

TV 2|DANMARK A/S
Teglholms Allé 16
2450 København SV

Att.: TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Telefon 33 95 42 00

post@slks.dk
www.slks.dk

6. april 2016

**AFP-samarbejde mellem Coop og TV 2 vedrørende
programserien "Go' Appetit"**

Sammendrag

Radio- og tv-nævnet besluttede på sit møde den 17. december 2015 af egen drift at undersøge, om en AFP-aftale indgået mellem TV 2 og Coop om produktion af en række udsendelser under navnet *Go' Appetit* overholder reglerne om sponsorering og skjult reklame mv.

*Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at tre undersøgte udsendelser i programserien *Go' Appetit* sendt på TV 2 den 25. januar, 1. februar og den 7. februar 2016 ikke udgør skjult reklame for Coop i strid med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen¹.*

*Nævnet har videre afgjort, at de sponserede programmer *Go' Appetit* indeholder ikke overtrædelse af § 26, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, idet der ikke forekommer sponsorangivelser inde i programmerne, og idet krediteringen af sponsor er sket i overensstemmelse med bestemmelsen.*

Nævnet har endvidere afgjort, at programmerne ikke indeholder tilskyndelser til køb af sponsors produkter i strid med forbuddet herom i reklamebekendtgørelsens § 28, stk. 1.

Nævnet finder heller ikke, at der er sket overtrædelse af forbuddet mod produktplacering, jf. § 31, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, idet der ikke er sket visning eller mundtlig fremhævelse af sponsors produkter.

¹ Bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer, sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber

Endelig har nævnet ikke fundet, at AFP-samarbejdet mellem TV 2 og Coop udgør en overtrædelse af forbuddet mod sponsors påvirkning af TV 2's redaktionelle ansvar og selvstændighed, jf. § 27, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Sagens oplysninger

AFP står for 'Advertiser Funded Programmes' og er en almindeligt benyttet betegnelse for et formelt økonomisk samarbejde mellem en sponsor, her Coop Danmark A/S, og en medietjenesteudbyder, her TV 2 Danmark, om produktionen af tv-programmer. I nærværende sag er der indgået en AFP-samarbejde mellem Coop og TV 2 om produktionen af programserien *Go' Appetit*, der sendes på TV 2's hovedkanal.

Sagen er principiel, da Radio- og tv-nævnet ikke tidligere har behandlet en sag vedrørende et AFP-samarbejde mellem en sponsor og en medietjenesteudbyder.

Et AFP-samarbejde kan udgøre en risiko for overtrædelse af en række regler i reklamebekendtgørelsen. På baggrund heraf besluttede Radio- og tv-nævnet på sit møde den 17. december 2015, at tage stilling til en konkret udsendelsesvirksomhed, der bygger på et AFP-samarbejde. Nævnet valgte herefter at tage den foreliggende sag op af egen drift.

Programmerne foregår og er optaget i MAD Cooperativet, der er et supermarked på Københavns Hovedbanegård, der er ejet af Coop Danmark A/S. Coop oplyser på sin hjemmeside at MAD Cooperativet *virkeliggør Coops madmanifest, som koncernen lancerede sidste år. Under overskriften "Sammen om bedre mad" har Coop en vision om at sætte det gode måltid og de gode varer på dagsordenen. Butikken er et centralt middel til at opfylde målet om at forandre danske madkultur. Her vil de 6 løfter i visionen blive realiseret med nye varer med mere smag, flere gode madoplevelser, økologi som hvermandseje, sunderne måltidsløsninger på farten, varer med højere etisk standard og med lokale råvarer i hovedrollen.*

Beskrivelse af programmerne

TV 2 har som bilag til hørings svar af 22. februar 2016 indsendt kopi af tre afsnit af *Go' Appetit*. De tre udsendelser, som blev sendt på TV 2 den 25. januar, den 1. februar og den 7. februar 2016, har en varighed på henholdsvis 28, 28 og 24½ minutter.

