



BESLUT

2015-10-26

Dnr: 15/01355

SAKEN

Eurovision Song Contest: Semifinal 1, 2015-05-19 samt *Eurovision Song Contest: Semifinal 2*, 2015-05-21, SVT1, sändningar från en musiktävling; fråga om otillbörligt gynnande och elektroniska företagsskyltar

BESLUT

Sändningarna frias. Granskningsnämnden anser att de inte strider mot bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar eller innebär ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

SÄNDNINGARNA

Sändningarna var två av totalt tre delar av musiktävlingen Eurovision Song Contest som direktsändes från Wien i Österrike. De aktuella sändningarna utgjorde två semifinaler i tävlingen.

Sändningen den 19 maj 2015

Den aktuella sändningen var den första semifinalen där ett flertal länder tävlade om att bli framröstade till finalen. Sändningen innehöll bland annat följande.

Vid ett tillfälle då programledarna befann sig på scenen stod ett bord framför dem med CD-skivor och DVD-filmer som innehöll material från den aktuella tävlingen. Programledarna berättade att produkterna, som var synliga i bild under cirka 40 sekunder, innehöll bland annat de mellanakter som visades under tävlingen.

I samband med att resultatredovisningen skedde visades en elektronisk skylt med en uppräkningslista av de tävlande länderna. I det nedre högra hörnet av skylten syntes en logotyp för Microsoft. Logotypen var synlig i bild under cirka 30 sekunder.

I slutet av sändningen visades en elektronisk skylt i den nedre delen av bilden. På skylten visades först ett antal logotyper för olika företag. Därefter visades nya

företagslogotyper och texten ”National Partners” i skyltens övre vänstra hörn. Därefter visades ytterligare företagslogotyper och texten ”Event Suppliers” i skyltens övre vänstra hörn. Den elektroniska skylten var synlig i sammanlagt 11 sekunder.

Sändningen den 21 maj

Den aktuella sändningen var den andra semifinalen i tävlingen och innehöll bland annat följande.

Vid ett tillfälle då programledarna befann sig på scenen stod CD-skivor och DVD-filmer som innehöll material från den aktuella tävlingen synliga på ett bord framför dem. Produkterna var synliga i bild under cirka 25 sekunder. I samband med detta sa en av de svenska kommentatorerna följande.

Nu gör de reklam för någonting här i bild. Men så gör vi absolut inte på SVT så jag får ber er alla att titta in i väggen eller blunda, blunda nu. Titta inte på tv:n, titta på varandra och se varandra djupt i ögonen och beskriv varandra med tre ord, titta inte hit. Nu är det över, toppen, upp med telefonerna och njut av en till snabbreps.

I samband med att resultatredovisningen skedde visades en elektronisk skylt med en uppräknings av de tävlande länderna. I det nedre högra hörnet av skylten syntes en logotyp för Microsoft. Logotypen var synlig i bild under cirka 30 sekunder.

I slutet av sändningen visades en elektronisk skylt i den nedre delen av bilden. På skylten visades ett antal logotyper för olika företag. Den elektroniska skylten var synlig i cirka 1 sekund.

ANMÄLAN

Anmälaren anser att det förekom reklam i sändningarna. Detta då det enligt anmälaren fanns en logotyp för Microsoft på scoreboarden, det gjordes reklam för CD-skivor och DVD-filmer samt att det förekom en reklamskylt efter programmen.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

Sveriges Television (SVT) anser att sändningarna överensstämmer med bestämmelserna och anför följande.

Eurovision Song Contest, ESC, arrangeras av European Broadcasting Union som är den största sammanslutningen av nationella tv- och radiobolag i världen med 73 medlemmar i 56 länder. Den aktuella tävlingen, för år 2015, var den 60:e upplagan.

