



FJÖLMIÐLANEFND

27. maí 2019
Ákvörðun nr. 4/2019

Viðskiptaboð fyrir áfengi í kynningarblaðinu Brugghús, sem fylgdi Fréttablaðinu 1. mars 2019.

I. Kvörtun og málsatvik

1.

Þann 4. mars 2019 barst fjölmiðlanefnd kvörtun frá Árna Guðmundssyni, f.h Foreldrasamtaka gegn áfengisauðglýsingum, með bréfi dags. 1. mars 2019, vegna meintrar áfengisauðglýsingar í kynningarblaði sem fylgdi Fréttablaðinu þann 1. mars 2019. Með kvörtuninni fylgdi afrit af umræddu kynningarblaði, ásamt sérstöku afriti af framangreindri auðglýsingu frá Bryggjunni brugghúsi. Fram kom að kvartandi teldi að með umfjöllun um áfenga drykki í blaðinu hefði Torg brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 sem fjallar m.a. um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi.

Í kvörtuninni sagði að markmið Foreldrasamtaka gegn áfengisauðglýsingum væri að berjast gegn birtingu ólöglegra áfengisauðglýsinga og bættu auðglýsingasiðferði, með áherslu á vernd barna og unglinga. Samtökin starfi í anda Barnasáttmála Sameinuðu þjóðanna og hafi sáttmálann að leiðarljósi í starfsemi sinni. Í því ljósi sé velferð barna og ungmenna í víðu samhengi, og þau málefni er varða æskuna hverju sinni, einnig á meðal viðfangsefna samtakanna.

Að mati kvartanda birtist fjöldi áfengisauðglýsinga í áður nefndu kynningarblaði. Ennfremur sagði í kvörtuninni:

Til frekari áréttingar skal bent á síðu 24 í skjalinu þar sem Bryggjan brugghús auðglýsir áfengi. Áfengisauðglýsingar eru óheimilar skv. 20. gr. áfengislaga, sem og samkvæmt 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011. Umræddar áfengisauðglýsingar eru, eins og greinilega má sjá, skýlaust brot á ofangreindum ákvæðum laga. Foreldrasamtök gegn áfengisauðglýsingum óska eftir því að fjölmiðlanefnd grípi til viðeigandi ráðstafana vegna þessara brota. Börn og ungmenni eiga lögvarinn rétt á því að vera laus við áfengisáróður, eins og áfengisauðglýsingar.



FJÖLMÍÐLANEFND

2.

Kynningarblaði með yfirskriftina *Brugghús* var dreift sem fylgiblaði með Fréttablaðinu föstudaginn 1. mars 2019. Blaðið var átta blaðsíður að lengd og innihélt umfjöllun um hérland brugghús og framleiðslu á þeirra vegum. Birtar voru myndir af framleiðslu brugghúsanna, vörumerkjum og umbúðum, auk viðtala við eigendur og starfsmenn. Af efni blaðsins mátti ráða að tilefni útgáfunnar væri að þann 1. mars sl. voru þrjátíu ár liðin frá því að heimilt varð að selja bjór á Íslandi.

Í blaðinu var að finna kynningar og umfjöllun um eftirfarandi bjórtegundir:

1. Kaldi frá Bruggsmiðjunni Kalda á bls. 1-2. Fyrirsögn: „*Hreinleikinn er í fyrirrúmi.*“
2. Víking og Góa frá Víking brugghús á bls. 3. Fyrirsögn: „*Breytt landslag en samt ekki.*“
3. Gull frá Ölgerðinni á bls. 5. Fyrirsögn: „*Bjórgerð í 106 ár.*“

Með rituðum texta voru birtar myndir af vöruumbúðum og/eða vörumerkjum fyrir þær áfengu bjórtegundir sem framleiddar eru hjá áðurnefndum brugghúsum og fjallað var um í blaðinu.

Á bls. 8 í kynningarblaðinu var jafnframt auglýsing frá Bryggjunni brugghúsi, þar sem birt var ljósmynd af bjór í glasi, ásamt eftirfarandi texta:

Þetta er hún Bára!

Hún er systir Baldurs og er dökkur hveitibjór. Bára var gerjuð með öl-geri og er mjög mjúk og möltuð með daz af humlum. Kazbek humlar voru notaðir þegar hún var þurrhumluð. Bára er 5,4% og er komin á krana á Bryggjunni brugghús.