Programserien *Go' Appetit* er et madprogram, hvor dagens ret bliver gennemgået for seerne. Programmerne indledes med en intro, hvor kokken Claus Holm byder seerne velkommen i sit køkken på hovedbanegården. Man ser i den korte sekvens først Claus Holm stå

udenfor MAD Cooperativet med nogle krydderurter, dernæst inde i butikken med et bundt porrer, og til sidst ses han stående inde i selve køkkenet.

Selve køkkenet der udgør tv-studiet er placeret inde i MAD Cooperativet. Køkkenet består af en 8-kantet køkken-ø, hvor værterne er placeret i midten. Der filmes udefra og ind på køkken-øen. I baggrundens ses MAD Cooperativet og personer, der handler i supermarkedet, som passerer forbi køkken-øen.

Værterne tilbereder maden, mens der fortælles om tips og tricks til madlavningen. Programmerne sluttet med billeder af de færdige retter.

Høringssvar

TV 2:

TV 2 har i høringssvar af 22. februar 2016 oplyst, at programserien *Go' Appetit* er en del af TV 2's såkaldte 'access to prime time flade' og oprindeligt lanceret i oktober 2013 som en integreret del af "Go' Aften Danmark". Programmet produceres for TV 2 af Nordisk Film & TV A/S.

I april 2015 blev *Go' Appetit* relanceret som et selvstændigt program som led i en vision om at styrke den danske madkultur i en tid, hvor danske børnefamilier er stadig mere pressede i hverdagen, og hvor den yngre generation har et begrænset kendskab til madlavning og råvarer generelt. TV 2 indgik i den forbindelse et samarbejde med Coop, som havde en tilsvarende vision. Samarbejdet mellem Coop og TV 2 er således baseret på et fælles værdigrundlag og et ønske om at give danskerne inspiration til bedre og sundere mad.

Det oplyses videre, at TV 2 har været opmærksom på, at programserien *Go' Appetit* ikke kom til at indeholde nogen form for eksponering af Coop eller Coops varemærker.

Coop

Annoncøren har i høringssvar af 22. februar 2016 oplyst, at ideen til samarbejdet mellem TV 2 og Coop opstod, *fordi der var et sammenfald mellem Coops samfundsdagsorden om at forbedre den danske madkultur og Go' Appetits formål om at gøre det sjovere at spise sundt. Ideen var, at Coop kunne medvirke til at skabe et økonomisk grundlag for en endnu mere ambitiøs udgave af det eksisterende madprogram Go' Appetit, således at programmet kunne tiltrække flere seere og stimulere interessen for at lave god og nem hverdagsmad.*

Der henvises i øvrigt til nævnets bemærkninger nedenfor.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 255 af 20. marts 2014, på sit møde den 5. april 2016 behandlet sagen og skal udtale:

Baggrunden for samarbejdet og den redaktionelle selvstændighed

TV 2 har i sit hørings svar oplyst, at AFP-samarbejdet ikke indebærer en indskrænkning af TV 2's redaktionelle frihed med hensyn til programindholdet og programsætningen. Det fremgår ligeledes af aftalen, at Coop ikke har indflydelse på programindholdet.

I forlængelse heraf har Coop i sit hørings svar anført, at ideen til samarbejdet opstod, *fordi der var et sammenfald mellem Coops samfundsdagsorden om at forbedre den danske madkultur og Go' Appetits formål om at gøre det sjovere at spise sundt. Ideen var, at Coop kunne medvirke til at skabe et økonomisk grundlag for en endnu mere ambitiøs udgave af det eksisterende madprogram Go' Appetit, således at programmet kunne tiltrække flere seere og stimulere interessen for at lave god og nem hverdagsmad.*

Dertil bemærker annoncøren, at studiet blev etableret i MAD Cooperativet, da MAD Cooperativet ikke direkte associeres med Coops øvrige supermarkeder.

