



FJÖLMÍÐLANEFND

Reykjavík 31. maí 2017
Ákvörðun nr. 5/2017

Áfengisauklýsingar í október-, nóvember- og desemberhefti tímaritsins Glamour 2016

I. Málsvik

Í október-, nóvember- og desemberheftum íslenskrar útgáfu tímaritsins Glamour 2016, sem starfrækt er af 365 miðlum hf. hér á landi, birtust eftirfarandi áfengisauklýsingar:

Á bls. 21 í októberhefti íslenskrar útgáfu Glamour 2016 birtist heilsíðuauglýsing á léttvíni frá MASI áfengisframleiðandanum. Auglýsingin samanstóð af texta og mynd af vörumerkinu MASI Campofiorin, auk myndar af vínþrúgum á timburbrettum merktum MASI vörumerkinu. Auglýsandi var ekki tilgreindur í auglýsingunni en samkvæmt upplýsingum á vef Vínbúðarinnar hefur Ölgerðin Egill Skallagrímsson umboð fyrir MASI Campofiorin hér á landi. Á vef Vínbúðarinnar kemur fram að vínið inniheldur 13% vínanda.

Á bls. 11 í nóvemberhefti íslenskrar útgáfu Glamour 2016 var heilsíðuauglýsing á léttvíni frá Freixenet vínframleiðandanum. Auglýsingin samanstóð af stórri mynd af þremur hlæjandi, ungum konum, undir textanum „Be Freixinet“, og smærri mynd af Freixinet Cordon Negro Brut vínflösku til hliðar. Auglýsandi var ekki tilgreindur í auglýsingunni en samkvæmt upplýsingum á vef Vínbúðarinnar hefur Vín Trío ehf. umboð fyrir Freixenet Cordon Negro Brut hér á landi. Á vef Vínbúðarinnar kemur fram að vínið innihaldi 11,5% vínanda.

Á bls. 42 í nóvemberhefti íslenskrar útgáfu Glamour 2016 var heilsíðuauglýsing á léttvíni frá San Pedro vínframleiðandanum. Auglýsingin samanstóð m.a. af textanum „Adored everywhere“ og stórri mynd af Gato Negro Cabernet Sauvignon vínflösku frá San Pedro fyrir miðju. Auglýsandi var ekki tilgreindur í auglýsingunni en samkvæmt upplýsingum á vef



FJÖLMIÐLANEFND

Vínbúðarinnar hefur Ölgerðin Egill Skallagrímsson umboð fyrir Gato Negro Cabernet Sauvignon hér á landi. Á vef Vínbúðarinnar kemur fram að vínið innihaldi 11,5% vínanda.

Á bls. 18 í desemberhefti íslenskrar útgáfu Glamour 2016 var heilsíðuauglýsing á léttvíni frá Bollinger vínframleiðandanum. Auglýsingin samanstóð af stórrí teikningu af prúðbúnu fólki sem sat við borð á gróðursælum stað, fyrir neðan þá mynd var vörumerkið Champagne Bollinger og til hliðar var smærri mynd af freyðivínsflösku með vörumerkinu Bollinger Speceial Cuvee. Auglýsandi var ekki tilgreindur í auglýsingunni en samkvæmt upplýsingum á vef Vínbúðarinnar hefur Coca-Cola Ísland ehf. umboð fyrir vörumerkið Bollinger Special Cuvee hér á landi. Á vef Vínbúðarinnar kemur fram að vínið innihaldi 11,5% vínanda.

Á bls. 25 í desemberhefti íslenskrar útgáfu Glamour 2016 var heilsíðuauglýsing fyrir léttvín frá Moet & Chandon vínframleiðandanum. Auglýsingin var í formi heilsíðumyndar af víNFLösku sem stillt hafði verið upp á hátíðarborði með jólatré í baksýn. Á flöskunni sást vörumerkið Moet & Chandon Brut Imperial. Auglýsandi var ekki tilgreindur í auglýsingunni en samkvæmt upplýsingum á vef Vínbúðarinnar hefur Ölgerðin Egill Skallagrímsson umboð fyrir vörumerkið Bollinger Special Cuvee hér á landi. Á vef Vínbúðarinnar kemur fram að vínið innihaldi 12% vínanda.

II. Málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

1.

Þann 6. september 2016 barst fjölmiðlanefnd tilkynning frá Einari Þór Sverrissyni hrl, f.h. 365 miðla, þess efnis að 365 miðlar hf., kt. 480702-2390, hafi hætt útgáfu tímaritsins Glamour. Ekki kom fram í tilkynningunni að til stæði að halda útgáfu Glamour áfram hér á landi, undir nafni erlends félags tengdu 365 miðlum, heldur mátti ráða af henni og var það jafnframt skilningur fjölmiðlanefndar að áformað væri að hætta útgáfu tímaritsins Glamour hér á landi.

Eftir að ljóst var að útgáfu blaðsins hér á landi hafði hvergi nærri verið hætt og að 365 miðlar hefðu m.a. sent áskriftartilboð til sex mánaða vegna Glamour, undirritað af 365 miðlum, á póstlista tímaritsins þann 7. október 2016, kallaði fjölmiðlanefnd eftir frekari skýringum frá 365 miðlum, með erindi dags. 2. nóvember 2016. Svar 365 miðla barst með erindi dags. 8. nóvember 2016. Þar sagði að tímaritið Glamour væri nú gefið út af erlendum aðila og að Glamour heyrði í raun undir Condé Nast International, sem væri með skrifstofur í Bretlandi. Af svari 365 miðla frá 8. nóvember sl. mátti ráða að 365 miðlar hf. teldu útgáfu tímaritsins Glamour ekki lengur falla undir lögsögu íslenska ríkisins. Þá kom fram að 365 miðlar teldu það ekki vera á sínu forræði að svara spurningum fjölmiðlanefndar eða veita nefndinni upplýsingar um nýjan útgefanda. Samkvæmt upplýsingum sem fram koma í m.a. október-, nóvember- og desemberhefti Glamour er hinn erlendi aðili, sem 365 miðlar vísuðu til í svörum



FJÖLMIÐLANEFND

sínum, breska félagið 365 Media Europe Ltd. Í tímaritinu kemur jafnframt fram að stjórnarformaður félagsins sé Nadia Ingerslew Ingwar.

2.

Í bréfi fjölmiðlanefndar frá 13. desember 2016 var 365 miðlum greint frá því mati nefndarinnar að ekki væru efni til að fallast á sjónarmið 365 miðla um að starfsemi og útgáfa tímaritsins Glamour félli ekki lengur undir gildissvið laga um fjölmiðla, í ljósi fram kominna upplýsinga. Tímaritið Glamour sé, þrátt fyrir breytingar sem gerðar hafi verið á útgáfufélagi þess, fjölmiðill sem falli undir gildissvið laga um fjölmiðla og sé því enn skráningarskyldur hjá fjölmiðlanefnd, skv. 14. gr. laganna. Efni tímaritsins Glamour og útgáfa þess lúti því ákvæðum laga um fjölmiðla, auk þess sem önnur ákvæði íslenskra laga gildi um fjölmiðilinn eins og aðra fjölmiðla með staðfestu hér á landi. Megi þar nefna ákvæði laga um meiðyrði, höfundarétt, um persónuvernd og friðhelgi einkalífs, sem og áfengislög.

Í bréfinu óskaði fjölmiðlanefnd eftir upplýsingum um eignarhald útgáfufélagsins 365 Media Europe Ltd., sem og staðfestingu 365 miðla þess efnis að hið íslenska félag gangist við ábyrgð sinni á útgáfu Glamour, sem 365 miðlar starfræki á Íslandi, sem ætlað sé almenningi hér á landi og sem heyri því undir íslenska lögsögu í skilningi laga um fjölmiðla.

