STYRELSEN

Radio- og tv-nævnet

Louise Nygaard Andersen
Fuldmægtig, cand.jur.

lna@kulturstyrelsen.dk
www.kulturstyrelsen.dk

28. maj 2015

DR
DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: DR Jura, Politik og Strategi

Klage over skjult reklame for bilforhandleren Daytona i et afsnit af X-Factor på DR1

Sammendrag

Marianne Gindrup har ved mail af 4. februar 2015 klaget over skjult reklame for bilforhandleren Daytona i et afsnit af X-Factor vist på DR1.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at det påklagede afsnit af X-Factor ikke indeholder skjult reklame for bilforhandleren Daytona i strid med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Sagens oplysninger

Klagen vedrører et afsnit af programmet X-Factor.

Det påklagede afsnit af X-Factor er vist på DR1 den 23. januar 2015 kl. 20.00.

Klager anfører, at programafsnittet indeholder en meget tydelig reklame for bilforhandleren Daytona, fordi der zoomes kraftigt ind på firmanavnet, hvilket er i strid med reklamebekendtgørelsens § 2, stk. 1, jf. bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering mv. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen).

Beskrivelse af programafsnittet

DR har som bilag til høringssvar af 18. februar 2015 vedlagt en kopi af afsnittet, der har en samlet varighed af én time.

Afsnittet introduceres ved et tilbageblik på dette års auditions og en teaser for det senere indhold i showet.

Herefter kommer den officielle intro inkl. intromelodi, og der stilles over til programværten, der præsenterer et nyt koncept i X-Factor kaldet "the five chair challenge". "The five chair challenge" er en konkurrence, hvor kun de fem deltagere, der til sidst i programmet har fået en stol af dommerne, vil gå videre til næste uges runde.

Værten skal herefter besøge de tre dommere i showet og give hver af dem én deltagerkategori, som den enkelte dommer skal fokusere på i resten af showet.

Ca. to minutter inde i programmet vises en række sekvenser af en ældre, grøn sportsvogn. Man ser et klip af vognen, hvor den holder parkeret, et klip hvor programværten tager i dørhåndtaget, et klip hvor programværten sætter sig ind i vognen, og et, hvor hun kører afsted mv.

Der spilles samtidig en baggrundsmelodi, og speaket lyder:

"De tre kategorier er: "Unge solister 15-22", "Solister 23 og derover" og "Grupper". Og hvilken dommer, der får hvilken kategori, det vil Eva nu afsløre hjemme ved de tre dommere."

Herefter vises en sekvens, hvor tv-værten kører i sportsvognen på vejene i Københavnsområdet. I én af sekvenserne kan logoet "Daytona" ses på sportsvognens ene side.

Den første dommer interviewes kort i sin private bolig om hvilken programkategori, som han helst vil have.

Herefter vises atter en sekvens af sportsvognen, herunder et klip, hvor programværten parkerer den. Med et kamera, der filmer tæt på jordhøjde, vises vognens ene forhjul og det nederste af vognens fordør, hvorunder navnet "Daytona" fremgår. I næste klip trækker programværten i håndbremsen, og man hører, at motoren slukkes.

Programværten besøger nu de tre dommere én efter én.

Herefter starter selve showet og "the five chair challenge". Der forekommer ingen øvrige visuelle eller mundtlige henvisninger til Daytona i resten af programmet.

Programmet afsluttes med rulletekster.

Høringssvar

DR:
DR har i høringssvar af 18. februar 2015 indledningsvis oplyst, at den omtalte bil er af mærket Austin Healey, der blev produceret i 50'erne og udgik af produktion i 1969. Bilforhandleren med firmanavnet Daytona er en bilforhandler i Hellerup, der sælger og udlejer veteranbiler, ældre sportsvogne mv.

DR oplyser endvidere, at bilen er lejet til markedspris, hvorfor der ikke foreligger sponsorering.

DR anfører, at sekvensen med programværten, der kører i bilen, er med i programmet ud fra den redaktionelle beslutning, at programværten skal køre i en smart bil, når hun skal besøge dommerne og fortælle dem om deres programkategorier.

DR giver herefter udtryk for, at der er sket en uberettiget fremhævelse af bilforhandlernavnet "Daytona" da der, uanset fremhævelsens korte varighed og karakter, ikke er nogen redaktionel begrundelse for at vise bilforhandlerens navn på bilen.

Radio- og tv-nævnet sendte den 7. maj 2015 sagen til uddybende høring hos DR.

Til brug for Radio- og tv-nævnets behandling af sagen blev DR bedt om at redegøre nærmere for forholdene omkring lejeaftalen af sportsvognen, herunder bl.a. om det er almindelig praksis i lejeaftaler af biler til DR's programmer, at udlejeren påmonterer sit logo på udlejningsbilen.

DR oplyste i høringssvar af henholdsvis 13. maj og 20. maj 2015, at der ikke er indgået nogen lejekontrakt om leje af sportsvognen, og at der derfor alene foreligger en mundtlig aftale. I stedet vedlægger DR en faktura, hvoraf det fremgår af bilen har kostet [redacted] kr. inkl. moms at leje.

