

BESLUT

2017-04-03

Dnr: 16/01857

SAKEN

Nordea Masters, SVT1, 2016-06-02, kl. 11.00–13.00, en golfturnering; fråga om elektroniska företagsskyltar och otillbörligt gynnande

BESLUT

Sändningen fälls. Granskningsnämnden anser att den innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

AVGIFT

Nämnden beslutar att ansöka hos förvaltningsrätten om att Sveriges Television AB ska betala en särskild avgift.

SÄNDNINGEN

Nordea Masters var en direktsänd deltävling i den europeiska proffstouren i golf som ägde rum i Sverige. Tävlingen bestod av fem sändningsdagar som sändes utspjutt under cirka 23 timmar mellan den 1 juni och den 5 juni 2016 i Sveriges Television AB (SVT).

Granskningsnämnden har valt att granska två timmar av SVT:s sändning från den 2 juni 2016.

Sändningen inleddes med sponsringsmeddelanden från företagen Nordea, Ricoh, Carpe Diem Beds of Sweden, Dormy och Uniflex bemanning.

Sändningen innehöll flera olika elektroniska skyltar med information om bland annat väderförhållanden, golfspelarnas namn och spelarnas resultat. I skyltarna visades samtidigt logotypen för tävlingen *Nordea Masters*. Tävlingens logotyp visades i hörnet på de elektroniska skyltarna och beroende på vilken informationsskylt som presenterades var logotyperna i olika storlekar.

Under sändningen visades även vid tre tillfällen en elektronisk skylt som innehöll

resultattabellen efter första spelomgången. Denna skylt täckte nästan hela bilden. I det högra hörnet av den elektroniska skylten visades Nordea Masters logotyp. Texten Bro Hof Slott GC, Stockholm, Sweden och www.europeantour.com visades nederst i bild. Skyltarna visades i bild mellan 45 sekunder till 1 minut och 4 sekunder per tillfälle.

I samband med att en animation visade en golfbana med uppgifter om var golfspelarnas bollar befann sig på banan visades också en elektronisk skylt med texten Emirates och företagets logotyp. Sekvenserna varade 10 respektive 11 sekunder.

I samband med att en elektronisk skylt visade rankingen för spelare i Ryder Cup visades också en elektronisk skylt i högra hörnet med texten Rolex och klockvarumärkets logotyp på. Den elektroniska skylten visades i bild i 44 sekunder.

I samband med att en animation visade golfbollens bollbana visades också en elektronisk skylt i högra hörnet med texten Rolex och klockvarumärkets logotyp på. Den elektroniska skylten visades i bild i 4 sekunder.

ANMÄLAN

Anmälaren anser sammanfattningsvis att golfturneringen utgjorde ett otillbörligt gynnande av banken Nordea genom den tydliga varumärkesexponeringen på och runt golfbanan i sändningen. Anmälaren anser därtill att reklam kontinuerligt visades på elektroniska resultatskyltar under sändningen.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

SVT anför följande.

Golftävlingen Nordea Masters sändes av SVT men tävlingen producerades av Europatourens produktionsbolag. SVT styrde inte över tävlingsproduktionen utan erhöll som rättighetsinnehavare endast den internationella produktions-signal som sändes ut över hela världen, en tv-signal som såg likadan ut i samtliga länder. SVT styrde endast över den egna studioproduktionen som skedde i anslutning till tävlingsområdet.

Sedan en sändning från Nordea Masters fälldes i granskningsnämnden år 2013 har SVT Sport haft omfattande kontakter med arrangören och genom avtalsskrivningar försökt säkerställa att inget otillbörligt gynnande av kommersiella intressen ska förekomma i sändningen. Så sent som efter tävlingen år 2015 framförde SVT i mejl till arrangören vikten av att reglerna som SVT har att följa vad gäller elektroniska företagsskyltar efterlevs. I mejlet bifogades aktuell avtalspunkt, som finns i SVT:s avtal med arrangören och som slog fast reglerna för logotyper i grafiken.

Inför 2016 års sändning från Nordea Masters bad SVT:s projektledare också att få se all grafik på förhand för att säkerställa att grafiken var producerad för att fungera inom ramen för radio- och tv-lagen. Samtliga sex skyltar som SVT fick se på förhand var anpassade för att fungera för sändning i Sverige. När tävlingen startade första dagen kunde dock SVT se att produktionsbolaget lagt till ytterligare grafik i sändningen, grafik som SVT inte fått se på förhand. Under den två timmar långa sändningen handlade det om tre olika typer av grafiska inslag som SVT inte fått se i förväg och därmed inte hade vetskap om när sändningen från Nordea Masters inleddes.

