

De kruistochten van een luxemerck

Louis Vuitton heeft de aanval geopend op *The Hangover II*. Een acteur draagt in de film een nep-Vuitton-tas. Warner Bros wordt niet als eerste gevisieerd door het merk.

Door BAS KIST

Het zit Warner Bros, producent van de populaire film *The Hangover*, niet mee. Eerst moet het bedrijf zich verweren tegen een man die de vertoning van de *Hangover II* wil stoppen omdat hij de auteursrechten bezit op de in de film gebruikte tattoo van Mike Tyson. En net als Warner die kwestie heeft weten te schikken, opent Louis Vuitton de aanval. Ruim twee weken geleden diende het Franse modehuis een klacht in tegen de filmproducent bij de rechtbank van New York. De Fransen maken bezwaar tegen het in beeld komen van een Louis Vuitton-tas in *The Hangover II*. „Careful. That is a Louis Vuitton”, zegt acteur Zach Galifianakis (Alan) tijdens een scène op een vliegveld.

Het tonen van die tas op zich zint de Fransen al niet, maar wat echt in het verkeerde keelgat schiet, is dat er voor deze scene een nep-Vuitton-tas werd gebruikt. Volgens het modehuis is dit schadelijk voor het zorgvuldig opgebouwde imago van Vuitton. De zaak wordt binnenkort door een Amerikaanse rechter in behandeling genomen.

Warner Bros is niet het eerste bedrijf dat het aan de stok krijgt met Vuitton. De Fransen staan bekend om hun hardhandige optreden tegen iedereen die maar wijst naar Vuitton-design.

Zo werd in maart 2010 autofabrikant Hyundai voor de rechter gesleept. Het bedrijf had in een commercial tijdens de Amerikaanse Super Bowl gedurende 3 tot 4 seconden een basketbal met Louis Vuitton-motief laten zien. Een uiterst schadelijk

ke merkinbreuk, meende Vuitton. Sinds 2010 is van beide partijen weinig meer gehoord, dus vermoedelijk is de kwestie geschikt.

Ook in Nederland boekte Vuitton succes bij de bescherming van zijn imago. In 2008 kreeg het concern met een dreigbrief de makers van het memory-spel *Fake For Real*, in een doosje in Louis Vuitton-stijl, op de knieën. Een lang en duur juridisch gevecht tegen de Franse reus zat er niet in voor deze kleine Nederlandse uitgever, dus paste hij de verpakking aan.

Het is overigens niet zo dat Louis Vuitton altijd aan het langste eind trekt. Vers in het geheugen ligt de ruzie met kunstenaar Nadia Plesner die in haar schilderij *Darfurnica* een Afrikaans kindje met een Louis Vuitton-tas had afgebeeld. In eerste instantie verbood de rechtbank Den Haag begin 2011 de tentoonstelling van het schilderij. Echter, een paar maanden later kreeg Plesner in hoger beroep alsnog gelijk. Volgens de rechter moest het belang van de vrije meningsuiting van de kunstenaar zwaarder wegen dan het belang van de bescherming van de eigendommen van Louis



Boven: Filmstill uit Hyundai-commercial.

Links: memory-spel *Fake For Real*.

Rechts: hondenspeeltje van Chewy Vuitton.

Onder: naaktalfabet van Vanessa Beecroft.



Vuitton. Ook in de Verenigde Staten leed het Franse modehuis tijdens zijn kruistochten al eens een gevoelige nederlaag. In 2007 lukte het Vuitton niet om het hondenspeelgoed van het merk Chewy Vuitton, een pluche speeltje in Vuitton-design, van de markt te halen. Een leuke parodie, moet kunnen, zo meende de Amerikaanse rechter.

Louis Vuitton in de beklagdenbank

Louis Vuitton is niet altijd eisende partij als het om intellectuele eigendomsrechten gaat. Het bedrijf staat ook wel eens aan de andere kant van het hekje. In 2007 dreigde grafisch vormgever Anton Beeke Louis Vuitton met een juridische procedure. Het luxemerck maakte in een reclamecampagne gebruik van een 'naaktalfabet', letters samengesteld uit blote dames. Het alfabet was door kunstenaar Vanessa Beecroft ontworpen voor Louis Vuitton. Beeke had echter in 1969 al een nagenoeg identiek 'naaktalfabet' gemaakt. Uiteindelijk trok Vuitton zijn campagne in en bood het Beeke excuses aan. Of er ook betaald is, is niet bekend.