Endvidere oplyste DR, at det ikke er almindelig praksis for DR eller DR's producenter i DR's lejeaftaler af køretøjer at indgå aftaler om, at udlejeren påmonterer sit logo i anledning af, at bilen skal medvirke i et tv-program. Hvad angår logoet i den konkrete sag vedlægger DR en erklæring fra Daytona, hvori Daytona bekræfter, at logoet ikke er på-

sat eller på anden måde ændret i forbindelse med bilens udlejning til X-Factor.

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 (radio- og fjernsynsloven), på sine møder den 27. april og 27. maj 2015 behandlet sagen og skal udtale:

Det følger af § 72 i radio- og fjernsynsloven og § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, at reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer.

Reklamer, der udsendes i strid med reglerne, udgør skjult reklame.

Det fremgår af Radio- og tv-nævnets praksis på området, som er baseret på reglerne herom i artikel 1, litra j), i direktiv 2010/13/EU, at præsentationer i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser mv. udgør skjult reklame, når denne fra medietjenesteudbyderens side er ment som en reklame og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art.

Da skjult reklame er tilsigtet, kan det i praksis være vanskeligt at skelne mellem skjult reklame og lovlige henvisninger til varer m.v.

Kommissionen har derfor i sin fortolkningsmeddelelse 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "fjernsyn uden grænser[1]" i forbindelse med tv-reklamer bestemt, at det er berettiget at anvende kriteriet "uberettiget fremhævelse" af en vare eller tjenesteydelse eller en virksomheds varemærke eller navn.

Det urimelige kan bl.a. ligge i, at mærket eller den pågældende vare eller tjenesteydelse optræder gentagne gange eller fremhæves på en særlig måde. I den forbindelse skal der tages hensyn til det redaktionelle indhold i de udsendelser, disse elementer indsættes i. Hvis en vare f.eks. fremhæves uden berettigelse i forhold til udsendelsens redaktionelle indhold eller på grund af en påvirkning, som det redaktionelle indhold er blevet udsat for i kommercielt øjemed, kan dette indikere, at der foreligger skjult reklame.

Spørgsmålet er derfor, om der er sket en fremhævelse af Daytona, og i bekræftende fald, om denne fremhævelse er redaktionelt berettiget.

---

[1] Direktiv 89/552/EØF, som senere ændret ved direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester.

Det følger af Radio- og tv-nævnets praksis på området, at den blotte visning af eksempelvis et logo eller virksomhedsnavn ikke i sig selv medfører, at der er tale om en fremhævelse af den pågældende virksomhed.

Eksempelvis kan nævnes Radio- og tv-nævnets sag fra december 2011 om skjult reklame for "Advokatfirmaet Tommy V. Christiansen" på DR1. I indslaget vistes et klip, hvor en forsvarsadvokat går hen mod retsbygningen, mens han bærer på en sort stofpose med det påtrykte logo: "Advokatfirmaet v. Tommy V. Christiansen". I ca. 2 sekunder blev der zoomet ind på stofposen, hvorfor logoet var tydeligt. Herefter blev der zoomet ud igen, og der fremkom ingen yderligere henvisninger til advokatkontoret.

Nævnet fandt ikke, at der var tale om en fremhævelse af Advokatfirmaet Tommy V. Christiansen. Ved vurderingen lagde nævnet vægt på, at visningen kun skete én gang i løbet af indslaget i meget kort tid, samt at advokatfirmaet ikke blev omtalt mundtligt.

Det beror således på en konkret vurdering, hvornår visningen af et logo eller virksomhedsnavn i et program har karakter af at være en fremhævelse.

I nærværende sag ses logoet "Daytona" i alt to gange. Den ene gang i få sekunder på bilens ene side i sekvensen, hvor tv-værten kører på vejen hen til dommerne. Den anden gang ses logoet under bilens ene fordør i ca. et sekund. Programmet har en samlet varighed af en time.

I den første visning er logoet utydeligt og perifert placeret i skærmbilledet. Da bilen tilmed bevæger sig, er det svært for øjet at se og lægge mærke til, hvad der står. Radio- og tv-nævnet finder ikke, at denne visning af logoet har karakter af at være en fremhævelse.

Den anden visning af logoet sker som et led i en sekvens, hvor programværten standser bilen, trækker håndbremsen og stiger ud på parkeringspladsen. Logoet har i det sekund, hvor det vises, en central placering i skærmbilledet.

Henset til, at logoet ikke optræder uden for kontekst, og at visningen ikke varer mere end ét sekund, finder Radio- og tv-nævnet ikke, at visningen har karakter af at være en fremhævelse.

Der forekommer ingen øvrige visuelle eller mundtlige henvisninger til Daytona i resten af programmet.

Radio- og tv-nævnet finder efter en samlet vurdering ikke, at der er tale om en fremhævelse af logoet for Daytona. Det påklagede afsnit af X-Factor indeholder dermed ikke skjult reklame for Daytona i strid med reglerne herom.

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

AFGØRELSE

Det påklagede afsnit af X-Factor indeholder ikke skjult reklame for bilforhandleren Daytona i strid med § 72 i radio- og fjernsynsloven og § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Mads Bryde Andersen
Formand

Louise Nygaard Andersen
Nævnssekretær

Kopi sendt til:
Marianne Gindrup