, au jasmin, à la menthe poivrée, au gingembre, du thé Chaï, etc ;

- **Infusions** :



Une trentaine d'infusions aux fruits : orange, noix de coco, myrtille, fruits rouges, gingembre-citron, pomme, framboise, etc. ; ainsi que des mélanges aux propriétés calmantes, purifiantes, « détox », facilitant le sommeil, le transit, etc. ;

- ***Fuso tea tents*** :

Sept thés mélangés et infusions, conditionnés en sachets en forme de « tente » (des tétraèdres) ;

- ***White tea*** :

Six thés blancs aromatisés au citron, orange, framboise, vanille etc. ;

- ***Speciality Tea*** :

Cinq thés traditionnels d'origine : thé Assam, thé anglais, thé Darjeeling etc ;

- ***Hot Chocolate*** :

Quatre sortes de chocolat en poudre ;

- ***Coffee*** :

Une quinzaine de cafés en poudre, cafés instantanés et décaféinés.

Origine des produits

Les thés et ingrédients utilisés par la marque proviennent de plantations situées en Inde, en Afrique et au Sri Lanka¹². Les mélanges et le conditionnement sont réalisés dans l'usine de l'entreprise à Beaminster⁷.

Distribution

Les produits Clipper sont distribués dans 32 pays¹³.

En France, Bjorg et compagnie distribue les thés et infusions en grandes surfaces Système U, Auchan, E.Leclerc, Casino, Intermarché et certains magasins Monoprix¹⁴, au rayon bio ou au rayon thé. Au Royaume-Uni, en plus des supermarchés, les thés sont vendus dans certains cafés, hôtels et restaurants.

Univers graphique

La charte graphique de la marque a été réalisée par l'agence britannique Big Fish⁴. Elle se démarque dans les rayonnages français grâce à un emballage original, avec une forte personnalité graphique d'inspiration britannique avec des jeux de taille dans la typographie et une silhouette de théière, de tasse ou de cuillère découpée en noir ou blanc sur un fond coloré très vif. Sans reliefs ni contours, les illustrations sont simples tout en dégageant une image de qualité et attirent le regard.

Notes et références

- ↑ « Carnet de bord d'une passionnée de Thé - Road book to an Tea addict » (http://addict-tea.blogspot.fr/2013/09/clipper-tea.html)

2. « *Clipper Teas is a role model to other small business, says MP Oliver Letwin* » ([http://www.bridportnews.co.uk/news/localnews/10941602.Clipper Teas is a role model to other small business says MP Oliver Letwin/?ref=rss](http://www.bridportnews.co.uk/news/localnews/10941602.Clipper%20Teas%20is%20a%20role%20model%20to%20other%20small%20business%20says%20MP%20Oliver%20Letwin/?ref=rss)), www.bridportnews.co.uk - 17 janvier 2014.
3. « *Public loyalty to Fairtrade in 2009's tough economic climate leads to double digit growth as Fairtrade sales reach £800m* » ([http://www.fairtrade.org.uk/press office/press releases and statements/archive 2010/february 2010/public loyalty to fairtrade in 2009s tough economic climate leads to double digit growth as fairtrade sales reach 800m.aspx](http://www.fairtrade.org.uk/press%20office/press%20releases%20and%20statements/archive%202010/february%202010/public%20loyalty%20to%20fairtrade%20in%202009s%20tough%20economic%20climate%20leads%20to%20double%20digit%20growth%20as%20fairtrade%20sales%20reach%20800m.aspx)), www.fairtrade.org.uk - 22 février 2010.
4. « *Clipper tea* » (<http://www.bigfish.co.uk/blog/portfolio/clipper-tea/>)
5. « *Wessanen announces acquisition of Clipper Teas, UK market leader in Organic and Fairtrade Teas* », www.wessanen.com - 2012. (<http://www.wessanen.com/en/newsroom/press-releases/2012/wessanen-announces-acquisition-of-clipper-teas-uk-market-leader-in-organic-and-fairtrade-teas/>)
6. « *Error 404 Not Found* » (<http://www.lavivavera.com/2013/08/clipper-tea-my-favorite-tea-brand.html>), sur *lavivavera.com* (consulté le 10 mai 2021).
7. (en) « *Clipper Teas: 'Self-punitive' UK tea drinkers deserve better* » (<http://www.beveragedaily.com/Manufacturers/Clipper-Teas-Self-punitive-UK-tea-drinkers-deserve-better>), Food & Beverage
8. <http://www.eco-sapiens.com/acheter-The,Boissons+chaudes,Alimentation.html?marque=Clipper>
9. <http://www.eco-sapiens.com/acheterThe,Boissons+chaudes,Alimentation.html?marque=Clipper>
10. (en) « *Browse Clipper at Ethical Superstore* » (<http://www.ethicalsuperstore.com/products/clipper-teas/>), sur *ethicalsuperstore.com* (consulté le 10 mai 2021).
11. « *Clipper Tea - Gardening Green Store* » (<http://www.ecogreenstore.co.uk/clipper-tea-m-107.html>), sur *ecogreenstore.co.uk* (consulté le 10 mai 2021).
12. (en) « *Clipper Tea* » (http://www.cornico.co.uk/clipper_tea), sur *cornico.co.uk* (consulté le 25 septembre 2020).
13. « *Bloomberg - Are you a robot?* » (<http://investing.businessweek.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapid=47014908>), sur *businessweek.com* (consulté le 10 mai 2021).
14. <http://clipper-teas.fr/ou-nous-trouver>

