

BESLUT

2018-12-21

Dnr: 18/02099,
2137, 2285 och
2431**SAKEN**

FIFA Fotbolls-VM 2018: Ryssland–Saudiarabien, SVT1 och SVT2, 2018-06-14, *FIFA Fotbolls-VM 2018: Sverige–Sydkorea*, SVT1, 2018-06-18, *FIFA Fotbolls-VM 2018: England–Belgien*, SVT1 och SVT2, 2018-06-28, *FIFA Fotbolls-VM 2018: Studio*, SVT1, 2018-07-07 och *FIFA Fotbolls-VM 2018: Ryssland–Kroatien*, SVT1, 2018-07-07, sändningar av fotbollsmatcher; fråga om utformning av sponsringsmeddelanden

BESLUT

Samtliga sändningar förutom *FIFA Fotbolls-VM 2018: Studio*, SVT1, 2018-07-07 fällt. De strider mot bestämmelsen i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen om utformning av sponsringsmeddelanden.

AVGIFT

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

BAKGRUND*Initiativ*

Granskningsnämnden för radio och tv övervakar, genom granskning i efterhand, bland annat om program som har sänts i tv står i överensstämmelse med radio- och tv-lagen och med de programrelaterade villkor som kan gälla för tjänsterna. Nämnden granskar program efter anmälan eller på initiativ av Myndigheten för press, radio och tv. I nämndens uppdrag ingår det att bland annat pröva om utformningen av sponsringsmeddelanden i tv-sändningar överensstämmer med bestämmelsen i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen. Sändningarna av *FIFA Fotbolls-VM 2018: Studio*, SVT1, 2018-07-07 och *FIFA Fotbolls-VM 2018: Ryssland–Kroatien*, SVT1, 2018-07-07 har granskats på myndighetens initiativ.

Anmälningar

Sändningarna av *FIFA Fotbolls-VM 2018: Ryssland–Saudiarabien*, SVT1 och SVT2,

2018-06-14, *FIFA Fotbolls-VM 2018: Sverige–Sydkorea*, SVT1, 2018-06-18 och *FIFA Fotbolls-VM 2018: England–Belgien*, SVT1 och SVT2, 2018-06-28 har granskats mot bakgrund av inkomna anmälningar. Anmälarna anför sammanfattningsvis att Sveriges Television (SVT) sände reklam under de aktuella matcherna.

SÄNDNINGARNA

Sändningarna bestod av utsändningar av fotbollsmatcher och studiosamtal. Under sändningarna förekom ingen reklam. Sponsringsmeddelanden sändes vid flera tillfällen under samtliga sändningar förutom under sändningen av *FIFA Fotbolls-VM 2018: Studio*, SVT1, 2018-07-07. Samtliga sändningar av sponsringsmeddelanden inleddes med att en speakerröst sa ”Sändningarna från *FIFA Fotbolls-VM 2018* sponsras av”. De sponsringsmeddelanden som förekom hade följande utformning.

Speakerröst	Skylttext/utformning/innehåll
Benders – svenska byggprodukter i betong och granit	Logotypen för Benders visades mot en blå himmel. I bild syntes även diverse piedestaler gjorda av olika material samt ett par helröda fotbollsskor.
Zmarta – lån, försäkringar och elavtal på nätet	Logotypen för Zmarta visades mot en grön och vit bakgrund. I bild syntes även en röd och gul flagga.
Mathem.se – en matbutik på nätet	Logotypen för Mathem.se visades mot en blå himmel. I bild syntes även ett rött och ett gult kort samt en svart visselpipa.
Kjell & Company – kunskap och tillbehör till hemelektronik	Logotypen för Kjell & Company visades mot vad som såg ut som en piedestal med gräs på toppen.
Huawei – mobiltelefoner, surfplattor och datorer	Logotypen för Huawei visades mot en blå himmel. I bild syntes även diverse piedestaler gjorda av olika material samt en vit fotboll som rullade in i bild.
Mobiltelefonen Huawei P20 Pro	Logotypen för Huawei och texten ”P20 Pro” visades mot en blå himmel. I bild syntes även diverse piedestaler gjorda av olika material samt en vit fotboll som rullade in i bild.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

SVT har getts möjlighet att yttra sig över samtliga sändningar förutom *FIFA Fotbolls-VM 2018: Studio*, SVT1, 2018-07-07 vad gäller bestämmelsen om utformningen av sponsringsmeddelandena. SVT anser att innehållet i sändningarna överensstämmer med bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden och anför i huvudsak följande.

