

Sanoma Entertainment Finland Oy
PL 95
00089 SANOMA

Tuuri- ja Unitupa-ohjelmat

PÄÄTÖS TELEVISIO -JA RADIOTOIMINTALAIN RIKKOMISESTA

ASIAN VIREILLETULO JA SOVELLETTAVAT SÄÄNNÖKSET

Asian tausta

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain (744/1998 muutoksineen) kaupallista viestintää koskevia keskeisiä periaatteita ovat mainonnan ja toimituksellisen sisällön erottaminen ja ohjelman ulkopuolisen rahoituksen läpinäkyvyys suhteessa katsojaan. Katsojille on kerrottava siitä, onko ohjelma sponsoroitu tai sisältääkö se tuotesijoittelua. Viestintävirasto on päättänyt pyytää Sanoma Entertainment Finland Oy:ltä (jäljempänä "Nelonen Media") selvitystä Tuuri- ja Unitupa-ohjelmien tuotannosta ja esittämisestä.

Sovellettavat säännökset ja niiden tulkinta

Viestintävirasto valvoo televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 35 §:n nojalla kyseisen lain ja sen nojalla annettujen säännösten ja määräysten noudattamista.

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 21 §:n mukaan kaupallisen viestinnän on oltava selkeästi tunnistettavissa. Hallituksen esityksessä (87/2009 vp) on todettu, että tunnistettavuusvaatimuksesta johtuen piilotetusti toteutettu kaupallinen viestintä on kielletty. Tunnistettavuusvaatimus merkitsee myös alitajunnan kautta vaikuttavan kaupallisen viestinnän olevan kielletty. Euroopan yhteisöjen komissio on tarkastellut tiedonannossaan (2004/C 102/02) piilomainonnan tunnistamista. Tiedonannon mukaan piilomainonta on televisioyhtiön tarkoituksellisesti tekemää, jos se on tehty mainostarkoituksessa ja siihen liittyy riski, että yleisöä johdetaan harhaan toiminnan luonteen suhteen. Komissio arvioi tiedonannossaan tuotteen, palvelun, tavaramerkin tai yrityksen nimen sopimatonta silmiinpistävyyttä. Arviossa tulee ottaa huomioon tavaramerkin, tuotteen tai palvelun toistuva esiintyminen, tapa jolla ne esitetään sekä ohjelmien toimituksellinen sisältö. Nämä arviointikriteerit ovat hallituksen esityksen mukaan edelleen ajankohtaisia.

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 26 §:n mukaan sponsori ei saa vaikuttaa sponsoroidun audiovisuaalisen ohjelman tai radio-ohjelman taikka audiovisuaalisen sisältöpalvelun sisältöön eikä ohjelmien sijoitteluun ohjelmistossa siten, että se vaikuttaa audiovisuaalisen sisältöpalvelun tarjoajan tai radiotoiminnan harjoittajan vastuuseen tai toimitukselliseen riippumattomuuteen ohjelmien suhteen. Sponsoroidujen audiovisuaalisten ohjelmien ja radio-ohjelmien alussa tai lopussa on esitettävä selvästi sponsorin nimi tai tunnus. Sponsoroiduissa audiovisuaalisissa ohjelmissa tai radio-ohjelmissa ei saa rohkaista ostamaan tai vuokraamaan sponsorin tai kolmannen osapuolen tuotteita tai palveluja viittaamalla erityisesti ja mainosluonteisesti kyseisiin tuotteisiin tai palveluihin taikka muulla tavalla.

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 28 b §:n mukaan Tuotesijoittelussa ei saa:

- a) vaikuttaa tuotesijoittelulla ohjelmien sisältöön tai niiden sijoitteluun ohjelmistossa;
- b) rohkaista hankkimaan tuotteita tai palveluja;
- c) mainosluonteisesti tai muuten erityisesti viitata tuotteisiin;
- d) aiheettomasti korostaa tuotteita.

Yleisölle on joko tekstillä tai sisältöpalvelujen tarjoajien yhtenäisesti käyttämällä tunnukseksi selkeästi ilmoitettava siitä, että audiovisuaalisessa ohjelmassa on tuotesijoittelua. Ilmoitus pitää sijoittaa audiovisuaalisen ohjelman alkuun, loppuun ja jokaisen mainoskatkon jälkeen. Ilmoitus ei saa olla mainosluonteinen.

Säännöksen perusteluissa on todettu, että olennaista on se, miten tuotteita tai palveluita ohjelmissa käytetään ja miten niitä kuvataan. Tuotesijoittelu on sallittu vain jos se sopii luontevasti ohjelman toimitukselliseen sisältöön ja tuotteen näyttämisen perustuu aitoon toimitukselliseen tarpeeseen. Ohjelmaan sijoitettuja tuotteita ei saa korostaa kuvausteknisin keinoin. Olennaista tuotesijoittelusääntelyn käytännön soveltamisessa on se, ettei tuotesijoittelulla kierretä mainonnalle asetettuja vaatimuksia.

Jos tuotesijoittelua ilmenee muissa kuin sellaisissa ohjelmissa missä se on sallittu tai jos tuotesijoittelusta ei ilmoiteta taikka jos ohjelmissa aiheettomasti korostetaan niihin sijoitettuja tuotteita, voi kyse olla kielletystä piilomainonnasta. Sponsorointi ja tuotesijoittelu samassa ohjelmassa on mahdollista, mutta kumpaakin arvioidaan erikseen omien säännönsä perusteella.

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 36 §:n mukaan jos televisio- tai radiotoiminnan harjoittaja taikka muu viestintämarkkinalaissa tarkoitettu teleyritys rikkoo televisio- ja radiotoiminnasta annettua lakia tai sen nojalla annettuja säännöksiä tai määräyksiä, valvontaviranomainen voi antaa sille huomautuksen ja velvoittaa sitä korjaamaan virheensä tai lainlyöntinsä.

