



PRESSENS
FAGLIGE UTVALG

PFU-SAK NR. 103/18

KLAGER: Kjell Ingvaldsen
PUBLIKASJON: Dagbladet
PUBLISERINGSDATO: 28.04.2018
STOFFOMRÅDE: Helse
SJANGER: Kommersielt
SØKERSTIKKORD: Skille journalistikk og reklame
REGISTRERT: 28.04.2018
BEHANDLET I PFU: 19.06.2018
BEHANDLINGSTID: 51 dager
KLAGEGRUPPE: Privatperson
PFU-KONKLUSJON:
HENVISNING VVPL.:
OMTALE/ANONYM.:
MERKNADER:

SAMMENDRAG:

Dagbladet hadde **lørdag 28. april 2018** en publisering på fronten med tittelen «**Er det langt til nærmeste apotek?**» Over tittelen var det et bilde, og kant i kant i øvre del av bildet, lå det en grønn stripe med hvis skrift, der det sto: «**ANNONSØRINNHOLD VITUSAPOTEK**».

Slik så publiseringen ut:



Når man klikket på publiseringen, havnet man på en ekstern nettside (Vitus Apotek).

KLAGEN:

Klager er en leser som mener Dagbladet har brutt punkt 2.6 i Vær Varsom-plakaten (VVP), om å skille journalistikk tydelig fra reklame. Slik klager ser det, ligner reklamehenvisningene /-lenkene på forsiden for mye på de redaksjonelle publiseringene.

Klager skriver: «Under lesing av forsiden på dagbladet.no så jeg en tittel jeg trodde ville lede til en nyhetsartikkel om nettsalg av medisiner eller tilsvarende. Jeg reagerte ikke på den smale grønne stripa på toppen. Helheten med bilde og "overskrift" var ellers ikke i stil noe avvikende fra alle andre saker på forsiden, se vedlagte skjermbilde.»

Klager forklarer at han derfor først ikke skjønnte noe da en nettside til et apotek dukket opp ved klikk på frontpubliseringen.

FORSØK PÅ MINNELIG LØSNING:

Partene har vært i kontakt med sikte på å løse saken i minnelighet, uten at dette har ført fram.

TILSVARSRUNDEN:

Dagbladet avviser at påklaget publisering bryter med god presseskikk, ettersom avisen mener Dagbladets merkestandard oppfyller kravene formulert i VVP 2.6. Dagbladet skriver: «Fronthensvisningen i det innklagede tilfellet er en kommersiell henvisning for kunden Vitus Apotek og er i henhold til Dagbladets standard merket med en tykk, grønn stripe med følgende tekst i store bokstaver og hvit font: 'ANNONSØRINNHold VITUS APOTEK'. Denne er Dagbladets standardmerking for annonsørinnhold – en standard Dagbladet har praktisert siden 2014, og som også har vært vurdert av PFU.»

Dagbladet viser her til PFUs behandling av [sak 351/14](#), der utvalget blant annet uttalte: «*Slik utvalget ser det, har Dagbladet, på en tydelig måte, hele veien fra førstesiden, gjennom den såkalte landingssiden, og inn i avspillerruten, merket dette som annonsørinnhold og annonsør-to (...)* Etter utvalgets mening, er det påklagede tilfellet et godt eksempel på hvordan et tydelig skille mellom butikk og journalistikk også kan opprettholdes digitalt.» I lys av dette mener Dagbladet at det «vil oppleves som spesielt hvis PFU fire år senere mener noe annet».

For øvrig viser avisen til at Forbrukerombudet også har vurdert denne merkestandard som ryddig og tydelig, se vedlegg, samt andre PFU-saker.

Slik Dagbladet ser det, har avisen siden 2014 «hatt en konsekvent og tydelig merking av annonsørinnhold, både på front og på artikkelnivå».

Dagbladet tilføyer: «Det er i alles interesse at det tydelig fremgår hvem som er avsender – og om det er redaksjonelt eller kommersielt innhold. Hva PFU mener i spørsmål knyttet til skillet mellom journalistikk og reklame er viktig for bransjen. Mediehus som finansierer hele eller deler av sin virksomhet med reklame, er avhengige av forutsigbarhet og rammevilkår som kan kommuniseres også i vår kontakt med kommersielle partnere, mediebyråer og enkeltannonsører.»

Klager kom etter dette med en kort kommentar om at han opprettholder klagen, da han er uenig med Dagbladet og mener det er «lett å bli forvirret» og at den grønne stripen ikke er nok.

Tilsvarsrunden ble deretter avsluttet, ettersom klager ikke tilførte nye momenter til saken som krevde ytterligere tilsvaer fra redaksjonen.