



BESLUT

2013-11-25

Dnr: 13/01842

SAKEN

Nordea Masters, SVT1, 2013-05-30, en golfturnering; fråga om elektroniska företagsskyltar och otillbörligt gynnande

BESLUT

Sändningarna fälls. Granskningsnämnden anser att de innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

SÄNDNINGEN

Nordea Masters var en direktsänd deltävling i den europeiska proffstouren i golf och ägde rum i Sverige. Tävlingen bestod av fyra tävlingsdagar och sändes utspjutt på cirka 19 timmar mellan den 29 maj till den 2 juni 2013, inkluderat sammandrag, i Sveriges Television (SVT).

Granskningsnämnden har valt att granska SVT:s sändningar från den 30 maj 2013 som sammanlagt var fem timmar långa.

Sändningarna innehöll flera olika elektroniska skyltar med information om bland annat väderförhållanden, golfspelarnas namn och spelarnas resultat. I skyltarna visades samtidigt banken Nordeas varumärkeslogotyp upp. Bankens logotyp visades i hörnet på den elektroniska skylten och beroende på vilken informationsskylt som presenterades var de i olika storlekar. Under de fem timmar långa sändningarna exponerades bankens logotyp på bild i sammanlagt cirka 30 minuter och 30 sekunder.

I inledningen av den första sändningen och sammandraget visades en elektronisk skylt som täckte nästan hela bilden med texten "DAY 1, Nordea Masters, Bro Hof Slott CC, Stockholm, Sweden. I vänstra hörnet visades även texten Nordea Masters och en logotyp.

Under sändningarna visades även vid två tillfällen en elektronisk skylt med texten *europatour.com*. Den första sekvensen varade i 39 sekunder och var en rörlig bild som illustrerade europatourens webbplats och täckte hela bilden. Den andra sekvensen varade i sammanlagt tio sekunder och visade först texten *europatour.com* på en liten skylt i nedre delen av bilden och därefter också logotyper för två olika sociala medier.

I samband med att en elektronisk skylt visade statistik om enskilda spelares resultat visades också en elektronisk skylt med texten *Genworth Statistics* och logotyp. Skylten visades vid 18 tillfällen mellan fyra till tio sekunder vardera.

ANMÄLAN

Anmälaren anser att golfturneringen utgjorde ett otillbörligt gynnande av banken *Nordea*, som även anordnade turneringen, genom den tydliga varumärkes-exponeringen i sändningen.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

SVT anser att sändningarna överensstämmer med bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar och att de inte utgjorde något otillbörligt kommersiellt gynnande och anför följande.

SVT hade såsom är brukligt förvärvat sändningsrättigheterna från tävlingsarrangören för *Nordea Masters*. I avtalet ingick att SVT tog del av den internationella live-signal som levererades till samtliga sändande bolag av produktionsbolaget *European Golf Production (EGP)*. SVT hade alltså inget inflytande över innehållet i signalen som levererades från själva evenemanget, inklusive de pålagda skyltarna med resultatredovisning, statistik för enskilda spelare och de för golfsporten viktiga väderförhållandena. EGP producerar golftävlingar på samma sätt från olika deltävlingar inom *Europatouren*.

SVT fick inte någon ersättning för att skyltarna visades. Produktionsbolaget EGP har gjort produktioner på exakt samma sätt under 50 veckor om året från olika deltävlingar inom *Europatouren*. Den logotyp som visas i resultatgrafiken är enligt en uppgift som inhämtats inför detta yttrande alltid logotypen för den aktuella tävlingen, som i detta fall alltså hette *Nordea Masters* och hade *Nordeas* varumärke i tävlingslogotypen. *Genworth Statistics* är det företag som har tillhandahållit de statistikuppgifter som redovisades i sändningarna.

Om exponeringen av företagsskyltar i den aktuella sändningen strider mot den svenska radio- och tv-lagen skulle konsekvensen bli att tv-bolag som lyder under svensk lagstiftning (som SVT och TV4) har helt andra och strängare villkor än övriga tv-bolag i Europa. För att undvika att bryta mot svensk lag skulle då SVT tvingas avstå från att på samma villkor som europeiska konkurrenter erbjuda

publiken att följa tävlingarna i direktsändning. En orimlig konkurrenssituation skulle i så fall kunna uppstå. Detta är något som granskningsnämnden har att förhålla sig till i sin utformning av praxis på området. SVT vill i sammanhanget erinra om att nämnden i sin praxis kring otillbörligt gynnande avseende spelarintervjuer i direkt anslutning till matcher tagit hänsyn till att SVT inte har några reella möjligheter att påverka inspelningsmiljön. Nämnden har bedömt att informations- och underhållningsintresset motiverade den omfattande exponering av varumärken som syns på inspelningsplatsen. På motsvarande sätt bör hänsyn tas till att SVT inte har haft någon möjlighet att påverka exponeringen av företagsskyltar i de aktuella live-sändningarna.

