



TV PRODUCENTERNA



SVERIGES FILMPRODUCENTER

Sveriges TV-producenter ek för
Föreningen Sveriges Filmproducenter

YTTRANDE
2009-03-16

SOU 2008:116

Kulturdepartementet
103 33 STOCKHOLM

En ny radio- och TV-lag (SOU 2008:116)

Remissinstanserna

Sveriges TV-producenter (TV-producenterna) representerar 30 av de stora produktionsbolagen. Bolagen utvecklar egna format och anpassar utländska format, producerar både underhållning, tv-drama och dokumentärer.

Sveriges Filmproducenter med över 40 medlemsföretag samlar så gott som samtliga Sveriges produktionsbolag för långfilm. Föreningen är bland annat part i Filmavtalet mellan staten och filmbranschen.

Föreningarna representerar tillsammans uppskattningsvis över 90 % av Sveriges film- och TV-produktion som inte produceras av tv-kanalerna själva.

I det följande kommer föreningarna, nedan benämnda "Film- och TV-producenterna", att yttra sig över förslaget till en ny Radio- och TV-lag.

Sammanfattning

Sammanfattningsvis välkomnar Film- och TV-producenterna utredningens förslag att anpassa Radio- och TV-lagen till AV-direktivet men anser att harmoniseringen kräver ytterligare justeringar i samband med att lagen ses över. Film och TV-producenterna menar att lagstiftaren bör;

- utöka kravet på program som framställts av självständiga producenter från 10% till lägst 25% och stipulera att producenterna ska äga rättigheterna till programmen för att bedömas som självständiga i förhållande till programföretagen;
- anpassa regeln om otillbörligt kommersiellt gynnande så att den inte kan sanktioneras med en särskild avgift med mindre än att det har förekommit en betalning, eftersom regeln annars strider mot Yttrandefrihetsgrundlagen samt innebär en strängare lagstiftning än vad som stipuleras i AV-direktivet;
- anpassa nivån för vad som anses vara otillbörligt i regeln om otillbörligt kommersiellt gynnande, så att den överensstämmer med AV-direktivets produktplaceringsregel som enligt Film- och TV-producenterna tillåter en högre grad av gynnande;



TV PRODUCENTERNA



SVERIGES FILMPRODUCENTER

- anpassa regeln om sponsringsmeddelande ytterligare så att det tydligt framgår att den avser att harmonisera med AV-direktivet;
- ändra den föreslagna regeln om delad skärm så att enbart ljud eller bild räcker för att avgränsa och identifiera reklamen från det redaktionella innehållet både i tv-sändningar och i beställ-tv samt utöka förutsättningarna för delad skärm så att bestämmelsen inte bara avser live-program utan avbrott, helst för både tv-sändningar och beställ-tv men i vart fall för beställ-tv.

Inledning

I utredningens uppdrag att förenkla RTL har ett mål varit att harmonisera den svenska lagen med AV-direktivet och därmed skapa lika och konkurrensneutrala regler för svenska och utländska tv-sändningar. Film- och TV-producenterna välkomnar detta och anser att anpassningen av RTL på vissa punkter bör göras ännu bättre och/eller tydligare. I de fall där utredningen avser att åstadkomma en harmonisering anser Film- och TV-producenterna vidare att detta tydligt bör framgå i förarbetena till lagen som en anvisning till GRN och andra granskande och dömande myndigheter och domstolar.

Kvot för program som har framställts av självständiga producenter

I utredningens förslag till ny lag finns i 5 kap 7§ regeln om produktion av självständiga producenter. Utredaren har föreslagit "Program av europeiskt ursprung" som rubrik till paragrafen. Film- och TV-producenterna anser att rubriken till paragrafen bör lyda "Program av europeiskt ursprung *som har framställts av självständiga producenter*".

Än mer viktigt är att de 10% som AV-direktivet stipulerar som minimikrav höjs till samma nivåer som flera föregångsländer på tv-området i Europa redan infört. Kravet på en minsta andel fristående och oberoende produktion finns för att stimulera en väl fungerande marknad för tv-produktion. Ju mindre en marknad är desto större skäl finns normalt att stimulera mångfald och kvalitet, detta gäller inom flera områden för svensk industri och kultur, t ex för filmstödet. Det är anmärkningsvärt att Sverige ligger på den låga nivån om 10% när länder som Danmark, Nederländerna och Storbritannien har infört 21-25%. I Frankrike är nivån så hög som 60%.