Liens externes

- (en) [site officiel en anglais](http://www.clipper-teas.com/). (<http://www.clipper-teas.com/>)
- [site officiel en français](http://www.clipper-teas.fr/). (<http://www.clipper-teas.fr/>)
- (en) [site de Royal Wessanen](http://www.wessanen.com/en/). (<http://www.wessanen.com/en/>)

Ce document provient de « [https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Clipper_\(marque_d%27infusions\)&oldid=182776561](https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Clipper_(marque_d%27infusions)&oldid=182776561) ».

La dernière modification de cette page a été faite le 10 mai 2021 à 20:30.

Droit d'auteur : les textes sont disponibles sous licence Creative Commons attribution, partage dans les mêmes conditions ; d'autres conditions peuvent s'appliquer. Voyez les conditions d'utilisation pour plus de détails, ainsi que les crédits graphiques. En cas de réutilisation des textes de cette page, voyez comment citer les auteurs et mentionner la licence.

Wikipedia® est une marque déposée de la Wikimedia Foundation, Inc., organisation de bienfaisance régie par le paragraphe 501(c)(3) du code fiscal des États-Unis.

Politique de confidentialité



[A propos de Wikipédia](#)

[Avertissements](#)

[Contact](#)

[Développeurs](#)

[Statistiques](#)

[Déclaration sur les témoins \(cookies\)](#)



instagram.com/clipperteas/?hl=fr

Instagram

Rechercher



clipperteas

S'abonner

895 publications 38,6k abonnés 746 abonnements

Clipper Teas
Natural, fair, and delicious hot drinks from the heart of Dorset. #GenerationTea

Compétition T&Cs
cutt.ly/EToeNc2



OS 2021



@weareven...



#FTF



Spill the teal



Organic Quiz

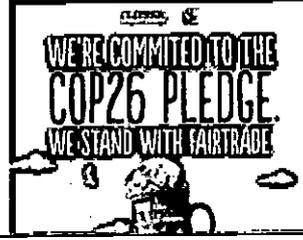


Mural



Spotify

PUBLICATIONS REELS VIDÉOS IDENTIFIÉE(E)



instagram.com/clipperteasfr/?hl=fr

Instagram

Rechercher



clipperteasfr

S'abonner

1 029 publications 24,5k abonnés 201 abonnements

Clipper Teas France
#ClipperTeas, des thés et infusions bio, équitables et délicieux. 🌿
Partagez vos tea-times en identifiant @clipperteasfr pour être reposté(e)! ❤️
bit.ly/3FkO6sF



FabulousTe...



Archives



Fonds d'écr...



Questions #2



FabulousTe...

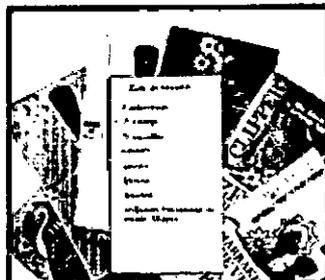


Innovations



FabulousTe...

PUBLICATIONS GUIDES VIDÉOS IDENTIFIÉE(E)





Rechercher sur Facebook



Clipper Teas

En savoir plus

J'aime

Message

À propos

Voir tout

- 1 Retrouvez toute l'actualité des thés et infusions bios Clipper, naturels, équitables et délicieux
- 1 En 1984, Mike et Lorraine Brehme, passionnés de thé, veulent faire partager leur amour du thé et des infusions. C'est lors d'un voyage autour du mond...
Afficher la suite

- 188.878 personnes aiment ça
- 187.289 personnes sont abonnées
- <http://www.clipper-teas.fr/>
- Envoyer un message
- Entreprise agroalimentaire