TV 2 har i sit hørings svar anført, at redaktionen har fuldstændig redaktionel frihed. Det oplyses, at der ikke har været repræsentanter fra Coop til stede i forbindelse med optagelserne, og at Coop ikke har forsøgt at få indflydelse herpå. Der har heller ikke været sendt færdige programmer til gennemsyn hos Coop, ligesom TV 2 ikke har konsulteret Coop om det planlagte indhold af programmerne.

På denne baggrund finder nævnet, at AFP-samarbejdet mellem TV 2 og Coop ikke indebærer en overtrædelse af forbuddet mod sponsors indvirkning på stationens ansvar og redaktionelle selvstændighed, jf. § 27, stk. 1.

Produktionstøtte og sponsorering

Radio- og tv-nævnet lægger til grund, at programmerne er sponsoreret af Coop, idet samarbejdet indebærer et økonomisk bidrag til produktionen.

Coop er krediteret i slutningen af de tre gennemsete programmer. Selve krediteringen af sponsor sker lige forinden rulleteksterne. Krediteringen består af teksten "Produceret med støtte fra". Under

teksten er logoet for COOP, en lille firkant med hvid baggrund og "COOP" angivet med rød skrift. Tekst og logo for Coop vises i fire sekunder i de tre programmer. Den konkrete kreditering i programmerne har ikke givet anledning til bemærkninger i øvrigt.

Radio- og tv-nævnet finder på den baggrund, at der er sket kreditering af sponsor i overensstemmelse med bekendtgørelsens § 26, stk. 1, og 3.

Fremhævelse af sponsors produkter/tjenesteydelser

Radio- og tv-nævnet har konstateret, at der ikke forekommer visninger af logoer eller omtale af sponsor i modstrid med forbuddet mod angivelse af sponsor eller sponsors logo i programmerne, jf. bekendtgørelsens § 26, stk. 1.

Nævnet bemærker, at programmerne alene omhandler madlavning generelt, opskrifterne og de dertil hørende ingredienser. Programmerne indeholder ikke mundtlige fremhævelser af sponsors produkter udover mere generelle henvisninger til varer, som må anses for forventelige i et madprogram, såsom "hakket oksekød", "citron" osv.

At tv-studiet er placeret i et supermarked ændrer ikke ved dette. Alle ingredienser i programmet vises i deres naturlige form uden emballage. Nævnet har ikke kunnet konstatere genkendelige produkter i programmerne, hverken i tv-studiets del af supermarkedet eller på hylderne bag ved og rundt om tv-værterne.

TV 2 har i sit hørings svar fremhævet, at der anvendes objektiver på kameraerne, som får baggrunden omkring værterne til at fremtræde mere sløret end normalt.

I tilknytning hertil har TV 2 anført, at det ved valget af *location* var afgørende, at der ikke måtte ske fremhævelse af Coops produkter, hvorfor det var vigtigt at optagelserne foregik i et atypisk supermarked, *idet der i MAD Cooperativet bl.a. er selvstændige stande for flere forskellige næringsdrivende, ligesom selve indretningen er meget anderledes end i et klassisk supermarked. Der hænger fx ikke reklameskilte mv. med kædens logoer på inde i butikken, og det vil således ikke være muligt for seerne at identificere den som et Coop-ejet supermarked.*

Efter nævnets opfattelse er dette efterlevet i programmerne, hvorfor nævnet finder, at der programmerne ikke indeholder overtrædelser af § 26, stk. 1, og § 28, stk. 1.

Forbud mod produktplacering – reklamebekendtgørelsens § 31

I henhold til bekendtgørelsens § 31, stk. 1, er produktplacering i programmer i fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester ikke tilladt. Produktplacering er i bestemmelsens stk. 2 defineret som visning eller omtale af en vare, en tjenesteydelse eller et varemærke som led i et program mod betaling eller anden modydelse. Uanset forbuddet i bestemmelseernes stk. 1 er produktplacering tilladt efter en række nærmere angivne regler i § 32, der bl.a. omhandler produktplacering i indkøbte programmer produceret i udlandet – hvilket ikke er relevant i nærværende sag, da TV 2 er producent.