Vid tre tillfällen visades en bild på golfslag där grafik synliggjorde bollens färd och där Rolex logotyp syntes samtidigt i cirka fem sekunder. Det visades vid ett tillfälle en skylt med texten "Ryder Cup ranking" där Rolex logotyp syntes i bild i 44 sekunder. Vidare visades vid nio tillfällen grafiska översiktsbilder på golfhål där spelarnas placering pekades ut och där en skylt med Emirates logotyp syntes i cirka fem sekunder vid varje tillfälle. Rolex var en sponsor för den grafiska lösningen vid golfslagen och Emirates var en sponsor för den virtuella grafiken som visar spelarnas positioner. Den information som SVT erhållit från European Tour Productions, som producerar den internationella tv-signalen, är att sponsorskapet innebär att företagen finansierar de tekniska lösningar som möjliggör grafiken, det vill säga de grafiska lösningar som gör att publiken lättare kan följa bollens bana samt spelarnas positioner.

När SVT i sändning upptäckte grafiken som synliggjorde bollens färd, och där Rolex logotyp syntes samtidigt, tog redaktionen skyndsamt kontakt med produktionsbolaget, både muntligt och skriftligt, för att produktionsbolaget skulle ta bort Rolex logotyp. Efter några timmars förhandlande meddelade produktionsbolaget att Rolex logotyp skulle plockas bort ur sändningarna kommande dagar.

SVT vill betona att exponeringen skedde i begränsad omfattning i den aktuella tvåtimmars-sändningen. Logotypen för Rolex visades i sammanlagt 44 sekunder under den första timmen och 14 sekunder under den andra timmen. Logotypen för Emirates visades sammanlagt i 20 sekunder under den första timmen och 25 sekunder under den andra timmen. Logotyperna var små och inte i fokus. SVT fick inte någon ersättning för att skyltarna visades. Sett ur frågeställningen om otillbörligt gynnande är det ändå av stor vikt att påpeka att de grafiska skyltarna, där logotyperna fanns med, hade ett betydande informations- och underhållningsintresse. Rolex exponerades i samband med grafik som dels synliggjorde bollens färd ur en speciell vinkel, dels i samband med en skylt som visade "Ryder Cup ranking". Ryder Cup är den mest prestigefyllda lagtävlingen i golf och spelas mellan USA och Europa vartannat år. Att följa rankingen för att se vilka spelare som var aktuella för spel i Ryder Cup hade ett stort informations- och underhållningsvärde och den grafiken utgjorde en del av den

internationella signalen där också Rolex logotyp exponerades. Samma sak gällde med grafiken som visade bollens färd, också det en grafik med stort informations- och underhållningsintresse.

Emirates logotyp exponerades i samband med grafiska översiktsbilder på golfhål där spelarnas placering pekades ut. Även den grafiken hade ett stort informations- och underhållningsintresse och fanns bara tillgänglig i den internationella signalen tillsammans med Emirates logotyp. All denna grafiska information hade tv-publiken inte kunnat ta del av om inte de två, små logotyperna också visades. SVT vill också lägga till att det inte fanns några köppmaningar och inga andra positiva omdömen kopplade till varumärkena.

När det gäller exponeringen av skylten Nordea Masters i samband med olika typer av resultatskyltar så är förklaringen att Nordea är titelsponsor av tävlingen och Nordea Masters är alltså namnet på tävlingen. Logotypen som exponerades är tävlingens särskilda logotyp, det vill säga inte banken Nordeas logotyp. SVT anser att det gynnande som kan uppstå i det fallet uppvägs av informations- och underhållningsintresset.

Vid de tillfällen när aktuell ställning i tävlingen redovisades skedde detta genom en skylt där även texten "Bro Hof Slott GC, Stockholm, Sweden" fanns med längst ned i bild. Detta var namnet på golfbanan där tävlingen utspelade sig och därför en relevant information. Det gynnande som kan ha uppkommit anser SVT därför uppvägs av informations- och underhållningsintresset. På dessa skyltar visades också webbadressen www.europeantour.com. Eftersom sändningen kom från en tävling inom Europatouren anser SVT att det gynnande som eventuellt uppkom uppvägs av ett informations- och underhållningsintresse. Vid ett tillfälle visades också bilder från en tidigare tävling från den så kallade Challenge Touren. I samband med att resultatskylten från den tävlingen visades fanns namnet på den tjeckiska golfbanan med på skylten enligt samma upplägg som i den svenska tävlingen. Av samma skäl som ovan anser SVT att det eventuella gynnande som kan ha uppkommit uppvägs av ett informations- och underhållningsintresse.

Sammanfattningsvis medger SVT att exponeringen av Rolex och Emirates var beklaglig. Samtidigt hade SVT vidtagit flera åtgärder för att, så långt det var möjligt, säkerställa att grafiken låg inom ramen för de regler som gäller. Dels genom att i avtal med arrangören formulera vilka villkor som måste uppfyllas, dels genom att begära aktuell grafik i förväg för påseende. Dessutom agerade redaktionen direkt då exponering upptäcktes för att, också under tävlingens gång, vidta åtgärder för att lösa problemet.