ASIAN SELVITTÄMINEN

Viestintäviraston selvityspyyntö 24.11.2010

Viestintävirasto pyysi Nelonen Medialta selvitystä Tuuri- ja Unitupa-ohjelmien tuotannosta ja esittämisestä. Selvitystä pyydettiin seuraavista seikoista:

1. missä roolissa Veljekset Keskinen Oy on Tuuri-ohjelman tuotannossa (sponsori, tuotesijoittelu, muu mahdollinen yhteistyö);

2. sisältääkö Tuuri-ohjelma Veljekset Keskinen Oy:n tai jonkun muun yrityksen tai sen tuotteiden tai palveluiden sponsorointia tai tuotesijoittelua ja onko katsojia informoitu tästä;
3. missä roolissa Unikulma Oy on Unitupa-ohjelman tuotannossa (sponsori, tuotesijoittelu, muu mahdollinen yhteistyö); ja
4. sisältääkö Unitupa-ohjelma Unikulma Oy:n tai jonkun muun yrityksen tai sen tuotteiden tai palveluiden sponsorointia tai tuotesijoittelua ja onko katsojia informoitu tästä?

Nelonen Median selvitys 10.12.2010

Viestintävirasto on vastaanottanut Nelonen Median selvityksen asiassa sekä tallenteet 7.11, 14.11 ja 21.11. lähetetyistä Unitupa-ohjelman jaksoista ja 9.11, 16.11 ja 23.11. lähetyistä Tuuri-ohjelman jaksoista. Nelonen Media toteaa selvityksessä seuraavaa:

Tuuri-ohjelma

Nelonen Media kertoo, että ohjelman on tuottanut tuotantoyhtiö Van Der Media Oy ja se perustuu ruotsalaiseen Ullared -formaattiin. Nelonen Media toteaa, että Veljekset Keskinen Oy ei ole osallistunut ohjelman tuotantoon tai rahoitukseen Viestintäviraston mainitsemisissä rooleissa (tuotesijoittelu, sponsorointi), eikä Nelonen Medialla ole ohjelman tuotantoon liittyen minkäänlaista sopimussuhdetta Veljekset Keskinen Oy:hyn. Ohjelma on tilattu normaaleja tuotantokäytäntöjä vastaavalla tavalla Van der Media Oy:ltä, joka on sopinut formaatin käyttöoikeuksista formaatin haltijan, Strix Television Ab:n kanssa. Nelonen Media korostaa, että Veljekset Keskinen Oy ei näin ollen ole myöskään vaikuttanut ohjelman sisältöön tai edes saanut ohjelmaa nähtäväkseen ennen sen tv-esitystä ja ohjelma on toteutettu riippumatta kyseisestä yrityksestä journalistisia periaatteita noudattaen.

Nelonen Media kertoo, että ohjelmaan liittyvät sisällölliset ratkaisut on tehty toimituksellisin perustein ja ohjelman tuotannon keskeisiä lähtökohtia on nimenomaan ollut riippumattomuus tapahtumapaikkana toimivasta yrityksestä. Nelonen Media toteaa, että ohjelmassa esitetään myös Veljekset Keskinen Oy:n kannalta negatiivisia seikkoja ja tapahtumia sekä kritiikkiä Keskinen Kyläkauppaan kohtaan. Selvyyden vuoksi Nelonen Media toteaa, että ohjelma ei sisällä Veljekset Keskinen Oy:n tuotteen, palvelun tai tavaramerkin vastikkeellista näkyvyyttä. Näin ollen Nelonen Media toteaaakin, että Veljekset Keskinen Oy ei ole osallistunut ohjelman tuotantoon tai sen rahoitukseen sponsorin, tuotesijoittelijan tai myöskään muun vastaavan ominaisuudessa.

Nelonen Media katsoo, että Veljekset Keskinen Oy:n voi katsoa myötävaikuttaneen ohjelman tuotantoon lähinnä siten, että se on sallinut mm. tilojensa käytön sekä henkilökuntansa ja asiakkaittensa haastattelemisen ohjelman toteutusta varten, jonka lisäksi Nelonen Median käsityksen mukaan ohjelman tuotantoyhtiö Van Der Media Oy on saanut Veljekset Keskinen Oy:ltä alennuksia majoitus- ja vastaaviin palveluihin tuotannon yhteydessä. Sen sijaan Veljekset Keskinen Oy:n kanssa ei ole sovittu näkyvyydestä tai muusta vastaavasta hyödystä yhtiölle. Edellä sanotusta huolimatta Nelonen Media on ohjelman jaksojen lähetyksen yhteydessä esittänyt "Ohjelma sisältää tuotesijoittelua" -tunnuksen. Edellä sanotuilla perusteilla tämä ei olisi Nelonen Median näkemyksen mukaan ollut välttämätöntä, mutta ilmoitus on tästä huolimatta lisätty ohjelman yhteyteen varovaisuussyistä.

Unitupa-ohjelma

Nelonen Media kertoo, että ohjelmassa selvitetään vinkkejä parempiin uniin sekä pureudutaan katsojien uneen ja nukkumiseen liittyviin toiveisiin ja kysymyksiin yhdessä asiantuntijoiden kanssa. Asiantuntijavierailujen lisäksi ohjelmassa ratkotaan uneen ja makuuhuoneisiin liittyviä haasteita katsojakohteissa.

Ohjelman on tuottanut Visual Sports Oy, jonka kanssa Nelonen Media on sopinut ohjelman esitysoikeuksista. Ohjelman rahoittajana on toiminut Unikulma Oy, joka on maksanut tuotannon rahoituksen Visual Sports Oy:lle, eli Nelonen Media ei ole itse saanut rahallista korvausta Unikulma Oy:ltä. Tästä huolimatta Nelonen Media luonnollisesti vastaa televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain mukaisesti lähetystoiminnan harjoittajana ohjelmasta suhteessa kolmansiin osapuoliin.