275

63 commentaires 5 partages



Instagram

Rechercher

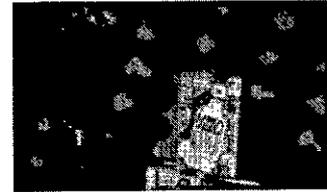
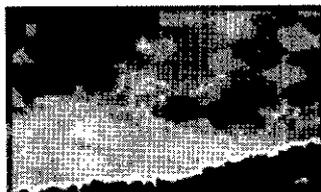
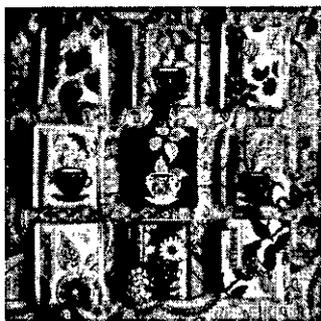


#clipperteas

6 190 publications

S'abonner

Meilleures publications

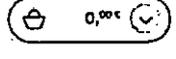




ANNEXE 3



Du lait demi écrémé ? Du pain de mie ?...



Sélectionner un magasin Afin de connaître les grands départs de l'offre de nos produits, veuillez sélectionner votre magasin

RAYONS

LE BIO

INSPIRATIONS

Épicerie sucrée > Boissons chaudes > Thé



Thé vert bio CLIPPER, 35g

Voir les avis

Ajouter à la liste

Voir les informations produit



Rayons

Lait, oeufs, coca...



Mes produits

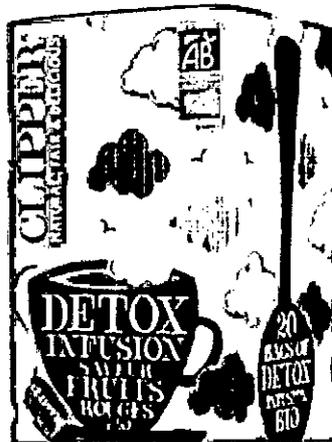


0,00 €

Accueil > Épicerie sucrée > Petit déjeuner, boissons chaudes > Boissons chaudes > Tisanes, infusions > Détox

CLIPPER Infusion bio détox 20 sachets 40g

★★★★★



40g 20 sachets

Vous voulez connaître le prix de ce produit ?

Afficher le prix

Ajouter à une lis



Bouilloire avec infusion clipper Tefal YY4662FD

BOUILLIÈRE TEFAL



BON PLAN

49,90

29,90

Dont 0,24€ d'éco part
En stock



Couleur Coloris unique

Ajouter au panier

Vendu et expédié par E.Leclerc
Pays d'expédition : France
Produit neuf Délai de rétractation : 14 jours

● Point de retrait Magasin : gratuit - estimée
entre le 20/11/21 et le 22/11/21

Voir les options de livraison

Clipper

Produit

Choisir un magasin

Pour commencer vos courses en ligne, choisissez d'abord entre Drive et livraison, puis sélectionnez un magasin.

Je passe au Drive

Je me fais livrer chez moi

Entrez votre ville ou votre code postal



☰ Nos rayons

🔍 Rechercher une salade, un dentifrice...



📄 Réserver un créneau

Accueil > Courses en ligne > Boisson, Cave > Café, Thé, Boisson chaude > Thé, Infusion > Thé parfumé



CLIPPER - BIO
Infusion detox, bio

-50%

SUR LE PRIX

2,89 €

Les 20 sachets, 40g 72,25 € / Kg

AJOUTER AU PANIER

📌 Ajouter aux favoris | 📄 Ajouter à une liste



DESCRIPTION

Egalement achetés par nos clients:



CLIPPER - MARCHAND DE SABLE
Infusion camomille, méliss...
Les 20 sachets, 30g

-50%

SUR LE PRIX

2,89 €

96,33 € / Kg



CLIPPER - BIO
Thé vert detox fleurs de sur...
Les 20 sachets, 40g

-50%



ANNEXE 4



**thé noir english
breakfast bio**

Le mélange majestueux d'un Assam corsé et d'un Ceylan délicat pour une fin en bouche rafraîchissante. À déguster en lisant son journal du matin.

[en savoir plus](#)



thé earl grey bio

Un thé léger et rafraîchissant relevé par des notes d'agrumes caractéristiques de la bergamote.

[en savoir plus](#)



thé noir bio petrouchka

Avec ses délicates notes d'orange et de bergamote, ce thé russe vous fera voyager au temps de la Russie impériale. Il se déguste aussi bien le matin que l'après-midi accompagné de vos biscuits préférés!