Í svari 365 miðla dags. 18. janúar 2017 sagði:

365 miðlar ehf. (365) vilja ítreka það sem áður hefur komið fram að félagið er ekki lengur útgefandi tímaritsins Glamour hér á landi, eins og skýrt kemur fram í tímaritinu og fjölmiðlanefnd var tilkynnt um. Öll erindi sem fjölmiðlanefnd beinir til 365 vegna tímaritsins eru því markleysa, enda hefur fjölmiðlanefnd ekki lengur boðvald yfir tímaritinu vegna ákvæða fjölmiðlalaga. Af því leiðir að 365 mun ekki svara þeim spurningum sem koma fram í bréfi fjölmiðlanefndar frá 13. desember sl., né gengst 365 við ábyrgð sinni á útgáfu Glamour, eins og fjölmiðlanefnd gerir kröfu um, enda nær valdsvið fjölmiðlanefndar ekki til tímaritsins Glamour, eftir að útgáfu þess var hætt hér á landi.

Um þetta vísuðu 365 miðlar til þess að ákvæði 4. gr. laga um fjölmiðla ber yfirskriftina „Lögsaga yfir fjölmiðlaveitum sem miðla myndefni“ og til þeirrar túlkunar 365 miðla að viðmið um ákvörðun staðfestu fjölmiðla, sem tíunduð eru í 4. gr., eigi ekki við um prentmiðla eins og Glamour.

Ennfremur sagði í bréfi 365 miðla: „Þrátt fyrir að Glamour, sem er gefið út af 365 Media Europe Ltd. sé á íslensku og félagið eigi í margháttuðu samstarfi við 365, m.a. eins og rakið er í bréfi fjölmiðlanefndar, þá fellur tímaritið ekki undir að vera með staðfestu hér á landi. Er þessu máli því hér með lokið af hálfu 365.“



FJÖLMIÐLANEFND

3.

Fjallað var um svör 365 miðla á fundi fjölmiðlanefndar 7. febrúar 2017 þar sem samþykkt var að hafna sjónarmiðum 365 miðla í málinu. Jafnframt var samþykkt að hefja mál vegna meintra brota 365 miðla á 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla vegna viðskiptaboða fyrir áfengi í október-, nóvember- og desemberhefti Glamour. Í kjölfar fundarins óskaði fjölmiðlanefnd eftir upplýsingum og sjónarmiðum 365 miðla vegna meintra brota félagsins á 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 um bann við auglýsingum á áfengi.

Svar 365 miðla barst með bréfi dags. 2. mars 2017. Þar kom fram að 365 miðlar vísuðu til fyrra svars vegna sama máls, sbr. bréf dagsett 8. nóvember 2016 og 18. janúar 2017. Þá sagði í bréfi 365 miðla:

Í þeim [fyrrri svörum 365 miðla, innsk. fjölmiðlanefndar] var ítarlega rakið að tímaritið Glamour fellur ekki lengur undir lögsögu fjölmiðlanefndar eftir að útgáfa blaðsins var flutt til London vegna þess að það regluverk sem Alþingi hefur sett íslenskum prentmiðlum mismunar þeim gagnvart erlendum prentmiðlum svo gróflega að ekki er hægt að standa í slíkri útgáfu hér á landi. Af bréfi Fjölmiðlanefndar er hins vegar ljóst að nefndin mun reyna að draga útgáfu tímaritsins undir lögsögu sína, sem að mati 365 er í andstöðu við ákvæði laga um fjölmiðla. Vísast um það til fyrrri bréfa 365. Að mati 365 verður það hins vegar ekki gert nema að undangengnum dómi.

Jafnframt sagði í bréfi 365 miðla að næsta skref fjölmiðlanefndaar hljóti því að vera að annað hvort fella þetta mál niður en ella höfða mál á hendur 365 miðlum hf. til viðurkenningar á staðfestunni hér á landi.

4.