Happy hour er alla daga milli 15:00-19:00

húsbjór dagsins á aðeins 600 kr.

Fyrrgreint fylgiblað var merkt með orðinu „*Kynningarblað*“ efst í vinstra horni. Fyrir neðan yfirskriftina *Brugghús*, kom fram að kynningar í blaðinu væru frá Bruggsmiðjunni Kalda, Víking brugghúsi og Ölgerðinni. Jafnframt kom fram í blaðinu að útgefandi þess væri Torg ehf. og að ábyrgðarmaður væri Kristín Þorsteinsdóttir, sem jafnframt er ábyrgðarmaður Fréttablaðsins.



FJÖLMIÐLANEFND

II. Málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

1.

Fjölmiðlanefnd hefur eftirlit með lögum um fjölmiðla nr. 38/2011, skv. 11. gr. laganna. Erindum vegna ætlaðra brota á ákvæðum laganna skal beint til nefndarinnar og tekur hún ákvörðun um það hvort erindi sem henni berst gefi nægar ástæður til meðferðar. Fjölmiðlanefnd er jafnframt heimilt að taka mál upp að eigin frumkvæði.

Með tölvupósti fjölmiðlanefndar þann 4. mars 2019 var óskað eftir sjónarmiðum og upplýsingum Torgs ehf. vegna framangreindrar kvörtunar Foreldrasamtaka gegn áfengisauglýsingum. Fram kom að ekki hefði verið tekin ákvörðun um hvort málið yrði tekið til efnislegrar meðferðar.

Með tölvupósti Einars Þórs Sverrissonar, f.h. Torgs, dags. 5. mars 2019, bárust svör við erindi nefndarinnar. Í svari Torgs sagði að tilvísuð umfjöllun í Fréttablaðinu og fylgiriti hefði verið birt án alls endurgjalds, í tilefni þess að þrjátíu ár hafi verið liðin frá því „að menn frelsisins unnu bug á afturhaldsseggjum hér á landi varðandi sölu á vöru sem er leyfð nánast hvar sem er á byggðu bóli, nema þar sem trú kemur í veg fyrir áfengissölu.“

Þá óskaði Torg eftir því að fjölmiðlanefnd „leggðist á árarnar með frelsinu og styddi að komið væri í veg fyrir áframhaldandi afturhald, sem felist í banni á sölu auglýsinga fyrir þessa vöru, þar sem þó væri tekið tillit til sjónarmiða um mögulega skaðsemi og að unglingar eigi ekki að neyta áfengis,“ eins og það var orðað í bréfi Torgs. Með því, sagði í bréfi Torgs, væri a.m.k. örlítill hjálparhönd rétt út til að „reyna að tryggja áframhaldandi rekstur einkarekinna fjölmiðla á landinu, sem allt er eins líklegt að lognist út af á komandi misserum, vegna vonlauss rekstrarumhverfis, sem stjórnvöld skipta sér lítið sem ekkert af,“

Loks sagði í svari Torgs ehf. að Fréttablaðið sjái engan tilgang með áframhaldi málsins

2.

Á fundi fjölmiðlanefndar 5. mars 2019 var fjallað um kvörtun Foreldrasamtaka gegn áfengisauglýsingum og sjónarmið Torgs og ákveðið taka málið til efnislegrar meðferðar.

Fjölmiðlanefnd sendi Torgi frummat sitt í málinu með bréfi dags. 10. apríl sl. Þar fór fjölmiðlanefnd yfir helstu málsatvik og þau lagasjónarmið sem máli skipta við mat á því hvort Torg hafi brotið gegn 4. mgr. 37. gr. Jafnframt vildi fjölmiðlanefnd veita Torgi færi á því að koma á framfæri frekari sjónarmiðum í málinu. Bent var á að niðurstaða bréfsins fæli einungis í sér frummat fjölmiðlanefndar en ekki endanlega afstöðu hennar til þess hvort Torg hefði



FJÖLMÍÐLANEFND

brotið gegn fyrrnefndu ákvæði. Þær ályktanir sem settar væru fram kynnu að breytast gæfu athugasemdir og skýringar Torgs tilefni til þess.

Í bréfinu kom fram það frummat nefndarinnar að áfengisauglýsing á bls. 8 og kynningarumfjöllun um bjór og brugghús á bls. 1, 2, 3 og 5 í kynningarblaðinu Brugghús, sem fylgdi Fréttablaðinu 1. mars 2019, teldist til viðskiptaboða fyrir áfengi í skilningi 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Þá væri það frummat nefndarinnar að með miðlun fyrrgreindra viðskiptaboða hefði útgefandi blaðsins, Torg ehf., brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla.