[en savoir plus](#)





thé vert menthe bio

Chez Clipper, nous nous sommes inspirés de la recette du Maroc et des saveurs du souk pour vous proposer un thé vert à la menthe délicat et rafraichissant.

en savoir plus



thé vert chai bio

Un mélange sensationnel de thé vert et d'épices. La magie de l'Inde comme si vous y étiez.

en savoir plus



thé vert bio grand format

Notre incontournable thé vert léger et délicat...en grand format!

en savoir plus



thé vert citron bio grand format



thé vert gingembre & citron vert bio



thé vert bio



thé vert citron bio

Un thé vert léger, vivifiant et très rafraichissant avec un délicieux punch citronné d'agrumes.

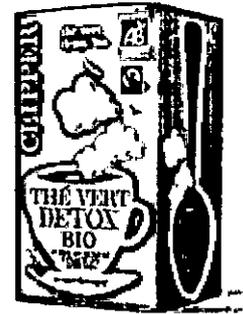
[en savoir plus](#)



thé vert fraise bio

Un thé vert délicieusement rafraichissant avec une saveur de fraise merveilleusement fruitée.

[en savoir plus](#)



thé vert bio detox

Un thé vert léger et délicat, avec une pointe de fenouil, de fleur de sureau et d'agrumes. A boire en fin de matinée ou quelques heures après un repas un peu lourd.

[en savoir plus](#)



thé vert bio mangue



**thé vert bio
framboise & menthe**



zesty thé blanc bio orange

Les Anglais en connaissent un rayon sur le thé, alors, chez Clipper, nous voulons vous faire découvrir la douceur du thé blanc de Chine associé à de vrais morceaux d'écorce d'orange pour un tea time plus que pepsy !

[en savoir plus](#)



enchanting thé blanc bio framboise

Un thé léger, délicat et rafraîchissant subtilement combiné au goût fruité de la framboise.

[en savoir plus](#)



lovely thé blanc bio citron

Les Anglais en connaissent un rayon sur le thé, alors, chez Clipper, nous voulons vous faire découvrir la douceur du thé blanc de Chine associé au zeste de citron pour un tea time délicat & pepsy !

[en savoir plus](#)



infusion bio citron & gingembre

Une infusion d'agrumes rafraîchissante,
délicieuse et épicée avec un
punch chaleureux de gingembre.

[en savoir plus](#)



infusion bio thym & citron

En Angleterre, les hivers sont souvent
longs. Alors chez Clipper, nous
avons associé le thym et le citron
à de douces notes de miel pour
vous offrir un moment de réconfort.

[en savoir plus](#)



infusion bio verveine & agrumes

Un sublime mélange de verveine
citronnée & d'agrumes pour
un moment relaxant et fruité.

[en savoir plus](#)



infusion bio camomille & nêche



infusion bio happy mondays



infusion bio flower power



CLIPPER
NATURAL, FAIR & DELICIOUS

[À propos](#) [Nos boissons](#) [Nos blogs](#) [Nous contacter](#) |



infusion bio divine digestion



infusion bio detox



infusion bio mes
belles gambettes

CLIPPER
NATURAL, FAIR & DELICIOUS

[À propos](#) [Nos boissons](#) [Nos blogs](#) [Nous contacter](#) |



infusion bio sweet vanille



infusion epices and love

Cette infusion à la cannelle et au gingembre vous réchauffera le cœur. Parfaite pour un moment de réconfort bien mérité.

[en savoir plus](#)



infusion bio attrape-rêves

Chez Clipper, nous savons que vous portez beaucoup d'importance à vos moments de détente. Laissez-vous porter par cette infusion qui vous transportera jusque dans les bras de Morphée.

[en savoir plus](#)



infusion bio keep calm

Keep Calm & take it easy ! Laissez-vous envouter par ce mélange réconfortant, alliant la camomille au honeybush et à la cannelle, pour un moment réconfortant garanti !

[en savoir plus](#)



infusion bio sur mon nuage

[I-love/ Les Anglais savent goûter leur thé](#)



infusion bio marchand de sable

nos infusions froides pour une pause fraîcheur



infusion froide bio échinacée & cassis

Une infusion pleine de vitalité ! Ce mélange de cassis et d'échinacée réveillera votre eau et donnera de la couleur à votre journée. Sans sucres ajoutés et 100% naturelle. À infuser dans de l'eau fraîche.

en savoir plus



infusion froide bio citron gingembre & curcuma

Faites le plein d'énergie avec cette infusion aux épices ! Ce mélange de gingembre, citron et curcuma réveillera votre eau. Sans sucres ajoutés et 100% naturelle. À infuser dans de l'eau fraîche.

en savoir plus



infusion froide bio citron & menthe

Réveillez votre eau avec cette infusion so refreshing, qui allie le piquant du citron à la fraîcheur de la menthe. Sans sucres ajoutés et 100% naturelle. À infuser dans de l'eau fraîche.

en savoir plus



le grand Noël

DU 1^{ER} AU 4 DÉCEMBRE
AVEC LE COMPTE M*

-30%

SUR UNE SÉLECTION DE COFFRETS
CADEAUX ET CALENDRIERS DE
L'AVENT DES RAYONS BEAUTÉ

MONOPRIX

© Presse

3,99€

Direction l'Angleterre avec ce calendrier Clipper pour un mois de décembre « so british ».