Nelonen Media toteaa, että ohjelma on sponsoroitu ja sisältää joltain osin tuotesijoittelua. Laki ei kiellä sponsoroinnin ja tuotesijoittelun käyttämistä, edellyttäen, että lain asettamia reunaehtoja noudatetaan. Lain 26 § sisältää sponsoroiduille ohjelmille asetetut vaatimukset. Sponsorin ei saa pykälän 1 momentin mukaan vaikuttaa sponsoroidun televisio-ohjelman sisältöön ja sijoitteluun ohjelmistossa siten, että se vaikuttaisi lähetystoiminnan harjoittajan vastuuseen ja toimitukselliseen riippumattomuuteen ohjelmien suhteen. Pykälän 2 momentin mukaan sponsoroitujen televisio- ja radio-ohjelmien alussa tai lopussa on esitettävä selvästi sponsorin nimi tai tunnus. Nelonen Median näkemyksen mukaan ohjelma täyttää tältä osin televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain edellytykset. Unikulma Oy ei ole vaikuttanut ohjelman sisältöön tai ohjelman sijoitteluun ohjelmistossa siten, että se vaikuttaisi lähetystoiminnan harjoittajan vastuuseen. Ohjelman yhteyteen on lain edellyttämällä tavalla liitetty ilmoitus sponsoroinnista siten, että sponsoritunnisteista ilmenee selkeästi sponsoroinnin luonne ja sponsorointiyhteys ohjelmaan. Sponsoroinnista ilmoitetaan ohjelman yhteydessä selkeästi tekstillä ”Ohjelman tarjoaa Unikulma”.

Lain 26 § 3 momentin mukaan sponsoroiduissa televisio- tai radio-ohjelmissa ei saa rohkaista ostamaan sponsorin tuotteita tai palveluja varsinkaan viittaamalla erityisesti ja mainosluonteisesti kyseisiin tuotteisiin. Nelonen Median näkemyksen mukaan mainitunlaisia ostokehottuksia ei ohjelmassa esiinny ja Unikulma Oy:n tuotteilla ja palveluilla on luonnollinen yhteys ohjelman sisältöön. Nelonen Median mukaan ainakin osaan ohjelman jaksoista voi katsoa sisältyvän Unikulma Oy:n tuotteiden ja palveluiden tuotesijoittelua. Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 28 b §:n mukaan tuotesijoittelussa ei saa vaikuttaa tuotesijoittelulla ohjelmien sisältöön tai niiden sijoitteluun ohjelmistossa, rohkaista hankkimaan tuotteita tai palveluja, mainosluonteisesti tai muuten erityisesti viitata tuotteisiin, tai aiheettomasti korostaa tuotteita. Tältä osin Nelonen Media katsoo, että ohjelma täyttää lain edellytykset. Nelonen Media toteaa kuitenkin, että ohjelman yhteydessä ei lain 28 b § 2 momentin edellyttämällä tavalla ole ilmoitettu ohjelman sisältävän tuotesijoittelua. Kyseessä on tältä osin inhimillinen virhe, jonka Nelonen Media on nyt korjannut ja ohjelman tulevissa jaksoissa tullaankin näkemään lain edellyttämä ilmoitus tuotesijoittelusta. Nelonen Media pahoittelee asiassa tapahtunutta virhettä.

Viestintäviraston lisäselvityspyynnö 21.1.2011

Viestintävirasto tutustui Nelonen Median toimittamaan selvitykseen ja tallenteisiin, minkä jälkeen Viestintävirasto pyysi Nelonen Medialta lisäselvitystä alla luetelluista seikoista.

21.11.2010 lähetetty Unitupa-ohjelman jakso

Viestintävirasto kiinnitti huomiota siihen, että jaksossa oli varattu paljon näkyvyyttä Finsor Oy:n tarjoamalle Beddit.com -sovellukselle. Jaksossa haastateltiin yrityksen edustajaa, joka kertoi palvelusta ja sen ominaisuuksista. Jaksossa myös kerrotaan palvelun hinnoista ja sen myyntikanavista. Viestintävirasto pyysi:

- 1.) Nelonen Medialta selvitystä Finsor Oy:n roolista jaksossa ja koko Unitupa-ohjelmassa (sponsori, tuotesijoittelu, mahdollinen muu yhteistyö);
- 2.) Nelonen Mediaa toimittamaan selvityksen yhteydessä kaiken aineiston, jolla sovitaan Beddit.com -palvelun näkyvyydestä Unitupa-ohjelmassa;
- 3.) Nelonen Mediaa lausumaan näkemyksensä siitä, miten Beddit.com -palvelun sijoittamisella ohjelmaan on noudatettu televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain säännöksiä.

Tuotesijoittelusta ilmoittaminen Tuuri-ohjelmassa

Nelonen Media totesi 10.12.2010 päivätyssä selvityksessään, että se on Tuuri-ohjelman jaksojen lähettämisen yhteydessä esittänyt "Ohjelma sisältää tuotesijoittelua" -tunnuksen. Viestintävirasto ei kuitenkaan havainnut Nelonen Median toimittamien tallenteiden perusteella, että Tuuri-ohjelman 16.11.2010 ja 23.11.2010 lähetetyt jaksot olisivat sisältäneet tuotesijoittelusta kertovan ilmoituksen. Viestintävirasto varasi Nelonen Medialle mahdollisuuden tarkentaa selvitystään tältä osin.

Tuuri-ohjelman rahoitus ja tuotannon muu tukeminen

Nelonen Media mainitsi selvityksessään, että sen käsityksen mukaan tuotantoyhtiö Van Der Media Oy on saanut Veljekset Keskinen Oy:ltä alennuksia majoituspalveluista ja vastaavista palveluista tuotannon yhteydessä.

Viestintävirasto pyysi Nelonen Medialta tarkempaa selvitystä Veljekset Keskinen Oy:ltä Tuuri-ohjelman tuotantoa varten saaduista alennuksista, tavaroista, palveluista ja muista mahdollisista eduista. Selvityksen yhteydessä pyydettiin toimittamaan tiedot, joiden avulla Viestintävirasto voi arvioida Veljekset Keskinen Oy:n tarjoamien etujen vaikutusta ja suhdetta Tuuri-ohjelman tuotantokustannuksiin.

Tuuri- ja Unitupa-ohjelmien tuotantosopimukset

Viestintävirasto oli pyytänyt Nelonen Mediaa toimittamaan kaikki Tuuri- ja Unitupa-ohjelmien tuotantoon ja lähettämiseen liittyvät sopimukset. Nelonen Media oli toimittanut Viestintävirastolle sopimukset, joilla on sovittu Tuuri- ja Unitupa-ohjelmien lähetysoikeuksista. Nelonen Media ei ole kuitenkaan ollut toimittanut tietoja, joista ilmeni, mitä tuotteiden ja palveluiden näkyvyydestä oli sovittu Tuuri- ja Unitupa-ohjelmien tuotannon yhteydessä.