SVT Sport har under många år haft som hållning att bakgrunden i ett sponsringsmeddelande ska ha en viss koppling till den sport eller det evenemang som är aktuellt. Det är helt neutralt och har inget med de sponsorer som medverkar att göra. Det blir också tydligt för tittarna vilket evenemang det rör sig om. Det kan handla om autentiska bilder, animerade bilder, eller en kombination. Som bakgrundsljud kan det vara sorl från en match, ett skrapljud om det handlar om skidåkning och så vidare. Under åren har tekniken för att producera bildmaterial och grafik utvecklats och det mesta görs i 3D. Detta gäller även för sponsringsmeddelanden.

När det gällde *FIFA Fotbolls-VM 2018* så valde SVT Sport att ha en fotboll i centrum för sponsringsmeddelandet. Utgångspunkt var sedan hexagoner som form och så presenterades de olika logotyperna på olika delar av fotbollen eller i gräset. I den första sekvensen fanns också en stor upplyst arena och några torn som kunde associeras till Ryssland där VM ägde rum. Sponsringsmeddelandet byggdes upp med en grund av hexagoner, en form hämtad av fotbollen som gav en igenkänning för idrotten. Sponsorerna presenterades i en värld bestående av dessa hexagoner där alla kompletterades med något objekt som kopplades till fotboll; fotbollsskor, hörnflagga, fotboll, rött och gult kort, visselpipa och grönt gräs.

Det finns friade sponsringsmeddelanden i granskningsnämndens praxis (SB 118/10) där en del av motiveringen var att ”den rekvisita som kort syntes i rummen bakom sponsorernas skyltar kunde anses ha en koppling till programmets innehåll snarare än sponsorernas verksamhet”. SVT anser det uppenbart att rekvisitan i det nu aktuella fallet helt hade med programmet att göra, det vill säga *FIFA Fotbolls-VM*, och inte på något sätt med någon av de olika sponsorerna. Därmed, anser SVT, kan inte heller rekvisitan som visades i bild anses vara säljfrämjande. Inte heller ljuden anser SVT vara säljfrämjande utan neutrala till sin utformning.

När det gäller speakerröstens formuleringar så har neutrala prefix eller tillägg som bidrar till eller som varit nödvändiga för att identifiera sponsorn godtagits enligt granskningsnämndens praxis. SVT kan inte se att det i något av de nu aktuella tilläggen finns någon formulering som strider mot denna praxis.

Gällande sponsorn Kjell & Company och tillägget ”kunskap och tillbehör till hemelektronik” så ligger det ingen värdering i ordet *kunskap* utan det är en beskrivning av sponsorn som på sin hemsida erbjuder olika delar kopplade till kunskap, bland annat ”Kunskapsbank” och ”Fråga Kjell”. SVT vill också peka på att sponsringsmeddelandet ”Kjell.com – kunskap & tekniktillbehör på nätet” friades i ett beslut (dnr 12/00804) med motiveringen att ”sponsringsmeddelandena innehöll sådana hänvisningar till sponsorns produkter och tjänster som är förenliga med bestämmelsen”.

Gällande sponsorn Mathem.se så finns ett fällande beslut gällande den sponsorn (dnr 10/01502) men då var tillägget ”din matbutik på nätet” och ordet *din* fälldes. I sändningarna från *FIFA Fotbolls-VM* var tillägget för sponsorn ”en matbutik på nätet” och SVT anser att den formuleringen inte är säljfrämjande.

AKTUELLA BESTÄMMELSER

Med reklam avses i radio- och tv-lagen varje form av meddelande som sänds antingen mot betalning eller liknande ersättning eller som utgör egenreklam, och som syftar till att i näringsverksamhet marknadsföra varor, tjänster, fast egendom, arbetstillfällen eller andra nyttigheter (3 kap. 1 § p. 13 radio- och tv-lagen).

SVT får inte sända reklam. Förbudet omfattar inte reklam för egen programverksamhet, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till programmen (17 § i sändningstillståndet).

Med sponsring avses i radio- och tv-lagen bidrag som någon som inte tillhandahåller eller producerar ljudradio, tv-sändning, beställ-tv eller sökbar text-tv ger för att finansiera dessa medietjänster eller program i syfte att främja bidragsgivarens namn, varumärke, anseende, verksamhet, produkt eller intresse (3 kap. 1 § p. 14 radio- och tv-lagen).

Ett sponsringsmeddelande i tv-sändningar, sökbar text-tv eller beställ-tv ska innehålla sponsorns namn, logotyp eller annat kännetecken för sponsorn. Meddelandet får inte innehålla säljfrämjande inslag (7 kap. 7 § radio- och tv-lagen).

Enligt 18 § i sändningstillståndet får SVT inte sända sådana sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SVT direkt. Sponsring får dock förekomma i bland annat sändningar i samband med sportevenemang. Sponsring får förekomma i samband med högst 20 evenemang per år.