Í bréfi fjölmiðlanefndar var á það bent að brot gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla gætu varðað stjórnvaldssekt skv. n-lið 1. mgr. 54. gr. laganna. Ennfremur óskaði nefndin eftir upplýsingum um tekjur Torgs vegna áður nefndra viðskiptaboða. Þess var óskað að svör Torgs bærust eigi síðar en 29. apríl. Torg óskaði eftir fresti til svara til 3. maí og var umbeðinn frestur veittur.

3.

Með bréfi dags. 2. maí 2019 bárust svör Torgs við bréfi fjölmiðlanefndar. Þar hafndi Torg því alfarið að hafa gerst brotlegt við 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Vísaði Torg til þess að eitt af skilyrðum þess að um viðskiptaboð gæti verið að ræða væri að þeim væri „miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu“. Fram kom í bréfinu að Torg hefði ekki þegið neinar greiðslur eða annað endurgjald, vegna útgáfu umrædds blaðs, en fyndist hins vegar miður að umfjöllun Bryggjunnar brugghúss um bjórinn Báru hefði birst í blaðinu. Væri sú framsetning ekki í samræmi við þær reglur sem Torg hefði sett sér en birtingin hefði átt sér stað vegna mistaka. Á því væri beðist velvirðingar „án þess að séð verði að skilyrði fyrir stjórnvaldssekt séu uppfyllt,“ eins og það va orðað í bréfi Torgs. Að mati Torgs væri hins vegar fráleitt að setja þá framsetningu á sama stall og umfjallanir blaðsins um Kaldaverksmiðjuna, Viking og fyrsta íslenska bjórinn sem settur var á markað eftir að banni við bjórsölu hefði verið aflétt 1. mars 1989. Sagði í bréfi Torgs að þar væri einfaldlega um að ræða efni eða umfjöllun um löglega vöru, sem ekki væri í andstöðu við lög.

Ítrekaði Torg fyrri sjónarmið um að ekki hefði verið greitt fyrir umfjöllunina og teldist hún því ekki til viðskiptaboða í skilningi laga um fjölmiðla. Umrætt efni hefði verið birt í sérri Fréttablaðsins á þesum tímamótum að frumkvæði ritstjórnar þess, lesendum til fróðleiks. Þá vísaði Torg til þess að allar undantekningar frá stjórnarskrárvörðum rétti til tjáningarfrelsis bæri að túlka þröngt og ætti það lögskýringarsjónarmið við um ákvæði laga um bann við áfengisauglýsingum.



FJÖLMIÐLANEFND

Með vísan til framangreinds krafðist Torg þess að málið yrði látið niður falla. Í bréfi sínu veitti Torg ekki umbeðnar upplýsingar um tekjur Torgs vegna viðskiptaboða í fylgiritinu Brugghús.

4.

Með tölvupósti dags. 3. maí 2019 óskaði fjölmiðlanefnd eftir staðfestingu löggilts endurskoðanda á því að engin greiðsla eða annað endurgjald hefði komið fyrir miðlun kynninga frá Bruggsmiðjunni Kalda, Viking brugghús og Ölgerðinni í kynningarblaðinu Brugghús sem fylgdi Fréttablaðinu 1. mars 2019. Um leið óskaði nefndin eftir skýringum Torgs á því af hverju umrætt kynningarblað hefði verið titlað „kynningarblað“, þrátt fyrir að innihalda enga selda kynningarumfjöllun aðra en viðskiptaboð frá Bryggjunni brugghúsi. Þess var óskað að skýringar Torgs ehf. og staðfesting endurskoðanda bærust eigi síðar en 23. maí. Þann 28. maí var erindið ítrekað þar sem engin svör höfðu borist. Hvorki bárust skýringar né staðfesting endurskoðanda á því að engin greiðsla eða annað endurgjald hafi komið fyrir miðlun kynninganna.

III. Niðurstaða fjölmiðlanefndar

1.