Viestintävirasto pyysi Nelonen Mediaa toimittamaan

1.) tiedot siitä, mitä tavaroiden ja palveluiden näkyvyydestä Tuuri- ja Unitupa-ohjelmissa on sovittu, mukaan lukien tuotantoyhtiön solmimat tavaroiden ja palveluiden näkyvyyttä koskevat sopimukset;

2.) Unitupa-ohjelman esityskautta 2010 koskevat sopimusasiakirjat.

Nelonen Median vastaus 11.2.2011

21.11.2010 lähetetty Unitupa-ohjelman jakso

Finsor Oy:n rooli on Nelonen Median saaman selvityksen perusteella ollut seuraava: Finsor Oy toimi kyseisessä Unituvan jaksossa älyvuodeteknologian asiantuntijana. Yhtiö on kehittänyt älyvuodeteknologian jota Unikulma Oy käyttää valmistamissaan älyvuoteissa. Järjestelmää ylläpidetään Beddit.com -verkkopalvelun avulla. Kyseisessä jaksossa Finsor Oy toimi palvelutuottajan roolissa analysoimassa ihmisten nukahtamista ko. älyvuoteissa. [...]

]

Nelonen Media katsoo, että Beddit.com -palvelun sisältyminen ohjelmaan ei ole televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain mukaista tuotesijoittelua. Kuten edellä on todettu, [...]

]

Tuuri-ohjelman rahoitus ja tuotannon muu tukeminen

Vastoin Nelonen Median aiempaa käsitystä on käynyt ilmi, että Tuuri-ohjelman jaksojen 16.11.2010 ja 23.11.2010 yhteydessä ei ole ollut tuotesijoittelua koskevaa ilmoitusta. Nelonen Media pahoittelee aiemmassa vastauksessa tältä osin ollutta virheellistä tietoa, mutta toistaa näkemyksensä siitä, että tässä vastauksessa sekä aiemmassa selvityksessä esiteillä perusteilla ohjelman yhteydessä ei ole ollut televisio- ja radiotoiminnasta annetussa laissa tarkoitettua tuotesijoittelua.

Tuuri-ohjelman rahoitus ja tuotannon muu tukeminen

Nelonen Media kertoo, että tuotantoyhtiö Van Der Media Oy:n ja Veljekset Keskinen Oy:n välisen sopimuksen mukaan [...]

].

Van Der Media Oy on siis saanut Veljekset Keskinen Oy:ltä oikeuden käyttää kuvauspaikkana Keskinen myymälän alueita, jonka lisäksi Keskinen on tarjonnut majoituspalveluita ohjelman kuvausjakson aikana ohjelman tuotantoryhmälle. Nelonen Media ja Van Der Media katsovat kui-

tenkin, ettei kyseessä ole ollut televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 28 a §:ssä tarkoitettu ns. tarpeistosijoittelu. Nelonen Media viittaa tältä osin televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 28 a §:n perusteluihin, joiden mukaan "--Jos ohjelmaan annettavalla tarpeistolla ei ole merkittävää arvoa, kyse ei ole tuotesijoittelusta. Vertailukohtia tarpeiston ja palkintojen arvolle ovat ohjelman tuotantokustannukset sekä alalla yleisesti noudatettu käytäntö sekä se, minkälaisen merkityksen yksittäiset tarpeistesineet tai palkinnot ohjelmassa saavat."

Edellä sanotut majoitukseen liittyvät palvelut ovat Nelonen Median sekä tuotantoyhtiö Van der Median käsityksen mukaan tavanomaisia ja verrattain vähämerkityksellisiä suhteessa ohjelman tuotantobudjettiin ja Nelonen Median ohjelmasta maksamaan korvaukseen [...]

]. Kyseisten palveluiden ei voida myöskään katsoa saavan ohjelmassa minkäänlaista näkyvyyttä. Lisäksi em. palveluiden antamisen edellytykseksi ei ole asetettu näkyvyyttä ohjelmassa eikä Veljekset Keskinen Oy ole muutoinkaan vaikuttanut ohjelman sisältöön. Ohjelma ei siis sisällä Veljekset Keskinen Oy:n tuotteen, palvelun tai tavaramerkin vastikkeellista näkyvyyttä.

Nelonen Media kertoo, että ohjelmaan liittyvät sisällölliset ratkaisut on tehty toimituksellisin perustein ja ohjelman tuotannon keskeisiä lähtökohtia on nimenomaan ollut toimituksellinen riippumattomuus tapahtumapaikkana toimivasta yrityksestä sekä dokumentaarisuus. Kuten aiemmin on jo todettu, ohjelmassa esitetään myös Veljekset Keskinen Oy:n kannalta negatiivisia seikkoja ja tapahtumia sekä kritiikkiä Keskinen Kyläkauppaa kohtaan. Edellä sanotulla perusteella ja mm. palveluiden vähäinen merkitys ja tavanomaisuus huomioiden Nelonen Media katsoo, että kyse ei ole ollut televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain tarkoittamasta tuotesijoittelusta (ml. lain 28 a §:ssä tarkoitettu tarpeistosijoittelu). Kyse ei Nelonen Median käsityksen mukaan myöskään ole ollut ohjelman sponsoroinnista, sillä em. tavanomaisissa majoituspalveluissa ei ole kyseessä lain tarkoittamalla tavalla ohjelman tuotannon taloudellinen [..] tukeminen, eikä sen tarkoituksena ei ole ollut hyödykkeiden myynnin tai Keskinen tunnettuuden edistäminen. Jos tämä olisi ollut tarkoituksena, asiaa olisi myös sovittu nimenomaisesti. Lisäksi, vaikka kyse ei ole ollutkaan ohjelman rahoitukseen osallistumisesta, onkin syytä huomata, että lain mukaan sponsorointina ei pidetä myöskään pelkkää ohjelman rahoitukseen osallistumista ilman siitä saatavaa näkyvyyttä.