Í bréfi fjölmiðlanefndar til 365 miðla dags. 24. mars 2017 kom fram það frummat nefndarinnar að október-, nóvember- og desemberhefti Glamour 2016 hafi innihaldið auglýsingar á áfengi með yfir 2,25% áfengisinnhaldi, sem falli að mati nefndarinnar undir skilgreiningu 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla um viðskiptaboð fyrir áfengi. Þá sagði í frummati nefndarinnar að fjölmiðlanefnd teldi áður nefndar áfengisauglýsingar í Glamour falla undir gildissvið laga um fjölmiðla nr. 38/2011. Væri það frummat fjölmiðlanefndar að 365 miðlar starfræki fjölmiðilinn Glamour hér á landi, í skilningi 15. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla, og teljist því sú fjölmiðlaveita sem ábyrgð beri á birtingu áður nefndra viðskiptaboða.

Í bréfinu fór fjölmiðlanefnd yfir helstu málsatvik og þau lagasjónarmið sem máli þóttu skipta við mat á því hvort 365 miðlar hafi brotið gegn ákvæði 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Jafnframt kom fram að fjölmiðlanefnd vildi veita 365 miðlum færi á því að koma á framfæri frekari sjónarmiðum sem kynnu að skipta máli við mat fjölmiðlanefndar á því hvort brotið hafi



FJÖLMÍÐLANEFND

verið gegn 4. mgr. 37. gr. laganna. Bent var á að niðurstaða erindisins fæli í sér frummat fjölmiðlanefndar en ekki endanlega afstöðu hennar til þess hvort 365 miðlar hafi brotið gegn framangreindu lagaákvæði. Þær ályktanir sem settar væru fram kynnu að breytast gæfu athugasemdir og skýringar 365 miðla tilefni til þess.

Þá ítrekaði nefndin beiðni um upplýsingar um tekjur 365 miðla hf. vegna þeirra viðskiptaboða sem talin voru kunna fela í sér brot á ákvæðinu. Þess var óskað að athugasemdir og sjónarmið 365 miðla bærust nefndinni eigi síðar en 7. apríl 2016.

Svar 365 miðla barst með bréfi dags. 10. apríl 2017. Þar sagði:

„365 vísa til fyrri sjónarmiða sem félagið hefur haldið fram í málinu. Í bréfi fjölmiðlanefndar er ekkert sem breytir fyrri afstöðu félagsins til málsins.“

365 ítrekar því gerðar kröfur þess efnis að málið verði látið niður falla.“

III. Niðurstaða

1.

Samkvæmt 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla 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 frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla segir að markmið reglu 4. mgr. 37. gr. sé meðal annars að vernda 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 séu 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.

Í 2. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 segir að auglýsing sé viðskiptaboð sem í felst hvers konar tilkynning sem er miðlað gegn endurgjaldi eða í þágu fjölmiðlaveitu og felur í sér kynningu á ímynd, vöru eða þjónustu. 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.



FJÖLMIÐLANEFND

2.

Á bls. 21 í októberhefti íslenskrar útgáfu Glamour 2016 birtist heilsíðuauglýsing á léttvíni frá MASI áfengisframleiðandanum. Á vef Vínbúðarinnar kemur fram að vínið innihaldi 13% vínanda.

Á bls. 11 í nóvemberhefti íslenskrar útgáfu Glamour 2016 var heilsíðuauglýsing á léttvíni frá Freixenet vínframleiðandanum. Á vef Vínbúðarinnar kemur fram að vínið innihaldi 11,5% vínanda.

Á bls. 42 í nóvemberhefti íslenskrar útgáfu Glamour 2016 birtist heilsíðuauglýsing á léttvíni frá San Pedro vínframleiðandanum. Á vef Vínbúðarinnar kemur fram að vínið innihaldi 11,5% vínanda.

Á bls. 18 í desemberhefti íslenskrar útgáfu Glamour 2016 var heilsíðuauglýsing á léttvíni frá Bollinger vínframleiðandanum. Á vef Vínbúðarinnar kemur fram að vínið innihaldi 11,5% vínanda.