Sändningarna sker alltid direkt och det deltagande bolag som står för föregående års vinnande bidrag blir automatiskt värdland för sändningarna, så kallad Host

Broadcaster, nästföljande år. EBU och Host Broadcastern står för utformningen av och innehållet i sändningen. I år sändes ESC från Wien av Österreichischer Rundfunk (ORF) och SVT rådde alltså inte över förhållandena kring sändningen. Evenemanget bestod av tre sändningar, två semifinaler och en final, och direktsändes i ett 40-tal länder med sinsemellan olika regelverk när det gäller reklam och andra kommersiella meddelanden. De tv-kanaler som sänder reklam gjorde ett flertal reklamavbrott. Under dessa fortsatte sändningen från arenan med intervjuer och så kallade mellanakter för de reklamfria kanalerna. SVT var alltså ett av flera bolag som tog emot den färdigproducerade signalen och sände ut den utan reklamavbrott.

Logotypen för Microsoft på resultattavlorna

SVT finner att villkoren i bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar är uppfyllda i detta fall. Microsoft är ett företag som levererar den typ av tjänster som är nödvändiga för resultatredovisning och logotypen visades bara kortvarigt i samband med redovisningen av vilka tävlande bidrag som gått vidare, det vill säga resultatet av telefonomröstningen. När det gäller längden på exponeringen var den i båda sändningarna kortvarig i förhållande till den totala längden på resultatredovisningen. Logotypen tog upp en liten del av bilden och SVT hade inte fått någon ersättning för visningen av skyltarna.

Exponeringen av CD-skivor och DVD-filmer

EBU ger varje år en samling instruktioner till värdlandet om hur sändningarna ska utformas. Under en lång följd av år har de samlingsskivor och DVD-filmer med alla tävlingsbidrag som producerats funnits med i sändningarna. I det här fallet hade SVT alltså inget inflytande över utformningen av sändningarna, utan fick hantera det som hände i direktsändning med hjälp av de svenska kommentatorerna. I den första semifinalen valde kommentatorerna att över huvud taget inte tala om vad som hände, i den andra skojade en av kommentatorerna bort det som sades av de österrikiska programledarna.

De elektroniska skyltarna i slutet av sändningarna

I slutet av de båda sändningarna visades en stor mängd små logotyper i den nedre delen av bilden. Detta har också tidigare funnits sist i sändningarna i den internationella signalen, men SVT har alltid valt att gå ur sändningen före visningen av logotyperna för att inte exponera dem. I det här fallet hade logotyperna för ovanlighetens skull lagts före den slutskylt med symbolen för Eurovision, som SVT har åtagit sig att visa i samband med EBU-sändningar och därför kom exponeringen med av misstag i den första sändningen. I sändningen av den andra semifinalen täcktes logotyperna över av en skylt med namnet på de svenska kommentatorerna, men en kort exponering på en knapp sekund kunde dock inte undvikas. De logotyper som syntes var små och med hänsyn till den stora mängden anser SVT att det inte skett någon fokusering på något enskilt varumärke.

Enligt vad SVT kan förstå rör sig de första logotyperna om de internationella partners som EBU föreskriver för sändningarna, därefter kommer logotyperna för nationella partners. Den tredje uppsättningen avser företag som varit leverantörer till arrangemanget av ESC 2015.

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.

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 (8 kap. 12 § radio- och tv-lagen).

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Granskningsnämnden konstaterar i fråga om logotypen på resultattavlorna att denna kännetecknade ett företag som tillhandahållit tjänster som varit nödvändiga för att producera information om resultaten i de aktuella sändningarna och att logotypen visades i samband med tillhandahållandet av informationen. Logotypen får även anses ha visats i rimlig omfattning. Nämnden kan mot den bakgrunden inte finna att sändningarna strider mot bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar.

Nämnden anser att det uppstod ett gynnande av de CD- och DVD-skivor som visades upp i sändningarna samt de logotyper som förekom i de elektroniska skyltarna i slutet av programmen. Enligt nämndens mening måste det även i sändningar som programföretaget inte kunnat påverka utformningen av, finnas en gräns för hur mycket produkt- och varumärkesexponering som kan tillåtas. Nämnden anser dock inte att exponeringen av produkterna och logotyperna i de nu aktuella sändningarna gick utöver vad som kan godtas. Sändningarna strider därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Detta beslut har fattats av Kristina Ståhl, Elisabet Bäck, Leif Hedman, Jan Holmberg och Clas Barkman efter föredragning av Nathalie Eriksson.

På granskningsnämndens vägnar

Kristina Ståhl

Nathalie Eriksson