Tuotantosopimukset

Tuuri

Nelonen Media on toimittanut Viestintävirastolle Nelonen Median ja Van Der Media Oy:n välillä solmitut sopimukset ohjelman oikeuksiin liittyen sekä Van Der Media Oy:n ja Veljekset Keskinen Oy:n välillä solmitun sopimuksen yhteistyöstä tv-tuotannossa.

[...]

]

Unitupa

Nelonen Media on toimittanut Viestintävirastolle Nelonen Median ja Visual Sports Oy:n välillä solmitun sarjan tuotantokautta 2009 koskevan sopimuksen. [...

]

Kuuleminen päätösluonnoksesta

Viestintävirasto varasi 10.5.2011 päivätyllä selvityspyynnöllä Nelonen Medialle mahdollisuuden lausua päätösluonnoksesta ja sen perusteluista. Nelonen toteaa 27.5.2011 päivätyssä selvityksessään, että sen näkemyksen mukaan Tuuri-ohjelma ei ole sisältänyt televisio- ja radiotoiminnasta annetussa laissa tarkoitettua sponsorointia. Nelonen Media kertoo, että Veljekset Keskinen Oy:n antamat vähäiset palvelut on annettu ilman minkäänlaista sitoumusta näkyvyydestä ohjelmassa, eivätkä ne ole tosiasiallisesti millään tavoin vaikuttaneet ohjelman sisällöllisiin ratkaisuihin. Tuella ei siis ole ollut mitään vaikutusta ohjelman sisältöön ja Veljekset

Keskisen saamaan sinänsä runsaaseen näkyvyyteen ohjelmassa. Tuen antajan tunnettuuden edistäminen ei myöskään ole ollut tuen ehtona tai tarkoituksena. Edelleen Nelonen Media kertoo, että Veljekset Keskisen antama majoitus- ja ravitsemuspalveluita koskeva tuki on myönnetty ja siitä on sovittu vaiheessa, jossa ohjelman sisällölliset ratkaisut ja kuvauspaikka oli jo päätetty eikä tuella näin ollen ollut minkäänlaista vaikutusta ohjelman toteutukseen tai sisältöön.

Nelonen Media toteaa Unitupa-ohjelmasta, että piilomainontaa koskevien kriteerien arviointi on erittäin subjektiivista eikä lainsäädäntö tai Komission tulkitseva tiedonanto määrittele tarkkarajaisesti sitä, milloin kyse voi olla kielletystä piilomainonnasta. Nelonen Media katsookin, että Unitupa-ohjelman toimituksellinen sisältö ja tarpeet huomioon ottaen voidaan tuotteiden seikkaperäistäkin esittelyä pitää ko. ohjelmatyyppin yhteydessä perusteltuna.

Viestintävirasto on ottanut Nelonen Median lausunnon soveltuvin osin huomioon lopullisessa päätöksenteossa.

PÄÄTÖKSEN PERUSTELUT

Tuuri-ohjelman sponsorointia koskeva arviointi

Sponsoroinnilla tarkoitetaan audiovisuaalisten sisältöpalvelujen, audiovisuaalisten ohjelmien taikka radio-ohjelmien tai radiotoiminnan rahoitusta tai muuta taloudellista tukemista, jonka tarkoituksena on tuen antajan hyödykkeiden myynnin tai tuen antajan tunnettuuden edistäminen, jos tuen antaja ei harjoita ohjelmien tai radio-ohjelmien tuotantoa taikka sisältöpalvelujen tarjontaa tai radiotoimintaa.

Veljekset Keskinen Oy on tarjonnut ohjelman tuotantotiimille maksutta käyttöön [...

].

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain perustelujen mukaan sponsorointina ei pidetä pelkkää ohjelman rahoitukseen osallistumista ilman siitä saatavaa näkyvyyttä. Nelonen Median mukaan edellä mainittujen palveluiden tarjoamisen tarkoituksena ei ole ollut Veljekset Keskinen Oy:n hyödykkeiden myynnin tai tunnettuuden edistäminen. Nelonen Media myös kertoo, että Veljekset Keskinen Oy ei ole vaikuttanut ohjelman toimitukselliseen sisältöön, sillä ohjelman sisällölliset ratkaisut ja kuvauspaikka oli päätetty jo ennen tuen myöntämistä.

Viestintävirasto on tutustunut Nelonen Median toimittamiin jaksoihin ja toteaa, että Veljekset Keskinen Oy saa jaksoissa runsaasti näkyvyyttä ja ohjelma on siten omiaan edistämään Veljekset Keskinen Oy:n tunnettuutta ja hyödykkeiden myyntiä, [...

]. Merkitystä ei ole sillä, että Veljekset Keskinen Oy:n myöntämällä tuella ei ole ollut Nelonen Mediaan mukaan vaikutusta ohjelman toimitukselliseen sisältöön, sillä televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 26 §:n 1 momentin mukaan sponsori ei muutenkaan saisi vaikuttaa sponsoroidun audiovisuaalisen ohjelman sisältöön.

Viestintävirasto katsoo, että Veljekset Keskinen Oy on osallistunut ohjelman rahoitukseen tarjoamalla tuotantoyhtiölle [...

]. Näin ollen Veljekset Keskinen on toiminut ohjelman sponsorina ja jaksojen alussa tai lopussa olisi pitänyt esittää selvästi ilmoittaa sponsorin nimi tai tunnus. Viestintävirasto katsoo Nelonen Median rikkooneen televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 26 §:n 2 momenttia.

Tuotesijoittelusta ilmoittaminen Unitupa-ohjelmassa

Yleisölle on joko tekstillä tai sisältöpalvelujen tarjoajien yhtenäisesti käyttämällä tunnukseksi selkeästi ilmoitettava siitä, että audiovisuaalisessa ohjelmassa on tuotesijoittelua. Ilmoitus pitää sijoittaa audiovisuaalisen ohjelman alkuun, loppuun ja jokaisen mainoskatkon jälkeen. Ilmoitus ei saa olla mainosluonteinen.