Á bls. 25 í desemberhefti íslenskrar útgáfu Glamour 2016 birtist heilsíðuauglýsing fyrir léttvín frá Moet & Chandon vínframleiðandanum. Á vef Vínbúðarinnar kemur fram að vínið innihaldi 12% vínanda.

Fjölmiðlanefnd telur ljóst að léttvínsauglýsingar í október-, nóvember- og desemberheftum Glamour 2016, sem út komu á íslensku og dreift var til almennings á Íslandi, falli undir hugtakið viðskiptaboð fyrir áfengar drykkjarvörur. Í auglýsingunum hafi verið vísað til áfengra drykkja með yfir 2,25% áfengisinnihaldi og hafi með miðlun þeirra verið brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla.

3.

Í 3. gr. laga um fjölmiðla segir að lögin gildi um alla fjölmiðla og fjölmiðlaveitur með staðfestu hér á landi sem miðla efni handa almenningsi hér á landi, að teknu tilliti til ákvæðis 4. gr. Af orðalagi 3. gr. má ljóst vera að gildissvið laga um fjölmiðla og lögsaga íslenska ríkisins nær til allra fjölmiðla og fjölmiðlaveitna sem hafa staðfestu hér á landi, þar á meðal prent- og vefmiðla.

Í 4. gr. er skilgreint hvaða fjölmiðlaþjónustuveitendur sem miðla myndefni heyra undir íslenska lögsögu. Ákvæðið er byggt á 2. gr. hljóð- og myndmiðlunartilskipunar Evrópusambandsins, sem gildir eins og kunnugt er um hljóð- og myndmiðla í aðildarríkjum ESB. Í 4. gr. laga um fjölmiðla er að finna sjónarmið sem lúta að því hvernig staðfesta hljóð- og myndmiðla er ákvörðuð. Þrátt fyrir að ákvæðið beri yfirskriftina *Lögsaga yfir fjölmiðlaveitum sem miðla myndefni* getur fjölmiðlanefnd ekki fallist á þau rök 365 miðla að sjónarmið um ákvörðun staðfestu fjölmiðla og fjölmiðlaveitna séu bundin við efnislegt gildissvið 4. gr., þ.e. hljóð- og myndmiðla, eins og skilja hefur mátt af svörum 365 miðla til fjölmiðlanefndar. Skýrt kemur fram í ákvæði 3. gr. að lögin gilda um alla fjölmiðla og fjölmiðlaveitur með staðfestu hér á



FJÖLMÍÐLANEFND

landi, sem miðla efni handa almenningi hér á landi. Af því leiðir að upp geta komið tilvik þar sem ákvarða þarf staðfestu prentmiðla, rétt eins og hljóð- og myndmiðla, þótt slík tilvik séu fáheyrð. Eðli máls samkvæmt gilda sambærileg sjónarmið um ákvörðun á staðfestu prentmiðla og á staðfestu hljóð- og myndmiðla, sbr. 1. mgr. 4. gr. laga laga um fjölmiðla.

Rétt er að benda á að upphaflega hljóðaði ákvæði 1. mgr. 3. gr. svo í frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla:

*Lög þessi gilda um **alla fjölmiðla sem miðla efni handa almenningi hér á landi** að teknu tilliti til ákvæðis 4. gr. Þau gilda því um allt hljóð- og myndefni í læstri eða ólæstri dagskrá, línulegri dagskrá eða eftir pöntun sem og allt ritefni hvort sem því er miðlað á prentuðu eða öðru sambærilegu formi eða með rafrænum hætti.*

Með lögum nr. 54/2013 um breytingu á lögum um fjölmiðla nr. 38/2011 voru gerðar breytingar á ákvæði 3. gr. þar sem við ákvæði 1. másl. 1. mgr. 3. gr. bættist setningarhlutinn [og fjölmiðlaveitum með staðfestu hér á landi].

