

# Sony claimt recht op acteur

Sony daagt een acteur voor de rechter die in zijn reclames heeft gespeeld. Hij mag op tv niet gamen op de spelcomputer van de concurrent. Hebben bedrijven recht op de acteurs in hun commercials na ontslag?



Twee 'Amstelvrienden' in een still uit een bierreclame van Bavaria.

## Door BAS KIST

Alsof Albert Heijn zijn eigen 'filiaalmanager' Harry Piekema, de man die al jaren de hoofdpersoon speelt in de tv-commercials van de supermarkt, voor de rechter sleept. Zo voelt het recente optreden van Sony in de Verenigde Staten een beetje.

In september diende het bedrijf bij de rechtbank in Californië een klacht in tegen acteur Jerry Lambert. Lambert was tussen 2009 en 2012 in tv-commercials 'het gezicht' van Playstation, één van Sony's meest succesvolle producten. Onder de naam Kevin Butler speelde Lambert de fictieve vicepresident van Playstation in meer dan dertig verschillende commercials. Zo werd het typetje Kevin Butler in de VS een begrip.

Toen het contract van Lambert met Sony eind 2011 afliep, ging de acteur op zoek naar een nieuwe broodheer. Dat werd bandenfabrikant Bridgestone. Maar toen Bridgestone in één van zijn spotjes de acteur als anonieme Bridgestone-werknemer een spelletje op de Nintendo Wii liet spelen, sloegen bij Sony de stoppen door.

In zijn aanklacht eist Sony dat Lambert stopt met zijn optredens in de commercials van de bandenfabrikant. Het *character* Kevin Butler is een iconische persoonlijkheid geworden die direct geassocieerd wordt met Playstation. Gebruik van het Kevin Butler-personage voor de verkoop van andere producten is een schending van de intellectuele eigendommen van Sony, aldus de elektronica-fabrikant.

Uit de stukken blijkt dat Lambert volgens zijn contract met Sony tot aan augustus 2012 geen concurrerende videoproducten mocht promoten. De Bridgestone-commercial verscheen 3 dagen na afloop van deze termijn voor het eerst op de tv.

Hoewel Bridgestone en Lambert de elektronica-fabrikant natuurlijk wel een beetje op stang hebben gejaagd door Lambert in de bandenreclame op een Nintendo-apparaat te laten spelen, gaat de claim van Sony wel heel ver. Sony stelt dat het, ook na afloop van het contract, nog een soort exclusieve merkrechten bezit op het *character* Kevin Butler en daarmee blijkbaar ook op de persoon van de acteur Jerry Lambert zelf. Lambert bedient zich immers in de Bridgestone-reclame helemaal niet van de

naam of het typetje Kevin Butler. Uit de aanklacht lijkt nu te volgen dat Lambert van Sony überhaupt geen commerciële schnabbels voor anderen meer mag doen.

Op dit moment wisselen de partijen achter de schermen hun argumenten uit. Het is nog niet bekend wanneer de zaak door de rechter behandeld wordt.

De zaak doet denken aan een Nederlands relletje in 2004. Toen verschenen twee van de 'drie vrienden van Amstel', de acteurs die 6 jaar lang de hoofdrol hadden gespeeld in de

## Mascini mocht typetje Melkunie niet spelen voor Beemsterkaas

tv-commercials van Amstelbier, plotseiling in een spotje van concurrent Bavaria. Kon dat dan zomaar? „Ja, want Heineken had zelf het contract met de drie acteurs opgezegd. En dan houdt het op”, laat Hans Sjouke Koopal, woordvoerder van Heineken, weten. „Het schetste ook wel weer de kracht van onze campagne dat Bavaria er mee aan de haal ging.”

Anders liep het in 2007 af met Peer Mascini, vooral bekend van de geestige commercials voor het merk Melkunie, uitgezonden tussen 1992 en 1997, waarin Mascini een koe streng

toespreekt: „Ik had nog zo gezegd: geen bommetje!” Toen Mascini tien jaar later ditzelfde typetje in een reclame voor Beemsterkaas opvoerde, kreeg hij van de rechter te horen dat dat niet kon. Hoewel Mascini op dat moment geen contract meer had, oordeelde de rechter toch dat de commercial verwarrend voor de consument was, vooral nu het om een letterlijke kopie van de populaire Melkuniereclame ging.

Of Jerry Lambert ook over de schreef is gegaan is de vraag. Contractueel schijnt hij een vrij man te zijn en van verwarringsgevaar kan eigenlijk geen sprake zijn. Het gaat hier immers om een reclame voor banden. Dat zou nog wel een zware dobber voor Sony kunnen worden.

Wat zou acteur Harry Piekema, het gezicht van Albert Heijn, eigenlijk voor afspraken hebben? Is hij straks vrij om te gaan en staan waar hij wil, of ligt hij na afloop van de samenwerking nog jaren aan de ketting? Een woordvoerder van Albert Heijn wil er weinig over kwijt: „Wij hebben duidelijke afspraken met Piekema en vinden het niet nodig daarover nu mededelingen te doen. Wij willen het beeld en het mysterie rondom de filiaalmanager zoveel mogelijk beschermen.” Daar komen we niet veel verder mee. Maar het lijkt uitgesloten dat Piekema de eerste jaren na afloop van zijn relatie met Albert Heijn plotseling in een C1000-commercial opduikt.



De 'drie vrienden van Amstel' in een still uit een Amstelbierreclame.