Film och TV-producenterna kräver att kvoten på 10% självständig produktion höjs till 25%. De flesta kommersiella kanaler lägger ut mer än 25% av sin produktion medan SVT ligger avsevärt under den nivån. Film och TV-producenterna har uppskattat omsättningen på marknaden för TV-produktion 2003 till 800 miljoner kronor, av dessa stod SVT för endast 50 miljoner kronor. Det främjar både konkurrens och kreativitet i tv-produktionsbranschen om SVT tvingas lägga ut en större del av sin produktion än idag.

Den andra viktiga förutsättningen för självständig produktion är att produktionsbolaget verkligen är oberoende från tv-kanalen. AV-direktivet anger riktlinjer för detta i preambel 49:



SVERIGES FILMPRODUCENTER

När medlemsstaterna definierar begreppet "producent som är oberoende av programföretag" enligt artikel 5 i direktiv 89/552/EEG bör de ta lämplig hänsyn till sådana kriterier som produktionsföretagets ägande, antalet program levererade till samma programföretag och äganderätten till andrahandsrättigheterna.

På en liten marknad som den svenska är de få köparna av tv-produktioner väldigt starka. Styrkeförhållandet mellan de köpande kanalerna och produktionsbolagen är ojämn till produktionsbolagens nackdel. Produktionsbolagen tvingas därför oftast att acceptera en total överlåtelse av rättigheterna till sina program och originalidé. Detta får till följd att producentens enda avkastning från den överlåtna programrättigheten blir ersättningen för produktionskostnaden.

AV-direktivet tar sikte på det ojämna styrkeförhållandet och behovet av att stärka de europeiska oberoende producenterna. I flera medlemsländer har man valt att gå längre än AV-direktivet genom att både ha en högre andel än de 10% samt införa reglering av rättigheter; i Storbritannien har man en Code of Practice som reglerar rättigheterna mellan självständiga producenter och tv-kanaler. De svenska producenterna har sedan länge behövt samma stöd. Oberoende och självständiga producenter behöver långsiktighet i sin verksamhet. En sådan långsiktighet kan bara åstadkommas med en katalog av program som produktionsbolaget kan förvalta och förädla, själv eller tillsammans med tv-kanalerna.

Ett produktionsbolag består normalt av få fast anställda personer och korta produktionscykler om 1-2 säsonger. Liksom i andra kreativa branscher består värdet i ett produktionsbolag av immateriella tillgångar samt personalen. Eftersom personalen normalt är freelance och rörligheten är stor inom branschen så är det oerhört viktigt för ett produktionsbolag att äga sin katalog av program och därigenom få avkastning på program som man producerar för tv-kanalerna. Under sådana förutsättningar kan bolaget bli starkt och konkurrenskraftigt nog att investera och ta de ekonomiska riskerna för att skapa egna format för den svenska och utländska marknaden.

Att de 25% självständig produktion som Film- och TV-producenterna begär ägs av de som skapat produktionen är inte bara rimligt utan nödvändigt för utvecklingen av den oberoende svenska produktionsbranschen.

Sammanfattningsvis kräver Film och TV-producenterna

1. att kvoten för självständig produktion höjs till 25%,
2. att en förutsättning för att räkna produktion som självständig är att produktionen ägs och förvaltas av producenten samt;
3. att andelen självständig produktion kontrolleras av GRN eller Radio- och TV-verket årligen och inte vartannat år som utredaren föreslår.

Kvot för europeisk produktion av beställ-tv

Film- och TV-producenterna välkomnar utredningens förslag att beställ-TV ska främja framställning av och tillgång till europeisk produktion. Som exempel i AV-direktivet och i



SVERIGES FILMPRODUCENTER

utredningens nämns att ett sätt att främja sådana produktioner är att finansiera produktionen av dem. Film- och TV-producenterna anser att beställ-TV-tjänster också kan bidra till Filmavtalet.

Produktplacering

Produktplacering, otillbörligt kommersiellt gynnande och grundlagen

Film och TV-producenterna välkomnar och tillstyrker utredningens uppfattning att det saknas skäl att införa ett totalförbud mot produktplacering och gör samma tolkning som utredningen nämligen att Yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) ska tolkas restriktivt i förhållande till begreppet reklam och sponsrade program. Produktplaceringsreglerna ska därför inte tillämpas om produktionsbolaget erhåller ersättning för produktplacering. När någon annan än leverantören av medietjänsten har fått ersättning för att en produkt ska förekomma i ett program och produkten framhävs i programmet på ett otillbörligt sätt kan förfarandet angripas med stöd av bestämmelserna om otillbörligt kommersiellt gynnande (se bl a sid 70 i utredningen).