*Lög þessi gilda um **alla fjölmiðla [og fjölmiðlaveitur með staðfestu hér á landi]** sem miðla efni handa almenningi hér á landi, að teknu tilliti til ákvæðis 4. gr.*

Í greinargerð með frumvarpi til laga nr. 54/2013 kemur fram að fyrrnefndum breytingum hafi verið ætlað að kveða með afdráttarlausari hætti á um að fjölmiðlalögin gildi um fjölmiðla sem ætlaðir eru almenningi hér á landi og að þær fjölmiðlaveitur sem heyri undir lögsögu íslenska ríkisins séu þær sem hafi staðfestu hér á landi.

Með lagabreytingunni var komið í veg fyrir að erlendar fjölmiðlaveitur sem miðla efni, sem ekki er sérstaklega ætlað almenningi hér á landi en er þó aðgengilegt hérlendis, teldust falla undir lögsögu íslenska ríkisins. Breytingunum var með öðrum orðum ekki ætlað að þrengja lögsögu íslenska ríkisins, heldur þvert á móti: að undirstrika að lögin gilda um fjölmiðla sem ætlaðir eru almenningi hér á landi.

4.

Í 15. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla er fjallað um hugtakið fjölmiðlaveita. Þar segir að fjölmiðlaveita sé einstaklingur eða lögaðili sem starfrækir fjölmiðil. Í skýringum við ákvæðið í frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla segir að um nýtt grundvallarhugtak samkvæmt frumvarpinu sé að ræða og eigi það rætur að rekja til d-liðar 1. gr. hljóð- og myndmiðlunartilskipunar Evrópusambandsins þó svo að því sé samkvæmt frumvarpinu ætlað víðtækara gildi. Inntak hugtaksins ráðist svo eðli málsins samkvæmt af inntaki hugtaksins fjölmiðill en samkvæmt þeirri skilgreiningu sem lögð sé til sé fjölmiðlaveita einstaklingur eða lögaðili sem starfræki fjölmiðil. Um sé að ræða heildarhugtak sem ætlunin sé að ná til allra þeirra sem starfrækja fjölmiðla, hvort heldur sem er á vettvangi hljóð- og myndmiðlunar eða ritmiðlunar. Hugtakið leysi að sama skapi af hólmi eldri hugtök á borð við útgefandi í löggjöf á þessum vettvangi.



FJÖLMIÐLANEFND

Íslensk útgáfa tímaritsins Glamour er ætluð almenningi hér á landi. Blaðinu er bæði dreift í áskrift og í lausasölu í verslunum hér á landi. Allt ritstjórnarefni er á íslensku sem og velflestar auglýsingar í tímaritinu. Ritstjóri og ábyrgðarmaður blaðsins, sbr. 3. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla, er íslenskur. Blaðamenn, stílistar og ljósmyndarar tímaritsins eru velflestir íslenskir. Þær vörur sem sjá má á ljósmyndum á tísku- og lífsstílssíðum blaðsins eru sóttar í íslenskar verslanir og fáanlegar í þeim. Öll verð eru sýnd í íslenskum krónum. Fjölmiðlinum er þar af leiðandi augljóslega beint til almennings hér á landi, sbr. 3. gr. laga um fjölmiðla þar sem segir að lögin gildi um alla fjölmiðla og fjölmiðlaveitur með staðfestu hér á landi sem miðla efni handa almenningi hér á landi að teknu tilliti til ákvæðis 4. gr.

Ekkert bendir til þess að ritstjórn Glamour hafi flutt sig um set til Bretlands, eftir að nýr útgefandi tók við stjórnartaumunum, heldur virðist verulegur hluti ritstjórnar blaðsins, þar með talinn ritstjóri þess, hafa vinnustöð og aðalskrifstofu hér á landi. Ákvarðanir um ritstjórnarefni og aðra þætti sem lúta að ritstjórn virðast því teknar hér á landi. Fjölmiðlanefnd fellst sem fyrr segir ekki á þá lögskýringu 365 miðla að sjónarmið um ákvörðun staðfestu fjölmiðla og þar með lögsögu íslenska ríkisins séu bundin við hljóð- og myndmiðla, eins og skilja hefur mátt af svörum 365 miðla til fjölmiðlanefndar.