Nelonen Media on todennut, että ainakin osaan ohjelman jaksoista voi katsoa sisältyvän Unikulma Oy:n tuotteiden ja palveluiden tuotesijoittelua. Nelonen Media toteaa kuitenkin, että ohjelman yhteydessä ei lain 28 b § 2 momentin edellyttämällä tavalla ole ilmoitettu ohjelman sisältävän tuotesijoittelua. Kyseessä on tältä osin inhimillinen virhe, jonka Nelonen Media on nyt korjannut. Viestintävirasto katsoo Nelonen Median tältä osin rikkoneen televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 28 b §:n 2 momenttia.

Tuotesijoittelun toteuttaminen Unitupa-ohjelmassa

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 28 b §:n 1 momentin mukaan tuotesijoittelulla ei saa aiheuttomasti korostaa tuotteita. Olennaista on se, miten tuotteita tai palveluita ohjelmissa käytetään ja miten niitä kuvataan. Tuotesijoittelu on sallittu vain jos se sopii luontevasti ohjelman toimitukselliseen sisältöön ja tuotteen näyttäminen perustuu aitoon toimitukselliseen tarpeeseen. Ohjelmaan sijoitettuja tuotteita ei saa korostaa kuvausteknisin keinoin. Olennaista tuotesijoittelusääntelyn käytännön soveltamisessa on se, ettei tuotesijoittelulla kierretä mainonnalle asetettuja vaatimuksia.

Unitupa-ohjelman 14.11.2010 lähetetyssä jaksossa käydään seikkaperäisesti läpi kuvaamalla ja selostamalla Unikulma Oy:n tuotteiden valmistaminen ja toimitusprosessi. Jaksossa näytetään mm. tallenteen kohdassa 14:42–15:05 kahdenkymmenen sekunnin ajan pelkästään Unikulma Oy:n sänkyä, jonka ominaisuuksia ohjelmassa kuvaillaan samalla. Lisäksi tallenteen kohdassa 20:28–21:48 kuvataan sängyn toimittamista asiakkaalle. Tästä ajasta noin 30 sekuntia kuvataan Unikulma Oy:n autoa, jonka kyljessä on yhtiön mainos.

21.11.2010 lähetetyssä jaksossa kohdistetaan kahteen otteeseen kuvaa Finsor Oy:n tuottamaan Beddit.com -palvelun käyttöliittymään. Kuvassa ei tällöin näy mitään muuta. Jakson tapahtumat sijoittuvat yksinomaan Unikulma Oy:n näyttelyalueelle, jolloin Unikulma Oy:n tuotteet ovat runsaasti esillä. Viestintävirasto katsoo, että jakson kuvaaminen näyttelyalueella on sinänsä sallittua. Viestintävirasto kuitenkin on kiinnittänyt huomiota siihen, että Unikulma Oy:n tuotteet näkyvät jaksossa poikkeuksellisen paljon. Haastatteluja on tehty näyttelyalueella paikoissa, joissa Unikulman merkki on näkyvästi esille koko haastattelun ajan mm. taustalla näkyvässä kyltissä, tyynyissä tai näyttöruudussa. Lisäksi kilpailijat on puettu aamutakkeihin, joihin on kirjailtu Unikulman nimi. Viestintävirasto katsoo, että jaksossa on kokonaisuudessaan korostettu Unikulman tuotteita kuvaus- ja tuotantoteknisin ratkaisuin tavalla, minkä ei voida katsoa olevan tuotesijoittelun tarkoituksen mukaista.

Edellä esitetyin perustein Viestintävirasto katsoo Nelonen Median rikkoneen televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 28 b §:n 1 momenttia.

Unitupa-ohjelman 14.11.2010 ja 21.11.2010 esitettyjen jaksojen piilomainontaa koskeva arviointi

Kaupallisen viestinnän on oltava selkeästi tunnistettavissa. Tunnistettavuusvaatimuksesta johtuen piilotetusti toteutettu kaupallinen viestintä on

kielletty. Komission tiedonannossa¹ tuodaan esiin ne periaatteet, joiden mukaan piilomainontaa tulee arvioida. Jotta kyse on piilomainonnasta, tulee tavaranvalmistajan ja palvelujen tarjoajan tavaroiden, palvelujen, nimen, tavaramerkin tai toiminnan sanallisen tai kuvallisen esittämisen televisio-ohjelmissa täyttää seuraavat kolme kriteeriä:

1. sen on oltava televisioyhtiön tarkoituksellisesti tekemää;
2. sen on oltava mainostarkoituksessa tehtyä;
3. siihen on liityttävä riski, että se johtaa yleisöä harhaan toiminnan (esittämisen) luonteen suhteen.

Koska piilomainonnan erottaminen voi osoittautua hankalaksi, komissio katsoo asianmukaiseksi soveltaa piilomainontaa arvioitaessa tuotteen, palvelun, tavaramerkin tai yrityksen nimen ns. "sopimattoman silmiinpistävyyden" perustetta (tiedonannon kohta 33). Sopimattomuus voi johtua erityisesti kyseisen tavaramerkin tai tuotteen tai palvelun toistuvasta esiintymisestä tai tavasta, jolla mainitut tekijät esitetään tai niitä korostetaan. Perustetta käytettäessä on huomioitava myös niiden ohjelmien toimituksellinen sisältö, joihin nämä tekijät sijoittuvat. Tiedonannon kohdan 34 mukaan tuotteen näyttäminen silmiinpistävästi voi olla piilomainontaa esimerkiksi silloin, jos näyttäminen ei ole perusteltua ohjelman toimituksellisten tarpeiden kannalta vaan on seurausta toimitukselliseen sisältöön kohdistuvasta kaupallisesta vaikuttamisesta tai voi johtaa harhaan toiminnan luonteen suhteen.

Piilomainonnan arviointi - Nelonen Median tarkoitus

Jotta kyse olisi piilomainonnasta, on sen oltava televisioyhtiön tarkoituksella tekemää. Viestintävirasto katsoo, että Nelonen Media Unitupa-ohjelmaa lähettävänä televisiotoiminnan harjoittajana vastaa ohjelmaan sisältyvästä kaupallisen viestinnän lainmukaisuudesta. Ohjelma on televisiossa esitettäväksi tarkoitettu ja Nelonen Medialla on ollut mahdollisuus vaikuttaa ohjelman sisältöön. Nelonen Median ja Visual Sports Oy:n välisen sopimuksen kohdan 9. mukaan [...