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 AVGÖRANDE

Granskningsnämnden har tidigare fällt sponsringsmeddelanden som innehållit säljfrämjande tillägg och som därmed stått i strid med radio- och tv-lagens bestämmelser om sponsringsmeddelandens utformning. Till säljfrämjande inslag

måste, enligt nämndens tidigare beslut, hänföras sådana beskrivningar av sponsorn och sponsorns produkter som medför att sponsringsmeddelandet – i stället för att bidra till syftet att identifiera programmet som sponsrat – framhäver sponsorns produktutbud och/eller egenskaperna hos de produkter som sponsorn tillhandahåller.

I beslut 14/02543 ansåg nämnden att ett sponsringsmeddelande för Oatly med tillägget ”gjord på 100 procent svensk havre” utgjorde ett säljfrämjande inslag som stod i strid med bestämmelsen i radio- och tv-lagen. I beslut SB 744-08 ansåg nämnden att sponsringsmeddelandet för C3 med tillägget ”scandinavian lifestyle” gick utöver en sådan förklaring som bidrar till att identifiera sponsorn. Nämnden ansåg i beslut 14/01778 att utformningen av sponsringsmeddelandet ”Leo Vegas.com – Sveriges mobilkasino” genom tillägget ”Sveriges” gav meddelandet en säljfrämjande utformning som gick utöver en sådan förklaring som bidrar till att identifiera sponsorn. I beslut 10/01502 bedömdes ett sponsringsmeddelande för Mathem.se. Nämnden ansåg att tillägget ”din” i ledet ”din matvarubutik på nätet” var ett sådant säljfrämjande inslag som stod i strid med bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden. Nämnden ansåg dock att hänvisningen ”matvarubutik på nätet” fick betraktas som en neutral upplysning om sponsorn som kan godtas.

I beslut 18/02432 bedömde nämnden att tillägget ”rengörande drivmedel” i ett sponsringsmeddelande för GoEasy var en sådan förklaring som bidrog till att identifiera sponsorn. Utformningen av sponsringsmeddelandet stämde därför överens med bestämmelsen i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen. I beslut 17/03095 och 3102 bedömde nämnden sponsringsmeddelanden för Skellefteå kraft med tillägget ”norrländsk energi” respektive Kronans apotek med tillägget ”läkemedel, hälso- och skönhetsprodukter”. Nämnden ansåg att tilläggen i de båda sponsringsmeddelandena var sådana tillägg som överensstämde med bestämmelsen i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen. I beslut 12/00804 bedömde nämnden ett sponsringsmeddelande för Kjell & Company. Samtidigt som logotypen visades i bild sades och syntes texten ”Kjell.com – kunskap och tekniktillbehör på nätet”. Enligt nämndens mening innehöll sponsringsmeddelandet sådana hänvisningar till sponsorns produkter och tjänster som är förenliga med bestämmelsen i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen.

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Det sändes inte någon reklam under de aktuella sändningarna. Sändningarna strider därmed inte mot reklambudet i SVT:s sändningstillstånd.

Inga sponsringsmeddelanden förekom under sändningen av *FIFA Fotbolls-VM 2018: Studio*, SVT1, 2018-07-07. Ärende 18/02431 lämnas därför utan åtgärd i denna del.

Inramningen av sponsringsmeddelandena, med bland annat fotbollar och skor, hade en tydlig koppling till programmet och en neutral utformning i förhållande till sponsorernas verksamhet och produkter. Inramningen av meddelandena kan därmed inte anses stå i strid med bestämmelsen om sponsringsmeddelandens utformning i radio- och tv-lagen.

Avseende de tilläggsuppgifter som förekom gör granskningsnämnden följande bedömningar.

Zmarta, Mathem.se, Kjell & Company och meddelandena för Huawei

Enligt nämndens mening innehöll sponsringsmeddelandena i förekommande fall sådana hänvisningar till sponsorernas produkter som är förenliga med bestämmelsen i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen.

Benders

Nämnden anser att tillägget ”svenska” gav sponsringsmeddelandet en säljfrämjande utformning som gick utöver en sådan förklaring som bidrar till att identifiera sponsorn. Utformningen av sponsringsmeddelandet strider därför mot bestämmelsen i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen.

SÄRSKILD AVGIFT

Nämnden beslutar att ansöka hos förvaltningsrätten om att SVT AB ska påföras en särskild avgift för överträdelsen av bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden vad gäller Benders. Nämnden anser att överträdelsen motiverar en avgift om 50 000 kronor.

Detta beslut har fattats av Dag Mattsson, Ulrika Hansson, Clas Barkman, Staffan Dopping, Malin Bergström, Bo-Erik Gyberg och Gunnar Springfeldt efter föredragning av Cecilia Smitt Meyer.

På granskningsnämndens vägnar

Dag Mattsson

Cecilia Smitt Meyer