Þann 7. október 2016 sendu 365 miðlar áskriftartilboð til sex mánaða í tölvupósti á póstlista Glamour. Var tölvupósturinn undirritaður af 365 miðlum, með vörumerki hins íslenska félags, og undir það var ritað heimilisfangið Skaftahlíð 24, 105 Reykjavík, auk þess sem vísað var til vefsíðu 365 miðla, 365.is og netfangsins 365@365.is sem er netfang 365 miðla hf.

Þá hafa 365 miðlar sent völdum viðskiptavinum sínum tölublöð tímaritsins Glamour að gjöf í pósti undanfarna mánuði, þar á meðal nóvembertölublað Glamour 2016. Í fylgiskjali með nóvemberheftinu kom fram að viðskiptavinir 365 fái blaðið að gjöf í þakkarskyni fyrir góð viðskipti í gegnum árin. Undir skjalið var ritað *Með góðri kveðju, 365* og var skjalið einnig merkt með vörumerki 365 miðla, auk þess sem vísað var til vefs 365 miðla, 365.is, og símanúmersins 1817, sem er símanúmer 365 miðla hér á landi. Þá var á það bent í fylgiskjalinu að vefútgáfa tímaritsins Glamour væri starfrækt undir Vísi en Vísir var, sem kunnugt er, skráður fjölmiðill í eigu 365 miðla á þessum tíma. Ekki verður því annað séð en að 365 miðlar starfræki fjölmiðilinn Glamour, burtséð frá því að í tímaritinu sé nú tekið fram að útgáfufélag þess sé breska félagið 365 Media Europe Ltd. en tilvísun til hins erlenda félags virðist fyrst hafa birst í októberhefti tímaritsins 2016.

Samkvæmt bresku fyrirtækjaskránni er félagið 365 Media Europe Ltd. skráð á sama heimilisfang og fleiri bresk félög sem virðast tengjast aðaleiganda 365 miðla, Ingibjörgu Pálmadóttur, og aðilum tengdum 365 miðlum, auk þess sem augljós líkindi eru með heiti hins breska félags og hins íslenska.

Af öllu framangreindu má ráða að tengslin á milli 365 miðla og 365 Media Europe Ltd. séu afar nán, og virðast 365 miðlar enn standa að baki úgáfu blaðsins hér á landi, þ.e. starfrækja fjölmiðilinn í skilningi 15. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla, þrátt fyrir fullyrðingar félagsins um annað.



FJÖLMIÐLANEFND

5.

Við þetta má bæta að þann 14. mars sl. var tilkynnt um kaup Fjarskipta, móðurfélags Vodafone, á hluta af starfsemi 365 miðla en kaupin voru gerð með fyrirvara um samþykki Samkeppniseftirlitsins, sem hefur málið til skoðunar um þessar mundir. Af þessu tilefni birtist frétt um undirritun kaupsamnings Fjarskipta og 365 miðla á vefmiðlinum Vísi, sem er í eigu 365 miðla. Fréttin var byggð á fréttatilkynningu frá 365, sem birt var orðrétt og innan gæsalappa í fréttinni, en í henni sagði meðal annars:

„Við afhendingu munu allir starfsmenn viðkomandi rekstrareininga færast til Fjarskipta. Sá hluti starfsemi fréttastofu 365 sem snýr að Stöð 2, Bylgjunni og Vísi mun einnig færast yfir til Fjarskipta, sem og hluti starfsfólks á sölu-, þjónustu- og tæknisviðum. **Fréttablaðið og tímaritið Glamour verða áfram í eigu 365 miðla og mun starfsemi þeirra miðla ekki taka breytingum.**“ [Leturbreyting fjölmiðlanefndar.]