När det gäller sekvensen där webbplatsen www.europeantour.com visades var denna exponering alltså heller inget som SVT rådde över. När bildsekvensen visades sade SVT:s kommentator följande.

Lite reklam här för Europatourens hemsida, där såg ni också det som heter Race to Dubai, som ju är penningrankingen för Europatouren. Det är ju så i golf att man rankar efter pengar, delvis inspelade pengar. Stora tävlingar ger mer och lite mindre tävlingar ger mindre pengar och sen så småningom så kommer de bästa att få göra upp om de riktigt stora prischeckarna nere i Arabvärlden i slutet av säsongen och den som leder just nu när säsongen fortfarande är ganska ung det är ju Matteo Manassero.

Eftersom sändningen kom från en tävling inom Europatouren anser SVT att det gynnande av webbplatsen som eventuellt uppkom uppvägdes av ett betydande informationsintresse, vilket förstärktes genom att SVT:s kommentator satte in innehållet på webbplatsen i ett sammanhang.

Den andra skylt som SVT ombetts att yttra sig över utgjorde en information om var man kunde läsa mer om den aktuella tävlingen och övriga tävlingar inom europatouren på webben och i sociala medier. Mot bakgrund härav samt det förhållandet att exponeringen, som SVT inte rådde över, var kortvarig och logotyperna var små, anser SVT att den exponering som skedde inte utgjorde ett otillbörligt gynnande.

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. Programföretaget eller leverantören av beställ-tv får inte ha fått någon ersättning för visningen (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 det företag som tillhandahållit tidmätning- eller datautrustning som använts vid sportevenemanget. Skyltarna förekommer inte naturligt, utan infogas i bilden av produktionsföretaget i samband med sändningen (prop. 2009/10:115 s. 189).

Det måste vara det eller de företag vars namn visas i bild som också har tillhandahållit den utrustning eller de tjänster som används vid t.ex. tidtagning eller resultatsammanställning. Att infoga ett namn på ett annat företag som kanske visserligen sponsrat tävlingen som sådan men utan att tillhandahålla sådan teknisk utrustning eller tjänst som avses är således inte tillåtet (prop. 2009/10:115 s. 298).

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

Elektroniska företagsskyltar

Skylten Genworth Statistics

Granskningsnämnden anser att den elektroniska skylten Genworth Statistics är en sådan elektronisk företagsskylt som avses i 8 kap. 12 § eftersom företaget tillhandahållit de statistikuppgifter som redovisades i sändningarna. Även övriga kriterier i 8 kap. 12 § bedömer nämnden vara uppfyllda, nämligen att företagsnamnet eller logotypen visades i samband med leveransen av den information som företaget tillhandahållit, att visningen inte förenats med ljud och bara tog upp en liten del av bilden och att den visats i rimlig omfattning. Programföretaget har inte heller fått någon ersättning för visningen. Visningen av skylten för Genworth Statistics strider därför inte mot bestämmelsen i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen.

Otillbörligt gynnande

Granskningsnämnden bedömer att skylten med Nordeas logotyp inte är en sådan skylt som är avses i 8 kap. 12 § eftersom Nordea inte är ett sådant företag som tillhandahållit nödvändig utrustning eller tjänster som är nödvändiga för att producera information om resultat, matchställning eller dylikt.

Nordea var sponsor för den aktuella tävlingen och tävlingen hette Nordea Masters. SVT har anfört att Nordea-logotypen som visades var logotypen för den aktuella tävlingen. Nämnden konstaterar att den särskilda logotypen för Nordea Masters endast visades vid något tillfälle och att den skylt som visades frekvent endast hade bankens logotyp och texten Nordea. Skylten visades dessutom under cirka tio procent av sändningstiden. Granskningsnämnden anser att den omfattande exponeringen av skylten innebar ett gynnande av Nordea som inte kan motiveras av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse och att sändningen därför strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande i 5 kap. 5 § radio- och tv-lagen. Vad SVT har anfört om att bolaget inte kan påverka innehållet i sändningen föranleder ingen annan bedömning.

Europeantour.com

Granskningsnämnden anser att ett visst gynnande uppstod genom att visa texten europeantour.com och illustrationer av deras webbplats. Nämnden anser dock att det motiverades med att det var tävlingens officiella webbplats. Det gynnande som uppkom uppvägdes därmed av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Enligt nämnden var logotyperna för de två sociala medierna som visades små och kortvariga. De framställdes därför inte på ett otillbörligt sätt. Sändningarna strider därmed inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

SÄRSKILD AVGIFT

Nämnden anser att det denna gång inte finns skäl att ansöka hos förvaltningsrätten om att SVT ska påföras en avgift för överträdelsen av bestämmelsen i 5 kap. 5 § radio- och tv-lagen.

Detta beslut har fattats av Martin Holmgren, K-G Bergström, Maria Edström, Leif Hedman, Jan Holmberg, Kristina Ståhl och Pia Kronqvist efter föredragning av Johannes Wik.

På granskningsnämndens vägnar

Martin Holmgren

Johannes Wik