Entreprises Décideurs Métiers Marchés LSA Commerce connecté LSA Green Événements LSA Plus

Pagès Thé & Infusions, basée au Puy-en-Velay (43), propriété de l'allemand OIG. Cet acteur majeur en MDD propose une quarantaine de références sous sa marque Pagès (+ 8 % en valeur en 2020), essentiellement au rayon bio.

Selon Nielsen, les thés ont généré des ventes de 221 millions d'euros en 2020 (+ 0,6 %), tirés par l'offre bio qui a crû de 35 %, à 57,5 millions d'euros, quand le thé conventionnel est en retrait de 7,7 %, à 163,5 millions d'euros, selon Iri. Lipton (Unilever), qui a fait migrer son offre vers le bio, a crû de 135 % sur le thé bio et s'adjuge 35,7 % de PDM devant Clipper (13,6 %) et Jardin bio (12,6 %). Le segment qui a le plus recruté est le thé vert à + 0,8 % avec une pénétration à 34 %. « Lipton a atteint 15 points de pénétration sur le thé vert (+ 1,5 point) », indique Emmanuelle Revault.

Les infusions dans l'air du temps

🏠 [Accueil](#) / [Loisirs](#) / [Cuisine](#) / [Clipper](#) : À la découverte de thés & tisanes bio aux recettes originales

Clipper : À la découverte de thés & tisanes bio aux recettes originales

👤 [LRedac](#) 🕒 10/08/2020 📁 [Cuisine](#), [Dossiers](#), [Eté / Beauté](#), [Gastronomie](#), [Loisirs](#)
💬 [Laissez un commentaire](#) 👁 1.784 Vues

 Tweet

BIOADDICT
MAGAZINE

MAISON / JARDIN ALIMENTATION MODE / BEAUTÉ LOISIRS ENVIRONNEMENT
RÈGLEMENTATIONS JEUX CONCOURS RECETTES CARTE DE FRANCE DU BIO

FILÈRE BIO MARQUES BIO ALIMENTATION

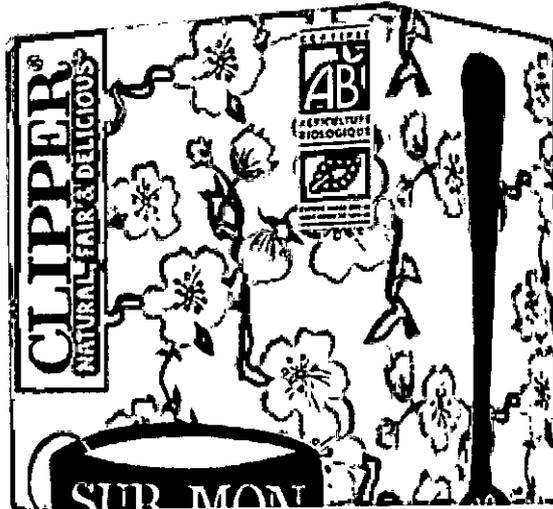
"Amazing" le nouveau thé vert bio Clipper !

Publié Le 6 Juillet 2017 à 14h18

La marque de thés et infusions bio "so british" Clipper lance son nouveau "amazing" thé vert gingembre.

