



FJÖLMIÐLANEFND

3. september 2024
Ákvörðun nr. 4/2024

Viðskiptaboð fyrir nikótínvörur og áfengi á vef Mannlífs

I. Málsvik

Fjölmiðlanefnd barst ábending í síma í ágúst 2023 þar sem vakin var athygli á ætluðum brotum Sólartúns á lögum um fjölmiðla nr. 38/2011 (lög um fjölmiðla). Ábendingin laut að umfjöllun um áfengar vörutegundir á vín- og matarsíðum Mannlífs. Við eftirgrennslan kom í ljós að á vef Mannlífs var að finna umfjöllun sem birst hafði 27. júní 2023 undir fyrirsögninni „Dufland – Frábær vín frá Spáni“. Umfjöllunin var merkt „Kynning“. Í umfjölluninni var rætt um söluvörur fyrirtækisins Duflands ehf. (Dufland), m.a. nikótínþúðategundirnar *LOOP* og *VELO* sem og vintegundirnar *Marta Mate* og *The Chocolate Block*.

Við meðferð málsins komst Fjölmiðlanefnd að því að einnig ætti að leggja mat á hvort í umfjölluninni væri um að ræða brot á lögum um fjölmiðla vegna viðskiptaboða fyrir nikótínvörur.

Útgefandi Mannlífs er Sólartún ehf. (Sólartún).

II. Málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

1.

Málið var fyrst lagt fyrir á fundi Fjölmiðlanefndar þann 24. ágúst 2023 þar sem samþykkt var að kalla eftir upplýsingum og sjónarmiðum Mannlífs vegna umfjöllunarinnar sem birtist á vef Mannlífs 27. júní 2023, þ. á m. upplýsingum um tekjur fjölmiðlaveitunnar af áfengisauglýsingum og kynningum.

Í kjölfarið sendi Fjölmiðlanefnd tölvupóst til Sólartúns þann 28. ágúst 2023 þar sem fjölmiðlaveitan var upplýst um ábendinguna sem borist hafði til nefndarinnar. Óskað var eftir



FJÖLMIÐLANEFND

upplýsingum og sjónarmiðum um umfjöllunina vegna ætlaðra brota gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla um bann við viðskiptaboðum fyrir nikótínvörur og áfengi. Einnig var tekið fram að viðskiptaboð fyrir áfengar vörutegundir með yfir 2,25% áfengisinnihaldi væru óheimil samkvæmt tilgreindu lagaákvæði, sbr. einnig 20. gr. áfengislaga nr. 75/1998. Fjölmiðlaveitur hér á landi bæru ábyrgð á því að efni fjölmiðla á þeirra vegum væri í samræmi við VI. kafla laga um fjölmiðla, þ. á m. 4. mgr. 37. gr., sbr. o-lið 1. mgr. 54. gr. sömu laga.

Í tölvupósti Fjölmiðlanefndar sagði enn fremur að í umfjölluninni væri rætt við starfsmann heildsölnnar Dufland og fjallað um vörutegundir sem heildsalan flytti inn, bæði áfengi og nikótínvörur. Fram kæmi að heildsalan væri „nikótínþúðafyrirtæki í grunninn“, aðstandendur hennar hefðu verið „fyrstir til að byrja nikótínæðið sem er í gangi“ og fyrirtækið flytti inn nikótínþúðana *LOOP* og *VELO* sem væru „bestu bröndin á Íslandi“. Jafnframt kæmi fram að fyrirtækið hefði nýverið hafið að flytja inn vintegundina *Marta Mate* frá Spáni og flytti jafnframt inn suður-afríska vínið *The Chocolate Block* ásamt fleiri vintegundum. Þá var tekið fram að umfjöllunin væri merkt „Kynning“ á forsíðu vín- og matarvefs Mannlífs og að í myndatexta með umfjölluninni stæði „Dufland er með frábært úrval af vínunum“.

Í tölvupóstinum óskaði Fjölmiðlanefnd eftir upplýsingum um hvort framangreind umfjöllun um áfengar vörutegundir og nikótínvörur á vef Mannlífs hefði verið miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi til fjölmiðlaveitunnar Sólartúns, tengdra félaga eða einstaklinga sem þeim tengdust. Enn fremur var óskað upplýsinga um tekjur Sólartúns eða eftir atvikum annað endurgjald vegna birtingar umfjöllunar um áfengar vörutegundir ef við ætti, annars vegar af framangreindri umfjöllun á vef Mannlífs og hins vegar af sambærilegri umfjöllun í júní, júlí og ágúst 2023.