SVT vill avslutningsvis göra nämnden uppmärksam på de omständigheter som råder kring internationella produktioner där SVT:s möjligheter är små att påverka utformningen. I det här aktuella fallet anser SVT att redaktionen gjort vad som var möjligt för att gällande regelverk skulle följas. Om detta inte beaktas

i ett beslut riskerar konsekvensen bli att SVT tvingas avstå från att på samma villkor som andra europeiska konkurrenter erbjuda en svensk publik att i direktsändning följa stora internationella tävlingar, med ett betydande informations- och underhållningsintresse.

AKTUELLA BESTÄMMELSER

Elektroniska företagsskyltar får endast förekomma i sport- och tävlingsprogram i tv-sändningar och beställ-tv. Skyltarna får visa namnet på eller logotypen för det eller de företag som tillhandahållit utrustning eller tjänster som varit nödvändiga för att producera information om resultat, matchställning eller dylikt.

Företagsnamnet eller logotypen ska visas i samband med tillhandahållandet av informationen och i rimlig omfattning. Företagsnamnet eller logotypen får inte förenas med ljud och bara ta upp en liten del av bilden (8 kap. 12 § radio- och tv-lagen).

Med elektroniska företagsskyltar avses sådana skyltar som förekommer i framför allt sportsändningar och som tillsammans med tid-, placerings- och resultatinformation anger namnet på det eller de företag som tillhandahållit tidmättnings- eller datautrustning som använts vid sportevenemanget. Skyltarna förekommer inte naturligt, utan infogas i bilden av produktionsföretaget i samband med sändningen.

Programföretaget eller leverantören av beställ-tv får inte ha fått någon ersättning för visningen.

Ett program som inte är reklam får inte på ett otillbörligt sätt gynna kommersiella intressen. Det får inte uppmuntra till inköp eller hyra av varor eller tjänster eller innehålla andra säljfrämjande inslag, eller framhäva en vara eller tjänst på ett otillbörligt sätt (5 kap. 5 § radio- och tv-lagen). Ett gynnande kan accepteras om det är motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse. Ju mindre sådant intresse som finns, desto mindre är också den grad av fokusering på ett varumärke eller ett företagsnamn som kan tillåtas. Omvänt gäller att en högre grad av fokusering – och därmed gynnande – kan tillåtas om informations-/underhållningsintresset är betydande.

Vid överträdelser av bestämmelser om annonser, sponsring, produktplacering och otillbörligt gynnande av kommersiella intressen kan granskningsnämnden ansöka hos förvaltningsrätten om att programföretaget ska betala en särskild avgift (17 kap. 5 § och 19 kap. 4 § radio- och tv-lagen).

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Av SVT:s yttranden framgår att Rolex var en sponsor av den grafiska lösning som synliggjorde bollens färd. Rolex var enligt uppgift från SVT även sponsor av skylten med texten ”Ryder Cup ranking”. Vidare framgår av SVT:s yttranden att Emirates var en sponsor av den virtuella grafiken med översiktsbilder på golfbåll där spelarnas placering eller position pekades ut. Enligt den information som SVT erhållit från European Tour Productions, som producerar den internationella tv-signalen, innebär sponsorskapet att företagen finansierade de tekniska lösningar som möjliggjorde grafiken. SVT har dock inte gjort gällande att Rolex och Emirates i enlighet med 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen ska ha tillhandahållit nödvändig utrustning eller tjänster som är nödvändiga för att producera information om resultat, matchställning eller dylikt. Granskningsnämnden bedömer därför att det, vad gäller de ovannämnda skyltarna, inte är fråga om sådana elektroniska företagsskyltar som avses i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen.

Mot bakgrund av att det inte står klart i ärendet om det är fråga om sponsring av avgränsade delar av programmet, i enlighet med bestämmelserna om sponsring i radio- och tv-lagen, anser nämnden att förekomsten av logotyperna i de aktuella skyltarna ska bedömas utifrån bestämmelsen om otillbörligt gynnande i 5 kap. 5 § radio- och tv-lagen. Enligt nämnden innebär förekomsten av företagslogotyperna i de ovan nämnda skyltarna ett gynnande av de aktuella företagen. Förekomsten av logotyperna får enligt nämndens mening anses vara säljfrämjande och kan inte, oavsett det som framgår av SVT:s yttrande, anses vara motiverad av något informations- eller underhållningsintresse. Sändningen strider därför i detta avseende mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Vad anmälaren har anfört i övrigt vad avser varumärkesexponering medför inte att sändningen strider mot bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt gynnande.

SÄRSKILD AVGIFT

Nämnden beslutar att ansöka hos förvaltningsrätten om att SVT ska påföras en särskild avgift för överträdelsen av bestämmelsen i 5 kap. 5 § radio- och tv-lagen. Nämnden anser att överträdelsen motiverar en avgift om 50 000 kronor.

Detta beslut har fattats av Kristina Ståhl, Jan Holmberg, Clas Barkman och Berivan Yildiz efter föredragning av Johannes Wik.

På granskningsnämndens vägnar

Kristina Ståhl

Johannes Wik

Originalhandlingen med namnunderskrifter förvaras hos myndigheten.