



FJÖLMÍÐLANEFND

27. október 2015
Ákvörðun nr. 6/2015

Efni: Kynning á áfengi í 10. tbl. Gestgjafans 2015.

I. Málsatvik

Í 10. tbl. Gestgjafans 2015, sem út kom í lok ágúst sama árs, var opnukynning á áfengi á bls. 66-67, undir yfirskriftinni „*Ferskt og létt í sumar*“. Opnan var merkt sem kynningarefni efst á hægri síðu, til aðgreiningar frá ritstjórnarefni. Í kynningunni var fjallað um vínhúsið Trivento í Argentínu og sérstök athygli vakin á þremur áfengistegundum sem fyrirtækið framleiðir: Trivento Mixtus Shiraz/Malbec, Trivento Mixtus Chardonnay/Chenin og Trivento Mixtus Cabernet/Merlot. Birtar voru myndir af umbúðum þessara áfengistegunda og voru vörumerkin tilgreind í millifyrirsögnum, auk þess sem fjallað var um eiginleika hinna áfengu drykkja. Samkvæmt upplýsingum fjölmiðlanefndar er Globus hf. umboðsaðili nefndra vörutegunda hér á landi.

Í 10. tbl. Gestgjafans 2015 var einnig kynning á áfengi á bls. 49, undir yfirskriftinni „*Vina Maipo – Mi Pueblo*“. Efst til hægri var kynningarsíðan merkt sem slík, til aðgreiningar frá ritstjórnarefni. Í kynningunni var fjallað um vínhúsið Vina Maipo í Chile og sérstök athygli vakin á þremur áfengistegundum sem fyrirtækið framleiðir: Mi Pueblo Viña Maipo Chardonnay, Viña Maipo Mi Pueblo Merlot og Viña Maipo Mi Pueblo Cabernet Sauvignon. Birtar voru myndir af umbúðum þessara áfengistegunda og voru vörumerkin tilgreind í millifyrirsögnum, auk þess sem fjallað var um eiginleika hinna áfengu drykkja. Samkvæmt upplýsingum fjölmiðlanefndar er Globus hf. umboðsaðili nefndra vörutegunda hér á landi.

Einnig var opnukynning á áfengi í 10. tölublaði Gestgjafans á bls. 4-5, undir yfirskriftinni „*ADOBE, lífræn og ljúf*“ en kynningin var ekki merkt sem slík. Þar var fjallað um Adobe-vín frá Emiliana-vínhúsinu í Chile og birtar myndir af umbúðum fimm áfengistegunda: Adobe Chardonnay Reserva, Adobe Sauvignon Blanc Reserva, Adobe Syrah Reserva, Adobe Carmenere Reserva og Adobe Cabernet Sauvignon Reserva. Vörumerkin voru tilgreind í millifyrirsögnum, auk þess sem fjallað var um eiginleika hinna áfengu drykkja og upplýst um



FJÖLMÍÐLANEFND

útsöluverð vörutegundanna úr Vínbúðunum. Samkvæmt upplýsingum fjölmiðlanefndar er Haugen Gruppen ehf. umboðsaðili nefndra vörutegunda hér á landi.

Loks var að finna umfjöllun um vín í 10. tölublaði Gestgjafans á bls. 76-79 en ekki var ljóst hvort um viðskiptaboð eða ritstjórnarumfjöllun væri að ræða, að hluta eða í heild. Þar á meðal var kynning á vörumerkinu Santa Tresa Fiano 2013 á bls. 76 og kynning á vörumerkinu Calmel & Joseph Vieux Carignan á bls. 77 en samkvæmt upplýsingum fjölmiðlanefndar er Vínfélagið umboðsaðili beggja vörutegunda. Þá var umfjöllun um sex vörutegundir á bls. 79: Pago de Circus Chardonnay, Tariquet Réserve 2013, Villa Conchi Cava Brut, Vinea Crianza 2010, Villa Maria Gimblett Gravels Cabernet Merlot 2009 og Santa Alvara Merlot Reserva 2012.

II. Málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

1.

Í bréfi fjölmiðlanefndar, dags. 28. ágúst 2015, var óskað eftir sjónarmiðum og upplýsingum Birtíngs útgáfufélags vegna nefndrar umfjöllunar. Í bréfinu var minnt á ákvæði 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011, þar sem kveðið er á um bann við viðskiptaboðum og fjarkaupum fyrir tóbaksvörur, áfengi, lyfseðilsskyld lyf og happdrættis- og veðmálastarfsemi sem ekki hefur leyfi hér á landi. Fram kom að fjölmiðlanefnd teldi áfengisumfjöllun á bls. 66-67 í 10. tölublaði Gestgjafans falla undir skilgreiningu laga um fjölmiðla um viðskiptaboð fyrir áfengi. Þá gæti tilgreind umfjöllun á bls. 4-5, 76, 77 og 79 fallið undir sömu skilgreiningu, hafi henni verið miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi. Ljóst væri að í umfjöllun Gestgjafans hafi ekki verið vísað til vörutegunda sem hafi minna en 2,25% áfengisinnihald. Fjölmiðlanefnd benti á að brot á ákvæðum VI. kafla um viðskiptaboð varða stjórnvaldssektum skv. n-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla og refsingu skv. n-lið 1. mgr. 56. gr. sömu laga. Þá óskaði fjölmiðlanefnd ennfremur eftir upplýsingum um tekjur Birtíngs útgáfufélags, vegna meintra brota á 4. mgr. 37. gr., með vísan til 4. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla þar sem fram kemur að við ákvörðun sektar skuli m.a. taka mið af tekjum fjölmiðlaveitu af broti.