Í 1. málsl. 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla segir að viðskiptaboð og fjarkaup fyrir áfengi og tóbak séu óheimil. Þá eru gerðar þær kröfur í 3. málsl. 4. mgr. 37. gr. laganna að fullyrðingar sem fram komi 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 til að vernda neytendur og takmarka neyslu á tóbaksvörum og áfengi. Þannig sé tilgangur ákvæðisins öðru fremur að stuðla að bættu heilsufari almennings. Þá kemur einnig fram í greinargerðinni að ákvæði 3. málsl. 4. mgr. 37. gr. sé sett fram til að taka af öll tvímæli um þær óáfengu drykkjarvörur sem verið er að auglýsa séu sannarlega á markaði fyrir neytendur. Einungis sé heimilt að auglýsa drykki sem hafi minna en 2.25% áfengisinnihald.

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 sé ætlað að vekja, beint eða óbeint, athygli á vörum, þjónustu eða ímynd lögaðila eða einstaklings sem stundi atvinnustarfsemi og sé miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu. Til viðskiptaboða teljast m.a. auglýsingar, kostun og vöruinnsetning.



FJÖLMIÐLANEFND

Hugtakið auglýsing er skilgreint í 2. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla. Þar 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.

Í 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla segir að viðskiptaboð skuli vera auðþekkjanleg sem slík og vera skýrt afmörkuð frá öðru efni með þeim hætti sem best hentar því formi miðlunar sem notað er hverju sinni. Samkvæmt 2. mgr. 37. gr. sömu laga eru dulin viðskiptaboð óheimil.

2.

Hugtakið viðskiptaboð er, samkvæmt lögum um fjölmiðla, rýmra en hugtakið auglýsing. Viðskiptaboð eru texti, myndir eða hljóð sem er ætlað að vekja, beint eða óbeint, athygli á vörum, þjónustu eða ímynd lögaðila eða einstaklinga sem stunda atvinnustarfsemi og er miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu. Þannig getur umfjöllun eða viðtal við einstakling eða fulltrúa lögaðila sem stundar atvinnustarfsemi t.d. fallið undir hugtakið viðskiptaboð ef tilgangurinn með umfjölluninni er að vekja beint eða óbeint athygli á vörum, þjónustu eða ímynd þess einstaklings eða lögaðila og viðtalinu er miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi. Þá þarf að tryggja að neytendum sé alveg ljóst hvaða greinar og efnisþættir, í dagblöðum, tímaritum og fylgiblöðum með þeim, eru viðskiptaboð. Því er æskilegt að merkja hverja keypta grein, viðtal, vörukynningu eða annars konar umfjöllun með skýrum hætti, t.d. með orðunum „kynning“, „keypt umfjöllun“ eða „auglýsing“. Ekki er nóg að merkja fylgiblöð sem innihalda kynningarefni einungis á forsíðu með orðinu „kynningarblað“, heldur felur aðgreiningarregla 1. mgr. 37. gr. að efni sínu í sér að æskilegra er að merkja hvern seldan efnisþátt fyrir sig, svo að ekki sé hætta á því að lesendur rugli saman auglýsingum og hlutlausum upplýsingum.

Umrætt kynningarblað, sem fylgdi Fréttablaðinu 1. mars sl., var merkt með orðinu „Kynningarblað“ efst í vinstra horni, eins og önnur kynningarblöð sem fylgja Fréttablaðinu, auk þess sem orðin „KYNNINGARBLAÐ BRUGGHÚS“ voru sýnileg í „haus“ á hverri síðu blaðsins. Fyrir neðan yfirskriftina *Brugghús* á forsíðu kom fram að kynningar í blaðinu stöfuðu frá tilteknum lögaðilum í atvinnurekstri: Bruggsmiðjunni Kalda, Viking brugghúsi og Ölgerðinni.

3.

Myndræn framsetning vörukynninga og auglýsingar í fyrrgreindu kynningarblaði var með eftirfarandi hætti:



FJÖLMIÐLANEFND

Á bls. 1-2 í kynningarblaðinu Brugghús var kynning frá Bruggsmiðjunni Kalda, með mynd af eigendum brugghússins á forsíðu og vörumerkjum fyrir áfengu drykkina *Kaldi-dökkur lager bjór* og *Kaldi-lager bjór* í baksýn og mynd af vöruumbúðum fyrir áfenga drykkinn *Kaldi-lager bjór* á síðu 2.

Á bls. 3 var kynning frá Víking brugghúsi með þremur myndum af vöruumbúðum fyrir áfengar bjórtegundir: *Góa*, *Víking gylltur* og *Víking Rökr*.

