

**BESLUT**

2017-11-27

Dnr: 17/00551

**SAKEN**

*Längdskidor: Världscupen*, SVT1, 2017-01-06, direktsändning från en tävling i längdskidåkning; fråga om otillbörligt gynnande och elektroniska företagsskyltar

**BESLUT**

Sändningen fälls. Granskningsnämnden anser att den strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

**AVGIFT**

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

---

**BAKGRUND**

Granskningsnämnden har på initiativ av Myndigheten för press, radio och tv granskat ovanstående sändning med utgångspunkt i bestämmelserna om otillbörligt gynnande och sponsring i 5 kap. 5 § och 7 kap. 1–5, 7 och 8 §§ radio- och tv-lagen (2010:696). Nämnden har efter att initiativet togs även granskat sändningen utifrån bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen. SVT har getts tillfälle att yttra sig över om sändningen överensstämmer med bestämmelserna om otillbörligt gynnande och elektroniska företagsskyltar.

**SÄNDNINGEN**

*Längdskidor: Världscupen* var en direktsändning från herrarnas femte etapp i Tour de ski. Sändningen var cirka 50 minuter lång och innehöll flera olika elektroniska skyltar.

I samband med att tävlingens startlista, mellantider och resultatlistor visades i bild syntes en elektroniskt infogad skylt med Viessmanns logotyp. I rubriken ovanför startlistan stod texten "Fis tour de ski – stages 5 of 7". Till vänster om rubriken visades FIS logotyp (internationella skidförbundet) och till höger om rubriken visades Viessmanns logotyp. Det skedde sammanlagt vid fem tillfällen och exponeringen var mellan cirka 19 och 48 sekunder per tillfälle.

Vid ett flertal tillfällen visades Polars logotyp i en elektronisk skylt i samband med att åkarnas placeringar redovisades när de passerade en mellantid eller gick i mål. Logotypen visades cirka 4 sekunder vid varje tillfälle.

I samband med att vissa seedade åkare startade visades logotypen för Twitter och/eller Instagram i anslutning till åkarnas namn, meriter och konton på sociala medier. Logotypen visades cirka 4-5 sekunder vid varje tillfälle.

Det förekom även flera varumärken och logotyper i tävlingsmiljön under hela sändningen. Varumärken syntes exempelvis på åskådares kläder, åkarnas kläder och utrustning samt på fysiska skyltar längs med banan.

## **PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE**

Sveriges Television (SVT) anser att sändningen överensstämmer med bestämmelserna om otillbörligt gynnande och elektroniska företagsskyltar samt anför följande.

### *Bakgrund*

Tävlingen från Tour de ski i Toblach sändes av SVT, men ansvarig för produktionen var rättighetsinnehavaren Infront. SVT styrde inte över tävlingssignalen utan erhöll som svensk rättighetsinnehavare den internationella produktionssignal som såg likadan ut för alla länder som sände tävlingen. Tour de ski, som är en viktig del i längdåkningens världscup, har ett stort informations- och underhållningsintresse och följs ofta av en miljonpublik i Sverige.

### *Elektroniska företagsskyltar*

Polar tillhandahöll tjänster nödvändiga för tidtagningen. Företagets logotyp visades i samband med att mellan- och sluttider redovisades i bild. Logotypen var inte förenad med ljud, den tog bara upp en liten del av bilden och den visades i rimlig omfattning. SVT fick inte någon ersättning för visningen. Exponeringen av logotypen var således inom ramen för det som gäller enligt bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar.

### *Otillbörligt gynnande*

I dag finns ett stort intresse hos publiken att följa de aktiva idrottarna under hela året, såväl under tävlings- som träningsäsong. Många idrottare publicerar därför

löpande information om sig själva, sina karriärer samt tränings- och tävlingsresultat på olika sociala medier. För att informera tv-publiken om att detta mervärde finns visar tv-producenten för den internationella signalen i vissa fall åkarnas sociala medier-namn samt logotypen för den aktuella plattformen. Den här informationen visades för åtta åkare (av 44 startande) där alla åtta var seedade, det vill säga tillhörde de allra bästa och därmed mest intressanta åkarna. Informationsintresset var alltså stort. Informationen visades i anslutning till att dessa åkare startade tävlingen och tillsammans med annan fakta om åkaren. Logotyperna var mycket små och visades under väldigt korta stunder. Informations- och underhållningsintresset väger upp det eventuella gynnande som uppstod i samband med exponeringen.

