Revue de presse - 14 juillet 2023

Extrait de Interview de Marie-Gabrielle Plasseraud, *« Entre Adidas et Thom Browne, un procès de bandes rivales », Le Monde,* 14 juillet 2023

Édition papier p. 63
https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2023/07/14/entre-adidas-et-thom-browne-un-proces-de-bandes-rivales_6181909_4497319.html

LA MODE À LA BARRE

Bandes RIVALES.

LES TRIBUNAUX DOIVENT PARFOIS SE PRONONCER SUR DES LITIGES EN MATIÈRE DE CRÉATION. "M" REVIENT SUR L'AFFAIRE ENTRE LE GÉANT ADIDAS ET LE DESIGNER THOM BROWNE. OBJET DU CONTENTIEUX : L'UTILISATION DU MOTIF À BANDES.

Texte Valentin PÉREZ — Collage Virginia ECHEVERRIA WHIPPLE

Droits : *Le Monde*

Marie-Gabrielle Plasseraud Avocats
- mg-plasseraud@mg-plasseraud.com
- mg-plasseraud.com
- +33 1 84 80 53 63

CHEMISE BLANCHE, cardigan, blazer-bermuda, cravate et chaussettes hautes : ils semblent descendre du podium. Thom Browne et plusieurs membres de son équipe arrivent, tirés à quatre épingles, dans cet uniforme que le designer américain de 57 ans a imposé depuis le lancement de sa marque, en 2003. Tous en gris, évidemment, sa couleur préférée. *« James, mon père, un avocat, ne portait que du gris »*, nous confiait-il en 2020. Ce 3 janvier 2023, le créateur et son aréopage ne se rendent pourtant pas à un défilé, mais dans l'enceinte d'un tribunal new-yorkais. Adidas poursuit la griffe pour l'utilisation d'un motif à quatre bandes sur des vêtements. Montant des réclamations : 8 millions de dollars (7,4 millions d'euros). *« Ce type d'affaire, aux États-Unis, se résout souvent par un accord financier préalable. Mais, là, Adidas a trouvé face à lui une marque de mode qui a les moyens de s'acquitter du coût très important que représente un tel procès »*, souligne Marie-Gabrielle Plasseraud, avocate en propriété intellectuelle et professeure de droit de la culture à Sciences Po Paris. Même si les deux adversaires ne jouent pas dans la même catégorie : quand, en 2021, la marque américaine (détenue par le groupe Zegna, coté à Wall Street) réalisait 285 millions de dollars (263 millions d'euros environ) de chiffre d'affaires, l'équipementier allemand tutoyait les 23 milliards de dollars (21 milliards d'euros)...

L'affaire débute en juillet 2018, lorsque Thom Browne annonce avoir conclu un partenariat avec le FC Barcelone : les footballeurs du club seront désormais tout de « TB » vêtus en dehors des matchs. Les équipes juridiques d'Adidas s'étouffent en découvrant certaines photos des sportifs – dont leur ambassadeur Lionel Messi – portant des chaussettes ou des vestes Thom Browne marquées de quatre bandes à l'horizontale. De quel droit se permet-on d'utiliser dans un contexte sportif un tel motif, quand eux ont fait des trois bandes une signature reconnaissable depuis si longtemps ? Dans *Playing the Game : The History of Adidas* (Prestel, 2018, non traduit), un livre-somme autorisé sur l'histoire de l'équipementier, on apprend qu'Adidas avait façonné son slogan publicitaire de *« marque aux trois bandes »* dès 1950. Après une tentative de conciliation qui s'est soldée par un échec, Adidas attaque finalement Thom Browne, le 21 juin 2021, lui reprochant d'*« imiter sa marque aux trois bandes d'une manière susceptible de créer de la confusion pour le consommateur »*. Pour le géant du sportswear, *« ce genre de procédure visant à défendre la distinctivité de leurs bandes est fréquente »*, rappelle Marie-Gabrielle Plasseraud. Ces dernières années, Adidas a ainsi visé Marc Jacobs, Sandro, Juicy Couture ou Tesla. Rien qu'aux États-Unis, entre 1995 et 2008, elle a *« lancé plus de 325 affaires d'infraction, plus de 35 procès dédiés et obtenu plus de 45 accords de règlement »*, calculait en 2008 un juge de l'Oregon dans le compte rendu d'une affaire similaire.