Þann 30. ágúst 2023 barst svarpóstur frá Sólartúni. Þar kom fram að umfjöllunin hafi verið kynning á fyrirtækinu Duflandi og á því hvað Dufland fengist við og hvaða vörur það seldi. Fyrir umfjöllunina hafi Dufland greitt [...] kr. Enn fremur sagði að engin viðskiptatilboð fælust í kynningunni. Umfjöllunin væri hluti af matar- og vinnmenningu landsins. Ekki hafi verið greitt í neinu formi fyrir auglýsingar á áfengi. Með svarpóstinum var sendur hlekkur á sambærilega umfjöllun um vín og menningu á vef [...] til samanburðar. Tekið var fram að vonast væri til að þetta svaraði spurningum Fjölmiðlanefndar og myndi Sólartún þiggja allar leiðbeiningar um það sem betur mætti fara. Frekari upplýsingar yrðu veittar ef þess yrði óskað.

Ákveðið var að óska öðru sinni eftir upplýsingum og sjónarmiðum Sólartúns vegna umfjöllunarinnar og ætlaðra brota á 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Var það gert með tölvupósti þann 28. febrúar 2024 og bárust svör frá Sólartúni þann 14. mars 2024 þar sem fyrri sjónarmið



FJÖLMIÐLANEFND

voru ítrekuð. Málið var næst tekið fyrir á fundi Fjölmiðlanefndar þann 3. apríl 2024 þar sem sjónarmið Sólartúns voru lögð fram og rædd. Á þeim fundi var samþykkt að frummat yrði unnið í málinu vegna ætlaðra brota á 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla.

2.

Frummat Fjölmiðlanefndar var sent Sólartúni 6. maí 2024. Í því fór Fjölmiðlanefnd yfir helstu málsatvik og lagasjónarmið sem máli skiptu við mat á því hvort Sólartún hafi brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla um bann við viðskiptaboðum fyrir nikótínvörur og áfengi. Þar kom fram það mat Fjölmiðlanefndar að umfjöllun Mannlífs um Dufland og þær vörur sem nefndar voru sem söluvara fyrirtækisins, þ.e. nikótínþúðategundirnar *LOOP* og *VELO* og vintegundirnar *Marta Mate* og *The Chocolate Block*, teldist til viðskiptaboða fyrir nikótínvörur og áfengi. Með miðlun þeirra hafi Sólartún gerst brotlegt við 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla sem bannar viðskiptaboð fyrir nikótínvörur og áfengi. Fram kom að Fjölmiðlanefnd vildi veita Sólartúni frekara færi á að koma á framfæri skýringum og sjónarmiðum vegna málsins en á það var bent að framangreind afstaða Fjölmiðlanefndar fæli í sér frummat nefndarinnar en ekki endanlega afstöðu hennar.

Svar Sólartúns barst Fjölmiðlanefnd 21. maí 2024. Þar kom fram að það væri mat Sólartúns að „kynningin [fæli] ekki í sér brot og enginn ásetningur til þess að fara á svig við lög.“ Dómstólar hefðu fjallað um muninn á auglýsingum og umfjöllunum sem fremur teldust til kynninga en auglýsinga. Í því sambandi var vísað í dóm Héraðsdóms Reykjavíkur í máli nr. S-1345/2007. Þá kom fram að í ljósi fyrirmæla dómstóla um að skýra beri auglýsingabann þröngri skýringu félli „kynning“ utan hugtaksins „auglýsingar“ enda hafi ekki verið um auglýsingu að ræða. Kynningin hafi ekki verið tilkynning til almennings vegna markaðssetningar heldur umfjöllun um neysluvörur fyrirtækisins. Raunar hafi ekki verið fjallað neitt um nikótínþúða sem heitið gæti í kynningunni. Að lokum var tekið fram að Sólartún myndi virða sjónarmið Fjölmiðlanefndar og heita úrbótum ef til þess kæmi. Sjónarmið Sólartúns voru lögð fyrir Fjölmiðlanefnd 12. júní 2024. Var samþykkt að birta ákvörðun í málinu vegna brots á 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla.

III. Niðurstaða Fjölmiðlanefndar

1.

Hugtakið viðskiptaboð er skýrt í 47. tölul. 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



FJÖLMIÐLANEFND

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. Samkvæmt 2. tölul. 2. gr. sömu laga segir að auglýsing sé viðskiptaboð sem í felist hvers konar tilkynning sem miðlað er gegn endurgjaldi eða í þágu fjölmiðlaveitu og felur í sér kynningu á ímynd, vöru eða þjónustu.