Aukinheldur birti Samkeppniseftirlitið samrunatilkynningu á vef sínum 10. maí sl., vegna fyrirhugaðra kaupa Fjarskipta, móðurfélags Vodafone, á hluta eigna 365 miðla. Tilkynningin var birt án trúnaðarupplýsinga, með vísan til þess að Samkeppniseftirlitið hefur ákveðið að óska opinberlega eftir sjónarmiðum almennings og fyrirtækja í þágu rannsóknar á samkeppnislegum áhrifum samrunans. Í samrunatilkynningunni kemur fram að með kaupsamningi dags. 14. mars 2017 hafi Fjarskipti hf. skuldbundið sig til að kaupa og 365 miðlar hf. til að selja tilteknar eignir og rekstur 365 sem tengist ljósvaka- og fjarskiptastarfsemi hér á landi. Um sé að ræða alla þá starfsemi 365 sem felist annars vegar í fjarskipta- og ljósvakarekstri og hins vegar í fjölmiðlarekstri 365 á ljósvakamarkaði, þ.m.t. vefsíðuna Vísi, ásamt öllum þeim eignum og réttindum seljanda sem þeim rekstri tengist, hvaða nafni sem nefnist. Þá segir í I. kafla samrunaskrár: „Nánar tiltekið er um að ræða allan rekstur og eignir 365, nema þann hluta og þær eignir sem varða útgáfu Fréttablaðsins, en sú rekstrareining (þ.m.t. tímaritið Glamour) verða áfram eign 365.“ Jafnframt kemur fram í lið 3.3. í III. kafla samrunaskrár að fyrirtækið 365 miðlar muni áfram vera starfandi á markaði og reka Fréttablaðið og tímaritið Glamour.

Með vísan til alls framangreinds, þ.m.t. tilvísaðra upplýsinga í samrunatilkynningu vegna samruna Fjarskipta hf. og 365 miðla hf., náninna tengsla 365 miðla hf. og 365 Media Europe Ltd., markaðssetningar á Glamour sem 365 miðlar standa fyrir, áskriftartilboða merktum vörumerki hins íslenska félags og starfrækslu vefútgáfu Glamour undir merkjum Vísis, telur fjölmiðlanefnd ljóst að áður nefndar áfengisauglýsingar í Glamour falli undir gildissvið laga um fjölmiðla nr. 38/2011 og jafnframt skilgreiningu 4. mgr. 37. gr. laganna um viðskiptaboð fyrir áfengi. Er það niðurstaða fjölmiðlanefndar að 365 miðlar starfræki fjölmiðilinn Glamour hér á landi, í skilningi 15. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla, og teljist því sú fjölmiðlaveita sem ábyrgð ber á birtingu áður nefndra viðskiptaboða en tilvísun til breska félagsins 365 Media Europe Ltd. í tímaritinu virðist hafa þann eina tilgang að komast undan íslenskri lögsögu.



FJÖLMIÐLANEFND

Á grundvelli alls framangreinds er það niðurstaða fjölmiðlanefndar að október-, nóvember- og desemberhefti Glamour 2016 hafi innihaldið viðskiptaboð fyrir áfengi með yfir 2,25% áfengisinnhaldi og hafi 365 miðlar með miðlun þeirra brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011.

Samkvæmt 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla leggur fjölmiðlanefnd stjórnvaldssektir á fjölmiðlaveitur sé brotið gegn ákvæðum VI. kafla um viðskiptaboð og fjarkaup. Við ákvörðun sektar skal m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitna af broti þegar það á við. Með vísan til niðurstöðu sinnar hefur fjölmiðlanefnd ákveðið að leggja sekt á 365 miðla og telur nefndin hæfilegt að sektin nemi 1.000.000 kr. Við ákvörðun sektarfjárhæðar var tekið tillit til þess að brotið var ítrekað gegn 4. mgr. 37. gr. laganna og ætlaðs ávinnings af því.

IV. Ákvörðunarorð

„365 miðlar brutu gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 með birtingu viðskiptaboða fyrir áfengi í október-, nóvember- og desemberhefti Glamour 2016. 365 miðlar greiði 1.000.000 kr. í stjórnvaldssekt.“

Fyrir hönd fjölmiðlanefndar,

Hulda Árnadóttir

Salvör Nordal

Vilhjálmur H. Vilhjálmsson