Logotypen för Viessmann visades vid fem tillfällen: i samband med startlistan och i samband med resultatlistan vid första mellantiden, andra mellantiden och efter målgång samt i samband med resultatlistan som visade den sammanlagda ställningen i tävlingen. Företaget Viessmann är titelsponsor av evenemanget och företagets logotyp ska anses utgöra en del av titeln. Redan utifrån detta förhållande bör den aktuella exponeringen av logotypen inte anses stå i strid med bestämmelserna om otillbörligt gynnande.

I detta sammanhang ska också framhållas att startlistan och de resultatlistor som visades under och efter tävlingen är fundamentala delar av sändningen från Tour de ski. Utan dessa resultatlistor blir tävlingen både ointressant och obegriplig för publiken. Således är informationsintresset betydande. Logotypen för företaget sitter ihop med de grafiska skyltarna och kan inte separeras. Det är alltså inte möjligt för publiken att ta del av start- och resultatlistor utan att också företagslogotypen exponeras.

Alternativet att sända tävlingen utan start- och resultatlistor skulle innebära att SVT utelämnar helt avgörande information för den svenska publiken. Det skulle inte bara göra tävlingen obegriplig utan också innebära ett svek mot publiken och dess självklara förväntningar och behov när det gäller innehållet i en sändning från den idrottsliga höjdpunkt som Tour de ski är i längdåkningens världscup.

Det är också värt att poängtera att SVT under flera års tid generellt arbetat intensivt, genom korrespondens och en stor mängd möten med olika aktörer, för att förmå rättighetsinnehavare att minska eller upphöra med olika typer av exponering av företagsnamn/logotyper i grafik i internationella tv-produktioner. I varje enskilt evenemang är samtidigt SVT bara en aktör bland många rättighetsinnehavare världen över. Regler och praxis ser annorlunda ut i andra länder och rent generellt finns ett större utrymme hos andra rättighetsinnehavare än hos SVT när det gäller den typen av exponering.

## 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).

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).

## TIDIGARE BESLUT

Nämnden har tidigare fattat beslut gällande sändningar där företagslogotyper exponerats i infogade elektroniska skyltar. När bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar i 8 kap. 2 § radio- och tv-lagen inte har ansetts tillämplig på skyltarna har exponeringen av företagslogotyperna prövats mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande i 5 kap. 5 § radio- och tv-lagen.

Beslut 15/00564 gällde sändningen från invigningen av skid-VM i Falun. I inledningen och slutet av programmet visades en elektronisk skylt i bild med bland annat texten ”Nordic World Ski Championships, Opening Ceremony”. Den elektroniska skylten innehöll även logotypen för företaget Viessmann. Enligt nämnden innebar förekomsten av logotypen ett gynnande av det aktuella företaget som inte var motiverat av något informations- eller underhållningsintresse. Sändningen stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Förvaltningsrätten i Stockholm delade nämndens bedömning och påförde SVT en avgift om 50 000 kr för överträdelsen (förvaltningsrättens dom i mål nr 24076-15). Domstolen konstaterade att

företagslogotypen syntes under en förhållandevis kort tid och att den upptog en mindre del av bilden, men att den var placerad på så sätt att den syntes tydligt.

I beslut 13/01842, som gällde sändningar från golfturneringen *Nordea Masters* visades bland annat skyltar som hänvisade till tävlingen på sociala medier samtidigt som logotyperna för två sociala medier visades kortvarigt i bild. Nämnden ansåg inte att logotyperna för de två sociala medierna framställdes på ett otillbörligt sätt och sändningarna stred därför i den delen inte mot bestämmelsen i 5 kap. 5 § radio- och tv-lagen.