2.

Svar Hreins Loftssonar, fyrirsvarsmanns Birtíngs útgáfufélags, barst með tölvupósti dags. 29. ágúst sl. en þar var lýst yfir vilja til að leysa málið með sátt um að Birtíngur hætti birtingu viðskiptaboða fyrir áfenga drykki í Gestgjafanum og öðrum tímaritum Birtíngs.

Í tölvupósti sem barst frá fyrirsvarsmanni Birtíngs útgáfufélags 2. september sl. kom fram að málið hafi verið kannað innan fyrirtækisins. Við þá eftirgrennslan hafi komið í ljós að mánuði



FJÖLMIÐLANEFND

áður hafi skyndilega orðið vart við aukinn áhuga birgja á viðskiptaboðum í tímaritum, einkum Gestgjafanum og Nýju lífi. Frumkvæðið hafi komið frá birgjunum og hafi pantanir um birtingar langt fram í tímann legið fyrir þegar bréf fjölmiðlanefndar barst. Þetta hafi nú allt verið stöðvað og birgjunum greint frá því að engar slíkar auglýsingar, viðskiptaboð eða kynningar verði framvegis í tímaritum útgáfunnar. Gestgjafinn hafi komið út tveimur dögum áður en bréf fjölmiðlanefndar hafi borist og hafi þá einnig verið búið að prenta Vikuna og Nýtt líf sem hafi komið út að morgni 2. september sl. Því væri slíkar auglýsingar að finna í Vikunni (eina opnu) og Nýju lífi (tvær opnur og eina heilsíðu). Fram kom að þetta væru fyrirvarsmanni persónulega mikil vonbrigði, í ljósi þess að stjórn félagsins hafi áður markað þá stefnu að áfengisauglýsingar skuli ekki birtar í tímaritum Birtings.

3.

Þann 4. september sl. funduðu framkvæmdastjóri og lögfræðingur fjölmiðlanefndar með fyrirvarsmanni Birtings útgáfufélags, Hreini Loftssyni, og framkvæmdastjóra félagsins, Karli Steinari Óskarsyni. Á þeim fundi ítrekaði fyrirvarsmaður Birtings vilja útgáfufélagsins til að ljúka málinu með sátt og skuldbinda félagið til að hætta alfarið að birta viðskiptaboð fyrir áfengi í tímaritum Birtings. Á móti óskaði fyrirvarsmaður eftir því að Gestgjafanum yrði gert kleift að viðhalda faglegri umfjöllun um vín í sérstökum efnisþætti tímaritsins, *Vinsíðunum*, þar sem sá efnisþáttur lúti alfarið ritstjórnarlegum lögmaðlum og sé ekki miðlað gegn greiðslu af neinu tagi.

III. Niðurstaða

Hugtakið viðskiptaboð er skýrt í 40. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla. Þar segir að viðskiptaboð séu texti, myndir og/eða hljóð sem er ætlað að vekja, beint eða óbeint, athygli á vörum, þjónustu eða ímynd lögaðila eða einstaklings sem stundar atvinnustarfsemi og er miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu. Til viðskiptaboða teljast m.a. auglýsingar, kostun og vöruinnsetning.

Auglýsingar í fjölmiðlum njóta, líkt og annað fjölmiðlaefni, verndar tjáningarfrelsisákvæðis 73. stjórnarskrár Íslands og 10. gr. Mannréttindasáttmála Evrópu, sem lögfestur var með lögum nr. 62/1994. Í öllum EES-ríkjum eru þó í gildi einhvers konar takmarkanir á áfengisauglýsingum á grundvelli hljóð- og myndmiðlunartilskipunar Evrópusambandsins 2010/13/ESB. Reglur tilskipunarinnar eru lágmarksreglur en aðildarríkjum er heimilt að setja strangari reglur á grundvelli hennar, líkt og gert hefur verið á Íslandi, í Noregi, Svíþjóð, Frakklandi og fleiri löndum.