Á bls. 5 var viðtal við forstjóra Ölgerðarinnar. Með viðtalinu var birt mynd af honum með bjór í glasi, merktu *Egils Gull*, fyrir aftan sex bjórdælur sem allar voru merktar vörumerkinu *Egils Gull*.

Á bls. 8 í blaðinu var auglýsing frá Bryggjunni brugghúsi, sem var afmörkuð á síðunni sem slík. Í henni var auglýst bjórtegundin *Bára*, sem framleidd og seld er á Bryggjunni brugghúsi í Reykjavík. Fram kom að um væri að ræða áfenga drykkjarvöru með áfengisstyrkleikann 5,4%, auk þess sem innihaldi og eiginleikum drykkjarvörunnar var lýst og lesendur upplýstir um verð hennar og sölustað.

Gaf myndræn framsetning framangreindra kynninga og auglýsinga og annað innihald tilefni til að ætla að um væri að ræða kynningu á áfengum bjórtegundum og vörumerkjum en ekki eingöngu kynningu á starfsemi brugghúsa.

4.

Á grundvelli alls framangreinds er það niðurstaða fjölmiðlanefndar að áfengisauglýsing á bls. 8 og kynningarumfjöllun um bjór og brugghús á bls. 1, 2, 3 og 5 í kynningarblaðinu Brugghús, sem fylgdi Fréttablaðinu 1. mars 2019, hafi verið ætlað að þjóna auglýsingamarkmiðum fyrir áfengar vörutegundir með yfir 2,25% áfengisinnihaldi og teljist auglýsingin og kynningarumfjöllunin til viðskiptaboða fyrir áfengi í skilningi 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Er það jafnframt niðurstaða nefndarinnar að með miðlun fyrrgreindra viðskiptaboða fyrir áfengi í kynningarblaðinu Brugghús þann 1. mars sl. hafi útgefandi blaðsins, Torg ehf., brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla.

Samkvæmt n-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla leggur fjölmiðlanefnd stjórnvaldssektir á fjölmiðlaveitur sé brotið gegn ákvæðum VI. kafla laganna, þar á meðal 4. mgr. 37. gr. Við ákvörðun sektar skal m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitna af broti þegar það á við. Þá leiðir ítrekun brots að öllu jöfnu til þyngingar viðurlaga. Við mat á fjárhæð sektar leit fjölmiðlanefnd til þess að Torg hefur við meðferð málsins hvorki veitt umbeðnar upplýsingar um tekjur útgáfufélagsins vegna viðskiptaboða í kynningarblaðinu Brugghús, né



FJÖLMIÐLANEFND

staðfestingu endurskoðanda á því að engin greiðsla eða annað endurgjald hafi komið fyrir miðlun kynninga í blaðinu. Þá leit fjölmiðlanefnd til ítrekunaráhrifa ákvörðunar fjölmiðlanefndar nr. 5/2015, þar sem nefndin komst að þeirri niðurstöðu að kynningar í fylgiblaðinu „Bjórmenning á Íslandi“, sem fylgdi Fréttablaðinu 21. mars 2015, teldust til óheimilla viðskiptaboða fyrir áfengi. Blaðið var gefið út af móðurfélagi Torgs ehf., 365 miðlum hf., og varðaði ákvörðun nr. 5/2015 því sömu fyrirtækjasamsteypu, þótt um tvo lögaðila sé að ræða. Um það vísar nefndin til þess að brot sem framin eru í nafni eins lögaðila geta leitt til ítrekunaráhrifa gagnvart öðrum ef viðkomandi aðilar eru í raun hluti af sama fyrirtækinu í skilningi samkeppnisréttar, eins og fram kemur í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 19/2016, Brot Mjólkursamsölunnar ehf. á samkeppnislögum. Jafnframt vísast um það til úrskurðar áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 3/2008, Hf. Eimskipafélag Íslands gegn Samkeppniseftirlitinu og dóms Hæstaréttar Íslands frá 27. nóvember í máli nr. 112/2014, Samkeppniseftirlitið gegn Langasjó o.fl.

IV. Ákvörðunarorð

Torg ehf. braut gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 með miðlun viðskiptaboða fyrir áfengi í kynningarblaðinu Brugghús þann 1. mars 2019.

Torg ehf. greiði 1.000.000 kr. í stjórnvaldssekt.

Hulda Árnadóttir

María Rún Bjarnadóttir

Finnur Beck

Róbert H. Haraldsson