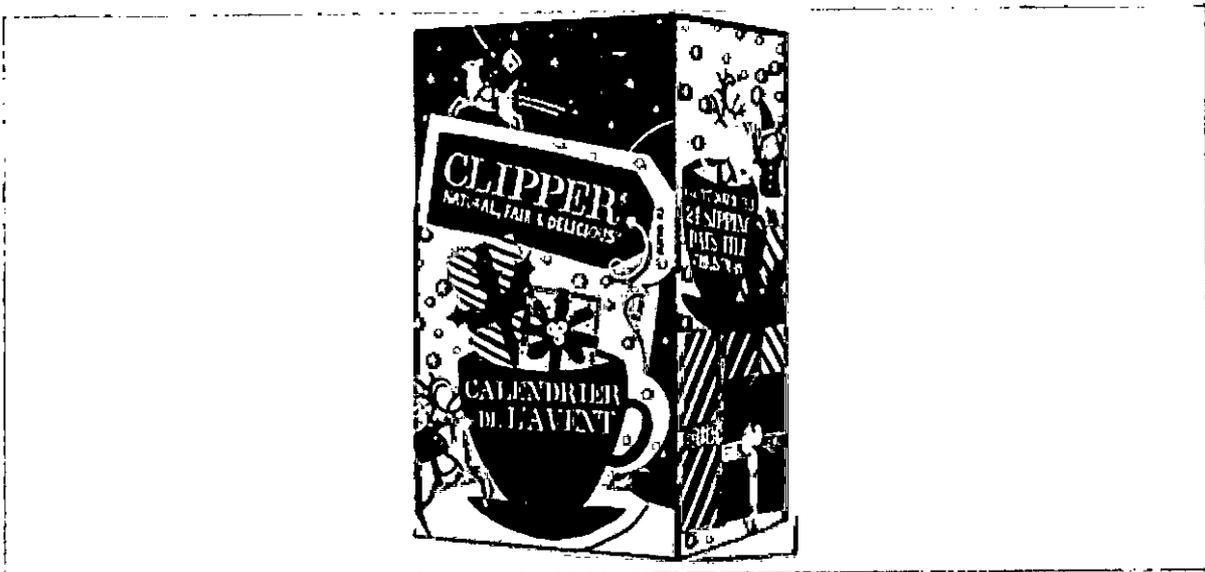


1. La plus relaxante



BIBA MODE BEAUTÉ CULTURE LIFESTYLE LOVE & SEXE INSOLITE BOURSE BLACK FI
NEWSLETTER

18/19 Calendrier de l'Avent Clipper Patientez jusqu'à Noël en dégustant chaque jour un thé ou une infusion parmi les références de Clipper. 3,99 €, disponible dès le mois de novembre chez Auchan, Leclerc, Système U, Cora, Lidl.



• **Du gingembre**

Le + : combattre la nausée. C'est un excellent tonifiant pour les matins un peu difficiles ou contre le mal des transports. Il permet aussi d'améliorer une circulation du sang paresseuse. Sans oublier ses effets bénéfiques sur le système immunitaire, ce qui peut éviter rhumes et maux de gorge.

Là encore, le mieux est de le préparer vous-même : faire bouillir de **fincs tranches de gingembre frais**, passer l'eau et ajouter du miel pour le goût.

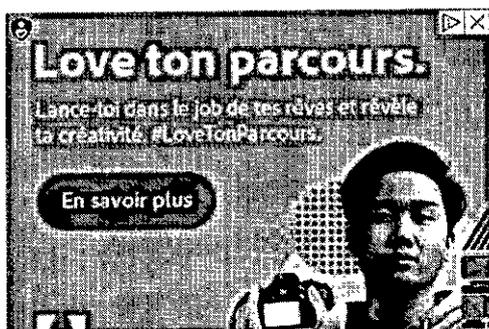
-- **A shopper** --

Infusion Clipper Citron et Gingembre Bio sur Amazon





Parce qu'il n'y a pas de saisons pour boire du thé, la rédaction de meltyFood a testé pour vous les thés CLIPPER. 100% british et 100% naturels, leurs parfums vous donneront envie de conjuguer le tea time à tout moment de la journée, ou de l'année !



Le thé CLIPPER, vous connaissez ? Véritable institution britannique depuis plus de 25 ans, cette marque de thés et d'infusions est connue et reconnue pour n'utiliser que des produits naturels. Nous avons testé pour vous quelques unes de leurs saveurs afin de se