TV 2 har i sit høringssvar oplyst, at stationen ikke har nogen aftale med sponsor om anvendelse af bestemte produkter eller leverance af produkter til programmet. Indkøb af madvarer foretages af Nordisk Film og den tilknyttede kok (vært). Derudover anvendes neutrale glas eller flasker uden mærkater.

Endelig fremføres det, at stationen i enkelte tilfælde har gjort butiksbestyreren opmærksom på, at supermarkedet måtte placere mere neutrale produkter på hylderne, således at enkelte produkter ikke blev fremhævet i TV.

Radio- og tv-nævnet har ikke i programmerne konstateret tilfælde, hvor enkelte produkter bliver vist på anden måde end som en del af baggrunden bag værterne, men hvor produkterne ikke er genkendelige. Programmet indeholder herudover ikke omtale af enkelte produkter udover generiske ingrediensers egenskaber, så som at hakket kød med en høj fedtprocent er særligt godt til kødboller o.l. Ligeledes er der ikke sket omtale af eller Coop eller af MAD Cooperativet i programmerne.

Samlet er finder nævnet, at programmerne ikke indeholder visning eller omtale i strid med forbuddet mod produktplacering i bekendtgørelsen § 31, stk. 1.

Sponsors opfølgende aktiviteter og TV 2's brug af AFP generelt

Som anført ovenfor er der ikke konstateret hverken mundtlige eller visuelle fremhævelser af sponsor navn, logo eller produkter, der sælges i sponsors supermarkeder. Nævnet har derfor set på, hvad Coop som sponsor får ud af samarbejdet.

TV 2 anfører i sit høringssvar, at AFP-samarbejdet for en sponsor indebærer en generel associeringsret til programmet og adgang til at

bruge det formodede værdifællesskab og materiale i sin egen markedsføring.

TV 2 anfører om AFP-samarbejder generelt, at stationen er opmærksom på at holde den redaktionelle proces adskilt fra det kommercielle samarbejde og på den måde sikre den redaktionelle selvstændighed.

Radio- og tv-nævnet bemærker generelt til AFP-samarbejdet, at nævnet ikke har mulighed for ifølge de gældende regler for at gribe ind, når der ikke foreligger konkrete beviser for at den redaktionelle selvstændighed er anfægtet.

På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE

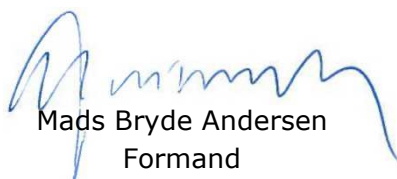
Programmerne *Go' Appetit* sendt på TV 2 den 25. januar, 1. februar og den 7. februar 2016 ikke udgør skjult reklame for Coop i strid med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

De sponsorerede programmer *Go' Appetit* indeholder ikke overtrædelse af § 26, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, idet der ikke forekommer sponsorangivelser inde i programmerne, og idet krediteringen af sponsor er sket i overensstemmelse med bestemmelsen.

Programmerne indeholder ikke tilskyndelser til køb af sponsors produkter i strid med reklamebekendtgørelsens § 28, stk. 1.

Der er ikke sket overtrædelse af forbuddet med produktplacering, jf. § 31, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, idet der ikke er sket visning eller mundtlig fremhævelse af sponsors produkter i strid med bestemmelsen.

Endelig udgør AFP-samarbejdet mellem TV 2 og Coop ikke en overtrædelse af forbuddet mod sponsors påvirkning af TV 2's redaktionelle ansvar og selvstændighed, jf. § 27, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.



Mads Bryde Andersen
Formand

/Tomas Kærup
Nævnsssekretær