Film- och TV-producenterna anser att de två reglerna bör formuleras på liknande sätt. Nya RTL måste rimligtvis respektera YGL:s förutsättningar både vad avser produktplacering och otillbörligt kommersiellt gynnande. Båda reglerna avser nämligen förekomsten av varumärken, varor och tjänster i program som långt ifrån alltid kan bedömas som ”reklam”. I fallet otillbörligt kommersiellt gynnande kan det dessutom ofta vara så att det inte förekommer någon ersättning, d v s programmet har inte bekostats av någon annan. I YGL 1 kap 12§, 2 st står:

Bestämmelserna i denna grundlag hindrar inte att det i lag meddelas föreskrifter om förbud i övrigt mot kommersiell reklam i radioprogram eller om villkor för sådan reklam. Detsamma gäller föreskrifter om förbud mot och villkor för annan annonsering och sändning av program, som helt eller delvis bekostas av annan än den som bedriver programverksamheten.

En konsekvens av YGL:s förutsättningar, nämligen att det ska handla om ”annonsering” av en viss vara eller tjänst i ett program eller ”program som helt eller delvis har bekostats av någon annan än den som bedriver programverksamheten” är att regeln om otillbörligt kommersiellt gynnande måste förtydligas och i viss mån ändras. Innebörden av YGL 1 kap 12 § är att en slumpmässig fokusering av en vara eller tjänst som ibland kan uppstå i ett program (och där det inte förkommer någon ersättning) inte kan angripas med de sanktioner som annars gäller för annons- och sponsringsregler i RTL.

Film och TV-producenterna menar att regeln om otillbörligt kommersiellt gynnande bör formuleras så att den endast kan vara föremål för särskild avgift om det kommersiella gynnandet är kopplat till en ersättning på det sätt som anges i 1 kap 12§ YGL. Detta bör ske genom en förändring av sanktionsbestämmelsen i 17 kap 5§ punkt 2 enligt följande:



TV PRODUCENTERNA



SVERIGES FILMPRODUCENTER

Den som inte följer de bestämmelser och villkor som anges i denna paragraf får åläggas att betala en särskild avgift. Detta gäller
2. bestämmelserna om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen enligt 5 kap 5§ och 14 kap 2§ under förutsättning att gynnandet är förenat med betalning eller liknande ersättning,

Produktplacering och definitionen av otillbörligt framhävande av produkt

Utredaren föreslår att produktplacering ska tillåtas under vissa förutsättningar. Film och TV-producenterna tillstyrker förslaget och utredningen att detta behövs, utredningen skriver (s. 275) att då den tekniska utvecklingen ger tittarna större möjligheter att undvika tv-reklamen, vilket i sin tur gör det svårare för programföretagen att finansieras sin verksamhet, så är reglerna om produktplacering motiverade som en alternativ inkomstkälla.

En av förutsättningarna för produktplacering är att den berörda produkten inte framhävs på ett otillbörligt sätt. Utredningen (s.271) menar att AV-direktivets regel om otillbörligt framhävande motsvaras av den svenska regeln om otillbörligt kommersiellt gynnande. Film och TV-producenterna kan konstatera att Granskningsnämndens praxis för otillbörligt kommersiellt gynnande är väldigt sträng. Vi har svårt att tänka oss att tanken med gränsen för *otillbörligt* i AV-direktivet är densamma som nämndens praxis, i så fall är frågan om den nya möjligheten till produktplacering kommer ha någon effekt alls för branschen annat än införandet av ytterligare pålagor för branschen i form av informationsplikt vilket knappast har varit syftet med direktivet och inte heller kan vara avsikten med det nya lagförslaget.

Det är viktigt att nivån för vad som är otillbörligt är densamma i de båda reglerna produktplacering och otillbörligt kommersiellt gynnande och Film och TV-producenterna anser att den bör anpassas så att en högre grad av gynnande accepteras än det som Granskningsnämnden idag accepterar under bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt gynnande. Det är viktigt att det i förarbetena förtydligas att en ändring eftersträvas som en riktlinje för framtida praxis.

Ett sätt att införa en gemensam tolkning av otillbörligt är att också definiera otillbörligt kommersiellt gynnande i Kap 3 till nya RTL på följande sätt:

Otillbörligt kommersiellt gynnande; när en vara, en tjänst eller ett varumärke i marknadsföringssyfte framhävs otillbörligt i ett program som inte motiveras av ett informations- eller underhållningsintresse;

Sammanfattningsvis kan konstateras att om ändringen av RTL:s regel om otillbörligt kommersiellt gynnande inte görs kommer i praktiken regleringen av otillbörligt framhävande av produkter och varumärken att vara strängare i RTL än i AV-direktivet och även strida mot YGL 1 kap 12§.