]. Viestintävirasto näkemyksen mukaan voidaan näin ollen katsoa, että Unikulma Oy:n ja Finsor Oy:n tuotteiden sijoittaminen ohjelmaan on tarkoituksella tehtyä.

Piilomainonnan arviointi - Mainostarkoitus

Toinen edellytys piilomainonnalle on, että tavaranvalmistajan ja palvelujen tarjoajan tavaroiden, palvelujen, nimen, tavaramerkin tai toiminnan sanallinen tai kuvallinen esittäminen televisio-ohjelmassa on televisio-toiminnan harjoittajan mainostarkoituksessa tekemää. Unikulma Oy on toiminut ohjelman rahoittajana ja Unikulma Oy on saanut vastineeksi näkyvyyttä ohjelmassa. Finsor Oy puolestaan toimittaa Unikulma Oy:lle älyvuodeteknologiaa. Viestintäviraston arvon mukaan voidaan katsoa, että näkyvyydellä on ollut mainostarkoitus.

Piilomainonnan arviointi - Harhaanjohtavuus

Kolmas edellytys piilomainonnalle on esittämiseen liityttävä riski siitä, että se johtaa yleisöä harhaan toiminnan luonteen suhteen. Toiminnalta ei edellytetä, että esittämisen todettaisiin johtavan harhaan vaan edellytyksenä on, että esittämiseen liittyy riski harhaanjohtamisesta. Yleisesti on katsottu, että esittämisen harhaanjohtavuutta tulee arvioida katsojan näkökulmasta.

¹ Komission tulkitseva tiedonanto tietyistä televisiomainontaa koskevien "televisio ilman rajoja" -direktiivin säännösten näkökohdista, 2004/C 102/02.

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 21 §:n mukaan kaupallisen viestinnän on oltava selkeästi tunnistettavissa. Mikäli mainonta ja muu toimituksellinen aineisto sekoitetaan keskenään, liittyy esittämiseen riski katsojan harhaanjohtamisesta. Katsojalle voi tällaisen esittämisen perusteella myös jäädä epäselväksi, kenellä viime kädessä on vastuu ohjelman toimituksellisesta sisällöstä.

Piilomainonnan arviointi - Silmiinpistävyys

Viestintävirasto katsoo, että piilomainontaa arvioitaessa keskeistä on arvioida esittämistä komission tulkitsevassa tiedonannossa esitetyn sopimattoman silmiinpistävyyden kriteerin perusteella. Huomiota on näin ollen erityisesti kiinnitettävä mm. siihen, esitetäänkö kyseessä olevaa tavaramerkkiä, tuotetta tai palvelua toistuvasti kuten myös siihen tapaan, jolla mainitut tekijät esitetään tai niitä korostetaan. Huomioitava on niin ikään niiden ohjelmien toimituksellinen sisältö, joihin kyseiset tekijät sijoittuvat. Tiedonannon kohdan 34 mukaan tuotteen näyttäminen silmiinpistävästi voi olla piilomainontaa esimerkiksi silloin, jos näyttäminen ei ole perusteltua ohjelman toimituksellisten tarpeiden kannalta vaan on seurausta toimitukselliseen sisältöön kohdistuvasta kaupallisesta vaikutamisesta tai voi johtaa harhaan toiminnan luonteen suhteen.

Viestintäviraston arvio Unikulma Oy:n ja Finsor Oy:n tuotteiden esittämiseen liittyvästä piilomainontaluonteesta

Unitupa-ohjelman on tuottanut Visual Sports Oy, jonka kanssa Nelonen Media on sopinut ohjelman esitysoikeuksista. Ohjelman rahoittajana toimii Unikulma Oy. Ohjelman tuotantoyhtiö (ko. jaksojen osalta Visual Sports Oy, nykyisin Parallel View Production Oy) käyttää ohjelman tuotannossa apunaan Unikulma Oy:n asiantuntijoita sekä myymälätiloja mahdollisuuksien mukaan. Lisäksi Unikulma Oy antaa tuotantoyhtiölle valmistamia ja edustamia tuotteita lainaksi kuvausrekvisiitaksi ohjelmassa esitelyihin kohteisiin mahdollisuuksien mukaan. Näin ollen Viestintävirasto katsoo, että Unikulma Oy:n ja Finsor Oy:n tuotteiden sijoittaminen ohjelmaan on ollut tarkoituksellista. Viestintävirasto katsoo myös, että Unikulma Oy:n ja Finsor Oy:n tuotteiden näyttämällä on tavoiteltu lisänäkyvyyttä tuotteille ja tavaramerkeille.

Nelonen Media kertoo, että ohjelmassa selvitetään vinkkejä parempiin uniin sekä pureudutaan katsojien uneen ja nukkumiseen liittyviin toiveisiin ja kysymyksiin yhdessä asiantuntijoiden kanssa. Asiantuntijavierailujen lisäksi ohjelmassa ratkotaan uneen ja makuuhuoneisiin liittyviä haasteita katsojakohteissa.

Viestintävirasto toteaa, ettei yrityksen toiminnan, palveluiden ja tuotteiden esittäminen ole kiellettyä televisio- radiotoimintalain nojalla. Sen sijaan piilotetusti toteutettu kaupallinen viestintä on kiellettyä. Piilomainonnassa huomiota on kiinnitettävä siihen tapaan, jolla yhtiön tavaramerkkiä, palvelua tai tuotetta esitetään.