Au procès contre Thom Browne, Charles Henn, l'avocat du cabinet Kilpatrick Townsend désigné par Adidas, commence par faire valoir les efforts colossaux que l'équipementier déploie pour son motif fétiche, citant le chiffre de *« 300 millions de dollars annuels »* de marketing promotionnel. Retour de l'investissement ? Quelque 3,1 milliards de ventes de produits où les trois bandes apparaissent. *« Pour Adidas, les trois bandes sont une icône : comme la pomme d'Apple ou le coquillage de Shell, il n'est nul besoin d'écrire la marque en toutes lettres à côté pour que le consommateur les reconnaisse. Or, posséder une icône, pour une multinationale, ça n'a pas de prix : c'est parler l'espéranto graphique, accéder au statut d'objet culte universel »*, analyse Yorgo Tloupas, graphiste et designer de logos. Au tribunal, Robert Maldonado, l'affable avocat du cabinet Wolf Greenfield, qui défend Thom Browne, feint de s'étonner qu'Adidas grogne aujourd'hui contre son client, en déballant les coulisses. Il raconte comment, dès 2007, le PDG du mastodonte allemand avait pris langue avec son client pour le dissuader d'utiliser trois bandes horizontales. L'Américain était alors docilement passé de trois à quatre, à partir de la collection printemps-été 2010. Pourquoi alors dégainer maintenant l'arsenal judiciaire ? Charles Henn rétorque que cet argument ne tient plus : c'est Thom Browne et son écurie qui, au fil des ans, sont venus grignoter le gâteau sportif. Trois ou quatre bandes importent peu désormais... Car comment ne pas risquer la *« confusion »* dans l'esprit du public lorsque la marque de mode associe directement son image aux joueurs du FC Barcelone ou, outre-Atlantique, aux Cleveland Cavaliers de la NBA ?

Charles Henn distribue ensuite au jury un sondage, réalisé par un institut privé sur un échantillon de consommateurs américains, qui va dans son sens. Puis liste les produits sportswear siglés Thom Browne disponibles à la vente : vestes, tee-shirts, collants, baskets, disséminés dans des capsules dédiées au tennis, à la natation ou au patinage... L'avocat Robert Maldonado, lui, n'a pas de sondage mais des portants, avec quatorze cintres, sur lesquels il a fait installer des vêtements des deux parties. *« Je pensais que c'était important que le jury puisse aussi voir le prêt-à-porter en question et juger sur pièce »*, explique le défenseur du designer. On compare ainsi un jogging Adidas et un jogging Thom Browne, quinze fois plus cher, et c'est parfois le créateur en personne qui précise les tarifs à voix haute – *« 1000 dollars »*, *« 2400 dollars »*... – face à des jurés interloqués. *« On pouvait clairement voir, dans son travail, la qualité, le raffinement, l'effort sur les coupes tailleur*, assure Robert Maldonado. *Un luxe de haut niveau face au sportswear de masse que propose Adidas. »*

Après une semaine de procès, le 12 janvier 2023, Thom Browne remporte la partie. L'avocat Jeff Trexler, directeur adjoint du Fashion Law Institute (qui propose notamment des formations en droit de la mode) de l'université de Fordham, y voit le signe que, dans cette affaire façon David contre Goliath, le designer a su offrir un profil aimable face à une multinationale sans visage. Mais, déplore-t-il, c'est l'utilisation d'un système de défense *« populiste »* qui a payé. Robert Maldonado réfute d'avoir pratiqué ce genre de méthode, tout en concédant avoir eu *« l'impression qu'on avait raconté une bonne histoire »*. Adidas, de son côté, garde sienne son analyse du verdict : sollicitée, la marque, qui a formulé une demande d'appel, n'a pas souhaité commenter.

Le 3 juillet, Robert Maldonado se trouvait à l'Opéra Garnier pour assister au défilé célébrant les 20 ans de la marque Thom Browne durant la semaine de la haute couture parisienne. Alors qu'étaient applaudis vestes en tweed traversées de fils de Lurex, chaussures plates-formes à grelots, manteaux bombés et visages blancs de Pierrot, il a vu s'avancer, pour son salut final, sa star de client, chemise, cravate, bermuda, chaussettes remontées sur les mollets. Avec, clou du spectacle, sur celle de gauche, bien en évidence, le signe de la victoire : les quatre bandes, remportées de haute lutte. Ⓜ

Collage Virginia Echeverría Whipple pour M Le magazine du Monde. D'après photos : Garen Meguerian/Getty, Mint Images/Getty, François Guillot/AFP, Osakawayne Studios/Getty, Jeremy Moeller/Getty

Droits : *Le Monde*

Marie-Gabrielle Plasseraud Avocats
- mg-plasseraud@mg-plasseraud.com
- mg-plasseraud.com
- +33 1 84 80 53 63