Í 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla er að finna ákvæði um bann við miðlun tiltekinna viðskiptaboða í fjölmiðlum. Þar segir m.a. í 1. másl. að viðskiptaboð fyrir nikótínvörur og áfengi séu óheimil. Í greinargerð með frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla segir að markmið 4. mgr. 37. gr. sé meðal annars að vernda neytendur og takmarka neyslu á tóbaksvörum og áfengi. Þannig sé tilgangur ákvæðisins öðru fremur að stuðla að bættu heilsufari almennings. Af umræddri greinargerð verður jafnframt ráðið að einungis er heimilt að auglýsa drykki sem hafa 2,25% áfengisinnihald eða minna, sbr. einnig 1. mgr. 2. gr. áfengislaga nr. 75/1998, þar sem fram kemur að áfengi telst hver sá neysluhæfur vökvi sem í er að rúmmáli meira en 2,25% af hreinum vínanda.

Orðinu „nikótínvörur“ var bætt við upptalningu 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla með lögum nr. 56/2022 um breytingu á lögum um rafrettur og áfyllingar fyrir rafrettur nr. 87/2018 (nikótínvörur). Með nikótínvöru er átt við vöru „sem inniheldur nikótín, hvort sem nikótínið er unnið úr tóbaki eða ekki, og varan inniheldur að öðru leyti ekki efni sem unnin eru úr tóbaki, t.d. nikótínþúði, en er ekki til innöndunar“, sbr. 3. tölul. 3. gr. laga um nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir rafrettur nr. 87/2018. Dæmi um nikótínvörur eru tóbakslausir nikótínþúðar. Bannið á við um vörur og vörumerki en leyfilegt er að auglýsa sölustaði fyrir slíkar vörur, eins og Fjölmiðlanefnd benti á í umsögn sinni um frumvarp til áðurnefndra breytingarlaga.¹

2.

Í umfjöllun á vef Mannlífs 27. júní 2023 var rætt við starfsmann heildsölnunnar Dufland og fjallað um vörutegundir sem fyrirtækið flytur inn, bæði nikótínvörur og áfengi. Fram kom að heildsalan væri „nikótínþúðafyrirtæki í grunninn“. Þeir sem stæðu að fyrirtækinu hefðu verið „fyrstir til að byrja nikótínþúðaæðið sem er í gangi“ og að fyrirtækið flytti inn nikótínþúðana *LOOP* og *VELO* sem væru „bestu bröndin á Íslandi“. Einnig kom fram að fyrirtækið hefði nýverið hafið að flytja inn rauðvínið *Marta Mate* frá Spáni og suður-afríska rauðvínið *The Chocolate Block* ásamt fleiri vintegundum. Síðastnefnda vínið væri nú talsvert ódýrara en það var áður. Samkvæmt heimasíðu Vínbúðarinnar er áfengisstyrkleiki rauðvínanna *Marta Mate* 14% og *The Chocolate Block* 14,5%.

¹ Umsögn Fjölmiðlanefndar um frumvarp til laga um breytingu á lögum nr. 87/2018, um rafrettur og áfyllingar fyrir rafrettur (nikótínvörur), 450. mál.



FJÖLMIÐLANEFND

Í athugasemdum Sólartúns til Fjölmiðlanefndar vegna málsins kemur fram að framangreind umfjöllun hafi verið kynning á fyrirtækinu Duflandi, hvað það væri að fást við og hvaða vörur það seldi. Umfjöllunin væri hluti af matar- og vinnmenningu landsins. Dómstólar hafi fjallað um mun á auglýsingum og umfjöllunum sem fremur teljast til kynninga en auglýsinga. Í ljósi fyrirmæla dómstóla um að skýra beri auglýsingabann á áfengi þröngri skýringu falli kynning að mati Sólartúns utan hugtaksins auglýsingar, enda ekki um auglýsingu að ræða. Í þessu sambandi vísar Sólartún til dóms Héraðsdóms Reykjavíkur í máli nr. S-1345/2007.

Af þessu tilefni telur Fjölmiðlanefnd rétt að taka fram að umfjöllun, kynning eða viðtal við einstakling eða fulltrúa lögaðila sem stundar atvinnustarfsemi getur fallið undir hugtakið viðskiptaboð í skilningi 47. tölul. 2. gr. laga um fjölmiðla ef tilgangur umfjöllunarinnar er að vekja beint eða óbeint athygli á vörum, þjónustu eða ímynd þess einstaklings eða lögaðila sem um ræðir og viðtalinu er miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu. Í þessu sambandi ber að nefna að í dómi Hæstaréttar Íslands frá 23. október 2008 í máli nr. 491/2007 var talið að nánar tilgreindar kynningar á áfengi væru auglýsingar í merkingu 20. gr. áfengislaga nr. 75/1998. Fjölmiðlanefnd telur að sú umfjöllun, sem mál þetta snýst um, feli í sér kynningu á tilteknum tegundum af nikótínvörum, þ.e. nikótínþúðunum *LOOP* og *VELO*, og af tilteknum vintegundum, þ.e. rauðvínunum *Marta Mate* og *The Chocolate Block*, sem eru með yfir 2,25% áfengisinnihaldi, en ekki eingöngu almenna kynningu á starfsemi heildsölnunnar Duflands og þeim vörum sem hún býður upp á.