Samkvæmt 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 eru viðskiptaboð og fjarkaup fyrir áfengi og tóbak óheimil. Þá segir að fullyrðingar sem fram koma í viðskiptaboðum og fjarkaupainnskotum fyrir óáfengar drykkjarvörur þurfi að vera hægt að færa sönnur á. Í greinargerð með frumvarpinu segir að markmið reglu 4. mgr. 37. gr. sé meðal annars að vernda



FJÖLMIÐLANEFND

neytendur og takmarka neyslu á tóbaksvörum og áfengi. Þannig er tilgangur ákvæðisins öðru fremur að stuðla að bættu heilsufari almennings. Þá kemur einnig fram í greinargerðinni að í frumvarpinu sé tekin af öll tvímæli um að þær óáfengu drykkjarvörur sem verið er að auglýsa séu sannarlega á markaði fyrir neytendur. Er átt við drykki sem hafa minna en 2,25% áfengisinnihald.

Hæstiréttur hefur talið að bann við áfengisauglýsingum samræmist 3. mgr. 73. gr. stjórnarskrár um takmarkanir á tjáningarfrelsi, sbr. 2. mgr. 10. gr. Mannréttindasáttmálans, með vísan til þess að löggjafinn hafi metið auglýsingabannið nauðsynlegt á grundvelli heilbrigðissjónarmiða og almannahagsmuna. Um þetta má meðal annars vísa til dóms Hæstaréttar frá 25. febrúar 1999 í máli nr. 415/1998: Ákærvaldið gegn Jóni Snorra Snorrasyni.

Í ljósi alls framangreinds telur fjölmiðlanefnd að áfengisumfjöllun um Trivento vín á bls. 66-67 og Vina Maipo vín á bls. 49 í 10. tölublaði Gestgjafans falli undir skilgreiningu 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla um viðskiptaboð fyrir áfengi og að hið sama eigi við umfjöllun um Adobe-vín á bls. 4-5, vörumerkið Santa Tresa Fiano 2013 á bls. 76 og vörumerkið Calmel & Joseph Vieux Carignan á bls. 77 í sama tölublaði. Ljóst sé að í umfjöllun Gestgjafans sé ekki vísað til vörutegunda sem hafi minna en 2,25% áfengisinnihald.

Við málsmeðferðina hefur fyrirsvarsmaður Birtíngs útgáfufélags lýst því yfir að birting nefndra viðskiptaboða fyrir áfengi samræmist ekki stefnu útgáfufélagsins. Hann hefur jafnframt lýst því yfir að þegar í stað verði horfið frá birtingu viðskiptaboða fyrir áfengi í fjölmiðlum á vegum útgáfufélagsins. Viðræður við Birtíng útgáfufélag hafa leitt til sáttar í málinu. Sáttin felur í sér neðangreind skilyrði sem sett eru fram í ákvörðunarorðum.

IV. Ákvörðunarorð

„Birtíngur útgáfufélag ehf og fjölmiðlanefnd hafa gert með sér eftirfarandi sátt. Hafa Birtíngur útgáfufélag og fjölmiðlanefnd samþykkt sáttina og staðfest efni hennar með undirritun sinni og er hún því bindandi fyrir báða aðila. Er efni sáttarinnar hér birt í ákvörðunarorði:

SÁTT VEGNA KYNNINGA Á ÁFENGI Í 10. TBL. GESTGJAFANS 2015

Birtíngur útgáfufélag skuldbindur sig til að grípa til ráðstafana þeirra sem tilgreindar eru í sátt þessari.



FJÖLMIÐLANEFND

1. gr.

Birtíngur útgáfufélag skuldbindur sig til að virða bannákvæði 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 og tryggja að engum auglýsingum, kynningum eða öðrum viðskiptaboðum fyrir áfengi verði miðlað í fjölmiðlum útgáfunnar.

2. gr.

Birtíngur útgáfufélag skuldbindur sig jafnframt til að greina ritstjórum og auglýsingastjórum Birtíngs útgáfufélags og öðrum hlutaðeigandi aðilum frá þeirri stefnu sem stjórn félagsins hefur markað í samræmi við 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla, svo tryggt sé að starfsemi og útgáfa Birtíngs samræmist ákvæðum laga um fjölmiðla um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi í fjölmiðlum.

3. gr.

Fjölmiðlanefnd gerir ekki athugasemdir við að faglegri ritstjórnarumfjöllun um áfengi verði áfram miðlað í Gestgjafanum, á svokölluðum Vinsíðum.

Brot á 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 geta varðað viðurlögum skv. n-lið 1. mgr. 54. gr. laganna. Sátt þessi tekur til Birtíngs útgáfufélags og fjölmiðlanefndar. Með undirritun sáttar þessarar telst þess hluta máls nr. 2015-1154, sem snýr að kynningum á áfengi í 10. tölublaði Gestgjafans, lokið.“

Fyrir hönd fjölmiðlanefndar,

Hulda Árnadóttir

Arna Schram

Vilhjálmur H. Vilhjálmsson