

BESLUT

2019-09-02

Dnr: 19/00222

SAKEN

Idrottsgalan – Röda mattan, SVT Play, 2019-01-21, sändning från röda mattan inför Idrottsgalan; fråga om otillbörligt gynnande

BESLUT

Sändningen frias. Den strider inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

SÄNDNINGEN

Sändningen var en direktsändning från röda mattan inför Idrottsgalan 2019. Under sändningen intervjuades olika idrottspersonligheter, varav flera var nominerade till galans olika priser. En del av intervjuerna genomfördes vid en fast plats på röda mattan där ett podium syntes i förgrunden, och röda mattan och gäster syntes i bakgrunden. När gästerna intervjuades vid podiet syntes en sponsorvägg till höger om eller bakom de som blev intervjuade och ett antal varumärkeslogotyper exponerades då från och till i bild. I sändningen förekom även intervjuer direkt framför sponsorväggen. Även vid dessa tillfällen syntes varumärkeslogotyper i bild.

Sponsorväggen syntes ur olika vinklar under större delen av sändningen. Logotyperna exponerades olika tydligt och i olika omfattning under sändningen.

ANMÄLAN

Anmälaren är kritisk till valet av studioplats och anser att det förekom reklam i bakgrunden där flera varumärkeslogotyper exponerades.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

Sveriges Television AB (SVT) anser att sändningen överensstämmer med bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen och anför följande.

Programmet *Idrottsgalan – Röda mattan*, var en del av programmet *Idrottsgalan* som var en inköpt visningsrätt av ett externt evenemang producerat och genomfört av ett externt produktionsbolag.

På den röda mattan fanns två samtalsplatser. En rörlig samtalsplats där en reporter sökte upp gäster för intervju när de kom till röda mattan och en fast plats för lite längre samtal med gäster på röda mattan. SVT hade inte möjlighet att välja den fasta samtalsplatsen som var bestämd och uppställd av arrangören som genomförde evenemanget. Platsen bestod av ett podium som det stod ”Idrottsgalan” på. Platsen var inte en studioplatz utan en plats på evenemangets röda matta.

Programledarna tog emot personer där för intervju samtidigt som publiken ändå inte missade hur gästerna gick in och fotograferades i bakgrunden. Gästerna vid den fasta samtalsplatsen var i vissa fall vidtalade i förväg men togs emot vartefter de kom till evenemanget. Möjligheten att intervjua dem och få med dem i bild från röda mattan byggde på att vara på platsen. Vid vissa tillfällen under intervjuerna klipptes bilder in på hur celebriteter poserade för fotografering på röda mattan. Samtidigt syntes då även den aktuella fondväggen.

Längs med den röda mattan fanns, som vid de flesta liknande svenska evenemang, en fondvägg med evenemangets sponsorer. Det var mot denna vägg som celebriteterna var tillgängliga för fotografering och där pressen hade tillträde.

För att publiken samtidigt med intervjuerna skulle kunna följa det som ägde rum på röda mattan var en kameravinkel vid den fasta samtalsplatsen ställd med röda mattan i bakgrunden. En del av fondväggen precis invid röda mattan syntes då i bild. Fonden utgjorde i denna bildvinkel en mindre del av bilden. Detta gjorde så att logotyperna blev mindre framträdande och mindre läsbara. Vid flera tillfällen sändes även bild från en annan kamera med en vinkel där inga logotyper var synliga eller läsbara i sin helhet. Även de arkivinslag som visades under sändningens gång bidrog till att exponeringen minskade.

Utformningen av de intervjuer som gjordes av den rörliga reportern berodde till stor del av var någonstans gästerna gjorde sig tillgängliga för dessa improviserade samtal. I möjligaste mån valdes kameravinklar för att undvika logotyper och företagsnamn. Detta var dock inte alltid möjligt med hänsyn till lokalens utseende som SVT inte rädde över och att programmet sändes direkt.

Enligt SVT:s bedömning var underhållnings- och informationsintresset av att sända ett program från röda mattan med det aktuella innehållet så pass stort att det uppvägs det gynnande som den aktuella fondväggen kunde utgöra. Utformningen av denna fondvägg eller arrangörens plats för de längre intervjuerna var inte under SVT:s kontroll.

AKTUELL BESTÄMMELSE

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.

När inspelningen eller sändningen av ett program eller inslag sker under förhållanden som programföretaget helt råder över och exponeringen inte kan motiveras redaktionellt ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av varumärken eller logotyper. Av betydelse för bedömningen är också om de programansvariga före sändning uppmärksammat eller borde ha uppmärksammat att det förekom varumärken i inspelningsmiljön eller på de medverkandes klädsel.

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Under sändningen uppkom ett gynnande av de varumärken vars logotyper syntes på sponsorväggen. Enligt nämndens mening förelåg ett informations- och underhållningsintresse av att intervjua gästerna på röda mattan. Mot den bakgrunden och med beaktande av vad SVT anfört om att programföretaget haft begränsade möjligheter att påverka inspelningsmiljön samt att det var fråga om en direktsändning, anser nämnden att sändningen inte strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Detta beslut har fattats av Malin Bonthron, Clas Barkman, Berivan Yildiz, Bo-Erik Gyberg och Gunnar Springfeldt efter föredragning av Rebecca Parman.

På granskningsnämndens vägnar

Malin Bonthron

Rebecca Parman