Fjölmiðlanefnd telur óumdeilt að framangreind umfjöllun teljist til viðskiptaboða fyrir nikótínvörur og áfengi í skilningi laga um fjölmiðla en samkvæmt Sólartúni greiddi Dufland fyrir umfjöllunina og var hún jafnframt merkt sem „Kynning“. Umfjölluninni var ætlað að vekja athygli á vörum, þjónustu og/eða ímynd lögaðila sem stundar atvinnustarfsemi gegn greiðslu, sbr. 47. tölul. 2. gr. laga um fjölmiðla. Breytir því ekki sú staðreynd að umfjöllunin hafi verið merkt „Kynning“ þar sem slík merking varðar aðeins mat á því hvort viðskiptaboð telst vera dulin auglýsing, sbr. 2. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Umfjöllunin var því andstæð 4. mgr. 37. gr. laganna en þar er lagt fortakslaust bann við hvers kyns viðskiptaboðum fyrir nikótínvörur og áfengi. Bannið gildir um öll viðskiptaboð og tekur til allra fjölmiðla sem falla undir skilgreiningu 13. tölul. 2. gr. laganna.

Að mati Fjölmiðlanefndar rúmast bann við viðskiptaboðum fyrir nikótínvörur og áfengi innan 3. mgr. 73. gr. stjórnarskrárinnar nr. 33/1944 og 2. mgr. 10. gr. Mannréttindasáttmála Evrópu, sbr. lög nr. 62/1994, sem heimila takmarkanir á tjáningarfrelsi á grundvelli sjónarmiða um heilsuvernd, sbr. til hliðsjónar dóma Hæstaréttar Íslands frá 25. febrúar 1999 í máli nr. 415/1998 og frá 23.



FJÖLMIÐLANEFND

október 2008 í máli nr. 491/2007, þar sem reyndi á bann við áfengisauglýsingum á grundvelli áfengislaga nr. 75/1998.

3.

Að öllu framangreindu virtu er það niðurstaða Fjölmiðlanefndar að umfjöllun Mannlífs frá 27. júní 2023 um nikótínþúðategundirnar *LOOP* og *VELO* og vintegundirnar *Marta Mate* og *The Chocolate Block* teljist til viðskiptaboða fyrir nikótínvörur og áfengi með yfir 2,25% áfengisinnihaldi og að með miðlun þeirra hafi Sólartún gerst brotlegt við þann hluta 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla sem bannar viðskiptaboð fyrir nikótínvörur og áfengi.

Samkvæmt o-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla leggur Fjölmiðlanefnd stjórnvaldssektir á fjölmiðlaveitur vegna brota á ákvæðum í VI. kafla laga um fjölmiðla, um viðskiptaboð og fjarkaup, þar með talið 4. mgr. 37. gr. Með fjölmiðlaveitu er átt við einstakling eða lögaðila sem starfrækir fjölmiðil, sbr. 14. tölul. 2. gr. laga um fjölmiðla. Samkvæmt 5. mgr. 54. gr. laganna geta sektir numið allt að 10 millj. kr. Við ákvörðun sektar skal m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitu af broti þegar það á við. Falla má frá sektarákvörðun teljist brot óverulegt eða af öðrum ástæðum ekki er talin þörf á beitingu sekta, sbr. 6. mgr. 54. gr. Í slíku tilviki er Fjölmiðlanefnd heimilt að ljúka málsmeðferð með útgáfu álits sem birt er á heimasíðu hennar. Brot gegn ákvæði 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla geta einnig varðað refsingu skv. o-lið 1. mgr. 56. gr. laganna ef sakir eru miklar.

Með vísan til framangreindrar niðurstöðu hefur Fjölmiðlanefnd ákveðið að leggja stjórnvaldssekt á Sólartún í samræmi við o-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla. Fjölmiðlanefnd telur hæfilegt að sektin nemi 250.000 kr. Við ákvörðun sektarfjárhæðar var tekið mið af eðli brotsins og ávinnings af því. Jafnframt var tekið mið af því að Sólartún hefur ekki áður brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla.



FJÖLMIÐLANEFND

IV. Ákvörðunarorð

Sólar­tún ehf. braut gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 með miðlun viðskiptaboða fyrir nikótínvörur og áfengi á vef Mannlífs 27. júní 2023.

Sólar­tún ehf. greiði 250.000 kr. í stjórnvaldssekt.

Einar Hugi Bjarnason

Margrét Helga Kr. Stefánsdóttir

Erla Skúladóttir

Róbert H. Haraldsson