Ohjelman 14.11.2010 esitetyssä jaksossa kuvataan Unikulma Oy:n sängyn valmistus- ja toimitusprosessia yhdistettynä kevyen viihteelliseen sisältöön. Unikulma Oy:n edustaja kertoo lisäksi yhtiön toiminnasta, tuotteista ja palvelusta. Ohjelman toteutuksen kannalta voidaan lähtökohtaisesti pitää hyväksyttävänä, että aihepiiriin liittyviä tuotteita ja palveluita esitetään ohjelmassa niin sanallisesti kuin kuvallisesti. Unikulma Oy:n tuotteet ja tavaramerkki kuitenkin esiintyvät jaksossa kymmeniä kertoja ja jaksossa on kuvausteknisin keinoin korostettu Unikulma Oy:n tuotteita ja tavaramerkkiä kohdentamalla kuvausta näihin. Tuotemerkin toistuva esiintyminen tuo ohjelmaan piilomainonnan elementtejä. Tuotteiden ja tavaramerkin esiintymistä näin suuressa määrin ei myöskään voida Vies-

tintäviraston näkemyksen mukaan perustella yksinomaan ohjelman toimituksellisella tarpeella.

Unikulma Oy:n tuotteiden esittämistapa ohjelmassa on ollut mainoksien tapaan kritiikitöntä ja useassa kohtaan tuotteita on tuotu esiin erittäin positiivisessa valossa. Jakso pitää sisällään mm. Unikulma Oy:n edustajan haastattelun, jolla korostetaan yhtiön tuotteita ja palveluita ja niiden positiivisia ominaisuuksia². Näin ollen Viestintävirasto katsoo, että Unikulma Oy:n tuotteiden ja tavaramerkin esittäminen on ollut silmiinpistävä ja esittämistapaan liittyy riski siitä, että se johtaa yleisöä harhaan toiminnan luonteen suhteen.

Ohjelman 21.11.2010 esitetyssä jaksossa tapahtumat sijoittuvat Unikulma Oy:n messuosastolle. Jaksossa käsitellään mm. Finsor Oy:n tarjoamaa Beddit.com -sovellusta. Jaksossa haastatellaan yrityksen edustajaa, joka kertoo kattavasti palvelusta ja sen ominaisuuksista. Jaksossa myös kerrotaan palvelun hinnoista ja sen myyntikanavista³. Lisäksi jaksossa kuvataan itse palvelua kahteen otteeseen muutamien sekuntien ajan niin, että kamera on kohdistettuna koko ruudun leveydeltä Beddit.com -palvelun käyttöliittymään.

Viestintävirasto katsoo, että Beddit.com -palvelua on korostettu jaksossa silmiinpistäväällä tavalla, joka ei ole perusteltua Nelonen Median kuvaamaa ohjelman toimituksellisen tarpeen kannalta. Viestintävirasto katsoo edelleen, että Finsor Oy:n edustajan haastattelussa palvelun korostaminen on ollut silmiinpistävä, sillä palvelun ominaisuuksia, sopivuutta ja myyntikanavia on käsitelty korostetun kattavasti. Jakson piilomainontaluonnetta tukee myös se seikka että Finsor Oy:n edustajan haastattelussa tuodaan esiin ainoastaan palvelun puolesta puhuvia seikkoja. Palvelun esittelytapa on mainoksille omaiseen tapaan kritiikitön. Haastattelussa esitettävät kysymykset siitä, mistä tuotteen voi hankkia ja paljonko se maksaa tukevat Viestintäviraston näkemyksen mukaan mainostarkoitusta. Viestintävirasto katsoo, että Finsor Oy:n tuotteiden positiivisten ominaisuuksien ja hankintatietojen korostamiseen haastattelussa liittyy riski siitä, että esitystapa johtaa yleisöä harhaan toiminnan luonteen suhteen.

Myös Unikulma Oy:n tuotteet ovat runsaasti esillä jaksossa. Jakson kuvaaminen näyttelyalueella on sinänsä sallittua. Viestintävirasto kuitenkin on kiinnittänyt huomiota, että Unikulma Oy:n tuotteet näkyvät jaksossa poikkeuksellisen paljon. Haastatteluja on tehty näyttelyalueella paikoissa, joissa Unikulman merkki on näkyvästi esille koko haastattelun ajan mm. taustalla näkyvässä kyltissä, tyynyissä tai näyttöruudussa.

Edellä mainituin perustein Viestintävirasto katsoo, että Unitupa-ohjelman 14.11.2010 ja 21.11.2010 jaksoissa on esiintynyt piilomainontaa. Näin ollen Viestintävirasto katsoo Nelonen Median rikkoneen televisio- ja radio-toiminnasta annetun lain 21 §:n 1 momenttia. Samalla Nelonen Media on rikkonut televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 26 §:n 3 momenttia, jonka mukaan sponsoroiduissa audiovisuaalisissa ohjelmissa tai radio-ohjelmissa ei saa rohkaista ostamaan tai vuokraamaan sponsorin tai kol-

² Esimerkiksi tallenteen kohdassa 19:35 haastattelija kysyy yhtiön edustajalta sängyn toimituksesta "Miten teillä täällä on sängyn kokoaminen ja toimitus asiakkaalle hoidettu?", johon yhtiön edustaja vastaa "Ihan alusta lähtien pyrytty siihen, että sänky toimitetaan kotiin. Kokoonpano on fiksumpaa tehdä täällä tehtaalla... ..katsotaan millä minuutilla ollaan oikeassa osoitteessa, ei enää sanota että tullaan parin kuukauden päästä vaan sanotaan että se tulee 14. päivä kello 13.02."

³ Esimerkiksi haastattelija kysyy "Ihan mieletön palvelu. Nyt herää tietenkin kysymys, että mistä tällaisen palvelun tai älyvuoteen voi hankkia? Ja onko se ihan äärettömän kallis?" Haastateltava vastaa: "Ei ole äärettömän kallis eli palvelun hinta on 10 euroa kuukaudessa. Ja palveluun vaaditaan tämä älyvuode ja tällä hetkellä älyvuoteen saa Unikulmasta, joka on ensimmäinen paikka maailmassa joka tällaista älyvuodetta myy. Ja silloin se tulee tiettyissä älyvuodemalleissa mukana tää ominaisuus ja niiden hinta on samaa luokkaa kuin muutkin Unikulman laadukkaat vuoteet. Ja sit jos jo on Unikulman vuodemalli ja mahdollisesti haluaisi siihen tän ominaisuuden niin silloin se tehdään palveluna, asennetaan siihen jälkikäteen ja silloin siitä tulee tietysti jonkun verran kustannuksia."