Nämndens beslut 15/01778 och 1779 gällde sändningar från fotbollsmatcher och studiosamtal om matcherna. I en sändning kunde tittarna tävla om en signerad landslagströja från det svenska landslaget via sociala medier. I samband med detta visades vid ett antal tillfällen en svartvit virtuellt infogad skylt som upptog cirka en tredjedel av bildrutan. I skylten visades Twitters logotyp intill texten ”Vilket är VM:s snyggaste mål och vilket land tar hem guld? Tävla med #TV4VM”. Exponeringen av logotypen bedömdes inom ramen för bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Enligt nämnden gick exponeringen utöver vad som kunde motiveras med hänvisning till informations- och underhållningsintresset. Förvaltningsrätten i Stockholm biföll nämndens ansökan om särskild avgift för överträdelsen i dom i mål nr 23286-16. Domen är vid detta besluts datum överklagad av TV4 AB till Kammarrätten i Stockholm.

## GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

### *Elektroniska företagsskyltar*

SVT har gjort gällande att Polar tillhandahöll tjänster som var nödvändiga för tidtagningen. Granskningsnämnden finner inte någon anledning att ifrågasätta den uppgiften. Logotypen för företaget visades i samband med information om åkarnas placeringar vid mellantider och målgång. Logotypen tog upp en liten del av bilden och får anses ha visats i rimlig omfattning. Nämnden kan med hänsyn till det anförda, och mot bakgrund av vad SVT har uppgett om att det inte utgått någon ersättning för visningen, inte finna att sändningen i denna del strider mot bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar.

Vad gäller skyltarna med logotypen för Viessmann har SVT inte gjort gällande att företaget skulle ha tillhandahållit sådana tjänster som omfattas av bestämmelsen i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen. Det har inte heller i övrigt framkommit uppgifter i ärendet som talar för att så var fallet. Vad SVT anför om att Viessmann varit titelsponsor till evenemanget innebär inte någon rätt enligt bestämmelsen i 8 kap. 12 § att infoga företagets logotyp i start- och resultatlistor. Förekomsten av logotypen bedöms därför nedan inom ramen för bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

*Otillbörligt gynnande*

Skylden med Viessmanns logotyp som visades vid flera tillfällen bestod endast av just företagets logotyp. Företagslogotypen visades på endast en liten del av bilden under en förhållandevis kort tid, men den var placerad på ett sådant sätt att den syntes tydligt. Förekomsten av logotypen var enligt nämnden inte motiverad av ett informations- eller underhållningsintresse. Sändningen strider därför i detta avseende mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Nämnden anser att det fanns ett informationsintresse av att i sändningen hänvisa till de seedade åkarnas konton i sociala medier. Logotyperna för Twitter och Instagram som visades var dessutom små och förekom i bild under en relativt kort tid. Mot bakgrund av detta anser nämnden att hänvisningen till kontona på sociala medier och exponeringen av logotyperna var motiverad av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Sändningen strider därmed inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande i denna del.

Övrig varumärkesexponering som förekom i den fysiska tävlingsmiljön innebar enligt nämnden inte ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

**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, Ulrika Hansson, Clas Barkman (skiljaktig), Berivan Yildiz, Staffan Dopping, och Bo-Erik Gyberg efter föredragning av Anna Olsson.

Den skiljaktiga meningen framgår av s. 7.

På granskningsnämndens vägnar

Kristina Ståhl

Anna Olsson

## SKILJAKTIG MENING

Ledamoten Clas Barkman är skiljaktig. Han anser att sändningen borde frias och att första stycket under rubriken Otillbörligt gynnande i nämndens bedömning borde ha ersatts av följande text.

Skylten med Viessmanns logotyp som visades vid flera tillfällen i samband med resultatlistorna bestod endast av just företagets logotyp. Den visades på endast en liten del av bilden under en förhållandevis kort tid, men var placerad på ett sådant sätt att den syntes tydligt.

SVT rådde inte över den internationella tv-signalen från de aktuella tävlingarna, med bland annat resultatlistorna, som SVT delade med andra länder. Det är på samma sätt som att SVT inte heller rådde över den varumärkesexponering i den fysiska miljön som fanns i tävlingsområdet och som förmedlades via tv-bilderna.

Det fanns ett betydande informationsintresse även för tv-tittarna i Sverige att resultatlistorna visades i sportsändningen. Alternativet för SVT, att sända tävlingarna utan den avgörande informationen i start- och resultatlistorna, är orimligt. Sändningen strider därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande i denna del.

---

*Originalhandlingen med namnunderskrifter förvaras hos myndigheten.*