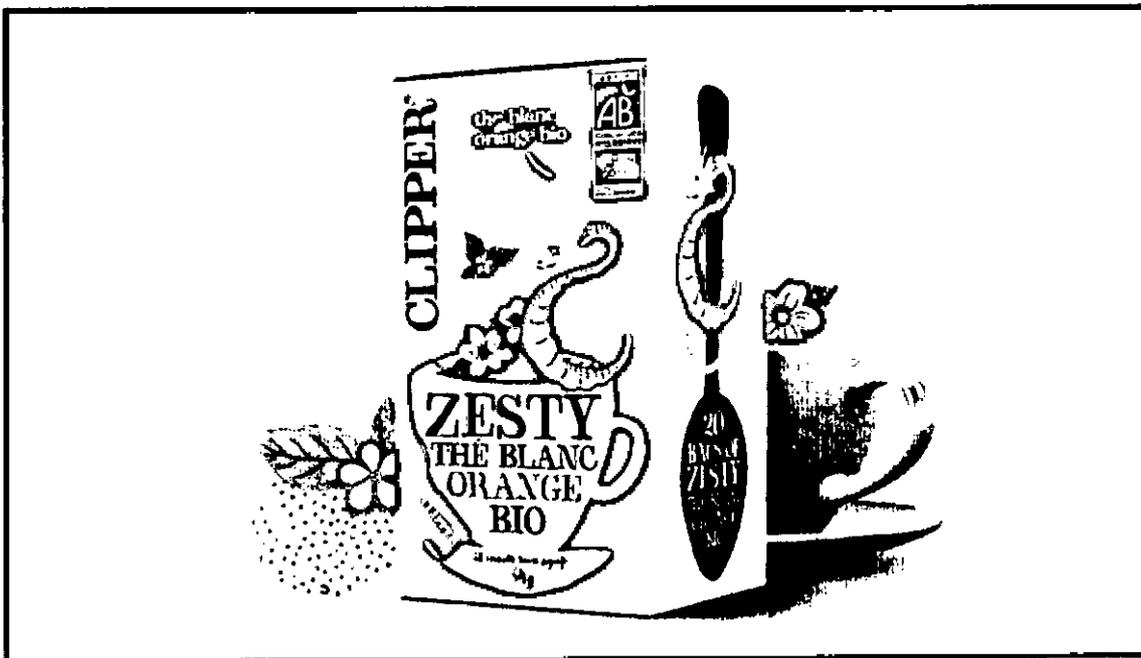
BEAUTÉ > CLEAN BEAUTY

Bien-être : découvrez 6 boissons originales pour changer du thé ou café

Béatrice Thivend | mar. 26 janvier 2021 à 18h32 - Mis à jour le mer. 27 janvier 2021 à 09h21

gala.fr/beaute/clean-beauty/bien-etre-decouvrez-6-boissons-originales-pour-changer-du-the-ou-cafe_462197

1. Le matin : un thé qui donne la pêche !



© Service de presse Clipper

Un thé blanc à l'orange parfait pour partir du bon pied le matin !

Bien nommé *Zesty*, ce mélange est parfait pour se lever du bon pied. Il mixe avec brio la douceur du thé blanc de Chine à de vrais morceaux d'écorce d'orange.





ANNEXE 6



Rechercher sur Facebook



 Clipper Teas 
27 février 2019 · 



Notre Lovely thé blanc Citron bio a été élu deuxième meilleur...

Notre Lovely thé blanc Citron bio a été élu deuxième meilleur produit du mois par les consommateurs Carrefour !

<https://bit.ly/2Eyrf0d>

Premier thé blanc de la gamme Clipper France, avec notre Enchanting Framboise bio, cette nouveauté n'ime avec raffinement et rareté. Vous l'avez déjà goûté ?

Voir moins

 18

 20 commentaires  3,1 K vues

 J'aime  Commenter  Partager



1505946- CLIPPER NATURAL, FAIR & DELICIOUS

Détail / Français

État actuel

- 180 Date prévue de l'expiration de l'enregistrement/du renouvellement
25.11.2029
- 151 Date de l'enregistrement
25.11.2019
- 270 Langue de la demande
Anglais
- 732 Nom et adresse du titulaire de l'enregistrement
Kallo Foods Limited
2 River View,
Meadows Business Park,
Station Approach, Blackwater
Camberley, Surrey GU17 9AB (GB)
- 812 État contractant ou organisation contractante sur le territoire duquel ou de laquelle le titulaire a un établissement industriel ou commercial effectif et sérieux
GB
- 842 Nature juridique du titulaire (personne morale) et État ainsi que, le cas échéant, territoire à l'intérieur de cet État, où la personne morale est constituée
Limited liability company, England & Wales
- 740 Nom et adresse du mandataire
Novagraaf Nederland BV
Hoogoordreef 5
NL-1101 BA Amsterdam (NL)
- 540 Marque
- CLIPPER**
NATURAL, FAIR & DELICIOUS
- 531 Classification internationale des éléments figuratifs des marques (classification de Vienne) - VCL(8)
27.05.01 ; 29.01.12
- 511 Classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques (classification de Nice) - NCL(11-2019)
30 Thé; café; café en grains; succédanés de café; sachets de thé; infusions aux fruits et tisanes; infusions aux fruits et aux plantes; thé vert; thé blanc; thés aromatisés; thé glacé; succédanés de thé; café instantané; café moulu; chocolat et produits à boire à base de cacao; confiseries; produits à base de chocolat; crèmes glacées; pain, biscuits, gâteaux, pâtisseries, cookies; préparations pour la fabrication des produits précités; muesli, sucre, sucre en morceaux et bâtonnets; sauces, épices.
- 821 Demande de base
GB, 05.08.2019, UK00003419050
- 822 Enregistrement de base
GB, 25.10.2019, UK00003419050
- 300 Données relatives à la priorité selon la Convention de Paris et autres données relatives à l'enregistrement de la marque dans le pays d'origine
GB, 05.08.2019, UK00003419050
- 832 Désignation(s) selon le Protocole de Madrid
AU - BX - CA - DK - FI - FR - GR - IS - IT - JP - NO - NZ - SE - US
- 527 Indications relatives aux exigences d'utilisation
NZ - US