TV PRODUCENTERNA



SVERIGES FILMPRODUCENTER

Vidaresändningsplikt i kabelnät

Film- och TV-producenterna har inget att invända mot utredarens förslag i avsnitten 4.1 – 4.4. När det däremot gäller villkoren för att hushåll ska få ta del av programtjänster förstår vi inte utredningens resonemang. Film- och TV-producenterna vill med kraft hävda att en av de nödvändiga kostnaderna för att sändningen ska kunna åstadkommas är att upphovsrätten är betald. Det är knappast en kostnad för mottagningen, utan en lika nödvändig komponent som kostnad för den fysiska distributionen eller för programkortet.

Sponsringsmeddelanden

Film- och TV-producenterna tillstyrker utredarens förslag att anpassa regeln om utformningen av sponsringsmeddelanden till vad som gäller i AV-direktivet. I förslaget till paragraf 6 står:

Ett sponsringsmeddelande i en TV-sändning eller beställ-TV ska innehålla sponsorns namn, logotyp eller något annat kännetecken för sponsorn. Meddelandet får inte innehålla säljfrämjande inslag eller något annat som gör att det kan förväxlas med reklam.

Förslaget måste läsas så att den första meningen avser det informationsbehov som tittarna anses ha för att veta att ett program har bekostats av någon annan, d v s vad sponsringsmeddelandet minst *måste* innehålla. Den andra meningen stipulerar vad som *får* förekomma i sponsringsmeddelandet, d v s gränsen för vad som mest får förekomma och den går där meddelandet innehåller säljfrämjande inslag eller annat som kan förväxlas med reklam. Film- och TV-producenterna tolkar det som att utredaren föreslagit en ändring av Granskningsnämndens (GRN) hittills gällande stränga praxis som t ex inte tillåtit hänvisning till webbadresser i sponsringsmeddelandet. Eftersom det i GRNs praxis synes vara så att nämnden bedömt just webbadresser och andra informativa uppgifter om sponsorn som varandes reklamliknande budskap så finns det en uppenbar fara att utredningens förslag till direktivanpassning inte får någon effekt för branschen. Film- och TV-producenterna anser därför att formuleringen/förutsättningen ”annat som gör att det kan förväxlas med reklam” bör strykas och att endast ”säljfrämjande inslag” står kvar. Vidare anser vi att man bör ta in det som i AV-direktivet (art 3f c)) inte har tagits med i utredarens förslag; ”såsom en hänvisning till sponsorns produkt(er) eller tjänst(er)”. För att göra det tydligt att den önskade effekten av ändringen i RTL är att skapa en enhetlighet mellan AV-direktivet och RTL bör detta också tydligt framgå i förarbetena till lagen som en anvisning till GRN och andra granskande och dömande myndigheter och domstolar.

Nya reklamtekniker

AV-direktivet i artikel 10.1 stipulerar att direktivet inte ska lägga hinder i vägen för nya reklamtekniker. Film och TV-producenterna välkomnar utredningens förslag till virtuell reklam, annonsering med delad skärm och elektroniska företagsskyltar och som redan har accepterats inom flera andra EU-länder sedan 2004 när Kommissionen, i ett tolkningsmeddelande, förklarade sådana tekniker i linje med det dåvarande TV-direktivet.



TV PRODUCENTERNA



SVERIGES FILMPRODUCENTER

Film och TV-producenterna anser dock att nya RTL måste gå lite längre och anpassas till AV-direktivet än vad utredaren har föreslagit.

Ett sådant exempel är reklam i anslutning till beställ-tv, den förekommer ofta genom delad skärm, genom t ex att en transparent reklamskylt visas under en kort stund eller att en sk rulltext i nedre delen av skärmen rullar förbi. Den här typen av delad skärm kan inte delas av med både ljud och bild-signatur som föreslås i RTL 5§. Vi föreslår därför två åtgärder som är väldigt viktiga för annonsfinansierad beställ-tv:

1. ändra den föreslagna 5 § så att antingen ljud eller bild kan räcka för att avgränsa och identifiera reklamen, både i tv-sändningar och i beställ-tv samt
2. utöka förutsättningarna för delad skärm så att det inte bara avser live-program utan avbrott, helst för både tv-sändningar och beställ-tv men i vart fall för beställ-tv.

För Sveriges TV-producenter ek för

För Föreningen Sveriges Filmproducenter ek för

Robert Aschberg
Ordförande

Björn Rosengren
Ordförande