

**BESLUT**

2019-06-24

Dnr: 19/00286

**SAKEN**

*Vintermagasinet*, SVT1, 2019-01-27, inslag om en skidort och en snowboardåkare; fråga om otillbörligt gynnande

**BESLUT**

Inslaget fälls. Det 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.

---

**INSLAGET**

Inslaget var cirka 20 minuter långt och handlade om en namngiven skidort. I den inledande sekvensen intervjuades en tävlande snowboardåkare som bland annat talade om sin sponsor. Han sa bland annat följande (enligt svensk textning).

(Snowboardåkare) – [snowboardvarumärket] har en skön inställning och det är ett fantastiskt team. Jag var ute efter en sponsor och vi påbörjade vårt samarbete tre, fyra veckor före VM. Det var häftigt. Brädorna är jättebra, och jag gillar allt de står för. Jag passar in bra i det de gör. [...] Det är ett litet märke från Italien och jag gillar det verkligen.

Under intervjun höll snowboardåkaren i sin snowboard, vars logotyp syntes i bild. I en del av intervjun zoomade kameran in på snowboardens logotyp. Kameran zoomade även in på en del av åkarens jacka där logotypen tydligt syns i helbild. Snowboardåkaren lyfte även leende upp sin snowboard och borstade bort snö från den.

## **ANMÄLNINGARNA**

En anmälare anför sammanfattningsvis att snowboardåkaren gjorde ohämmad reklam för ett snowboardvarumärke. Åkaren pratade om hur utmärkt varan var och hur han sponsrades av firman i Italien. Detta samtidigt som snowboardmärkets logotyp visades flera gånger i närbild.

En anmälare anför att det i programmet visades ett inslag från skidorten som till 90 procent handlade om marknadsföring och reklam för orten, vilket var stötande i ett sportprogram.

## **PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE**

Sveriges Television (SVT) anför bland annat följande.

Programmet producerades av ett externt bolag och levererades till SVT som ett färdigt program. SVT hade ingen kontroll över produktionen vid inspelningstillfället och la på en svensk speaker i efterhand.

Inslaget handlade om tävlingar som hölls i en klassisk snowboardort dit de flesta i världseliten kommer för att tävla. I intervjun med snowboardåkaren syntes inte logotypen på hans snowboard i någon samman-hängande sekvens, utan i korta klipp på max 20 sekunder under delar av intervjun. För att begränsa exponeringen av varumärket hade klippbilder på snowboardåkaren i tävlingsområdet lagts in. Endast vid två tillfällen syntes logotypen i närbild, en gång på snowboarden i två sekunder, och en gång på jackan i fyra sekunder, där den var fullt läsbar under halva den tiden. Övrig tid var logotypen inte framträdande i bilden. Intervjun var sammanlagt cirka tre minuter av programmets 58 minuter, vilket betyder att exponeringen var kortvarig i programmet. Eftersom intervjun gjordes på engelska textades hela reportaget vilket innebar att textremsan till stora delar skymde logotypen.

Snowboard är en sport där materialet har avgörande betydelse för en idrottares framgångar, på samma sätt som inom alpin skidåkning. Därför fanns det ett nyhetsvärde i att berätta om betydelsen av snowboardåkarens nya brädsponsor som han hade fått ovanligt sent innan VM. Det betydde att han började åka med en ny bräda, vilket bidrog till ett VM-silver tre veckor senare. Brädan var alltså en stor del av framgången i VM, en framgång som enligt snowboardåkaren var avgörande för hans framtida karriär inom sporten.

## **AKTUELLA BESTÄMMELSER**

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 av ett kommersiellt intresse är otillbörligt om det inte kan motiveras av något informations- eller underhållningsintresse.

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**

Granskningsnämnden anser att det uppkom ett gynnande av snowboard-varumärket, i synnerhet mot bakgrund av de positiva uttalandena som snowboardåkaren gjorde, men även genom sättet varumärket exponerades i bild på åkarens snowboard under intervjun. Det uppkomna gynnandet gick utöver vad som var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Inslaget strider därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen. Vad SVT anför om att programmet producerats av ett externt bolag och att de inte hade kontroll över produktionen vid inspelningstillfället ändrar inte den bedömningen.

Nämnden anser att det eventuella gynnande som kan ha uppkommit av verksamhet som bedrevs på den aktuella skidorten var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Inslaget innebär därför i detta avseende inte ett otillbörligt gynnande i strid med bestämmelsen i 5 kap. 5 § radio- och tv-lagen.

### **SÄRSKILD AVGIFT**

Granskningsnämnden beslutar att ansöka hos förvaltningsrätten om att SVT AB ska påföras en särskild avgift för överträdelsen av bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden anser att överträdelsen motiverar en avgift om 50 000 kronor.

Detta beslut har fattats av Dag Mattsson, Ulrik von Essen, Clas Barkman, Bo-Erik Gyberg och Gunnar Springfeldt efter föredragning av Karin Lundin.

På granskningsnämndens vägnar

Dag Mattsson

Karin Lundin

---

*Originalhandling med namnunderskrifter förvaras hos myndigheten.*