Historique des transactions

1505946- CLIPPER NATURAL, FAIR & DELICIOUS

Printed: 2021-11-19 14:29

étendre

FR

Enregistrement : 2019/50 Gaz, 26.12.2019, AU, BX, CA, DK, FI, FR, GR, IS, IT, JP, NO, NZ, SE, US**450 Date et numéro de publication**

2019/50 Gaz, 26.12.2019

832 Désignation(s) selon le Protocole de Madrid

AU - BX - CA - DK - FI - FR - GR - IS - IT - JP - NO - NZ - SE - US

527 Indications relatives aux exigences d'utilisation

NZ - US

581 Date de la notification par le Bureau international aux parties contractantes désignées (date à laquelle le délai de notification de refus commence à courir)

26.12.2019

Le délai de refus est expiré et aucune notification de refus provisoire n'a été inscrite (sous réserve de l'application de la règle 5)

BX

Déclaration d'octroi de la protection en vertu de la règle 18ter.1) : 2020/27 Gaz, 16.07.2020, FR

FR

450 Date et numéro de publication

2020/27 Gaz, 16.07.2020

Date de réception par le Bureau International

29.06.2020



1614293- THE 1872 CLIPPER TEA CO. A HISTORICAL BLEND OF TASTE & TEA

Détail / Français

État actuel

- 180 Date prévue de l'expiration de l'enregistrement/du renouvellement
13.08.2031
- 151 Date de l'enregistrement
13.08.2021
- 270 Langue de la demande
Anglais
- 732 Nom et adresse du titulaire de l'enregistrement
NAVA 1872 PTE. LTD.
14 KUNG CHONG ROAD,
#05-01 LUM CHANG BUILDING
Singapore 159150 (SG)
- 811 État contractant dont le titulaire est ressortissant
SG
- 842 Nature juridique du titulaire (personne morale) et État ainsi que, le cas échéant, territoire à l'intérieur de cet État, où la personne morale est constituée
Private Limited Company, Singapore
- 740 Nom et adresse du mandataire
THAT.LEGAL LLC
GEORGE STREET,
#10-01 ONE GEORGE STREET
Singapore 049145 (SG)
- 540 Marque



- 531 Classification internationale des éléments figuratifs des marques (classification de Vienne) - VCL(8)
03.01.01 ; 18.03.02 ; 18.03.05 ; 24.03.07 ; 27.01.01 ; 29.01.12
- 511 Classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques (classification de Nice) - NCL(11-2021)
- 30 Thé; thé chai; thé glacé; thé noir; thés aux fruits; thé vert; thé blanc; thé au gingembre; thé oolong; thé au ginseng; thé au jasmin; thé rooibos; thés aromatiques; thé emballé; thé au cynorrhodon; thé à la camomille; thé Earl Grey; thé fermentés; thé à la menthe poivrée; tieguanyin (thé); thé sans théine; sachets de thé, remplis; thé vert japonais; feuilles de thé, transformées; fleurs ou feuilles à utiliser en tant que succédanés de thé; tisanes aux plantes, autres qu'à usage médicinal.
- 821 Demande de base

SG, 17.02.2021, 40202103775V

300 Données relatives à la priorité selon la Convention de Paris et autres données relatives à l'enregistrement de la marque dans le pays d'origine

SG, 17.02.2021, 40202103775V

832 Désignation(s) selon le Protocole de Madrid

AU - BX - CA - CH - CN - DE - ES - FR - GB - ID - IE - IN - IT - JP - KR - MY - NZ - PH - PL - SE - TH - TR - US - VN

527 Indications relatives aux exigences d'utilisation

GB - IE - IN - MY - NZ - US

Historique des transactions

étendre

FR

Enregistrement : 2021/36 Gaz, 23.09.2021, AU, BX, CA, CH, CN, DE, ES, FR, GB, ID, IE, IN, IT, JP, KR, MY, NZ, PH, PL, SE, TH, TR, US, VN

450 Date et numéro de publication

2021/36 Gaz, 23.09.2021

832 Désignation(s) selon le Protocole de Madrid

AU - BX - CA - CH - CN - DE - ES - FR - GB - ID - IE - IN - IT - JP - KR - MY - NZ - PH - PL - SE - TH - TR - US - VN

527 Indications relatives aux exigences d'utilisation

GB - IE - IN - MY - NZ - US

581 Date de la notification par le Bureau international aux parties contractantes désignées (date à laquelle le délai de notification de refus commence à courir)

23.09.2021