|  |
| --- |
| **PFU-SAK NR. 284/18** |
| **KLAGER:**  | VOL Vesterålen Online AS |
| **PUBLIKASJON:** | Bladet Vesterålen (nett og papir) |
| **PUBLISERINGSDATO:** | 06.12.2018 og 12.12.2018 |
| **STOFFOMRÅDE:** | Næringsliv |
| **SJANGER:** | Annonsebilag |
| **SØKERSTIKKORD:** | Skille journalistikk og reklame, dobbeltroller, integritet og troverdighet |
| **REGISTRERT:** | 20.12.2018 |
| **BEHANDLET I PFU:** | 27.03.2019 |
| **BEHANDLINGSTID:** | 97 dager |
| **KLAGEGRUPPE:** | Bedrift/Mediebedrift |
| **PFU-KONKLUSJON:** |  |
| **HENVISNING VVPL.:** |  |
| **OMTALE/ANONYM.:** |  |
| **MERKNADER:** |  |

**SAMMENDRAG:**

**Bladet Vesterålen** publiserte i **desember 2018** et annonsebilag kalt **«Jul i Blåbyen»**. På forsiden stod: **«Sortland - Den blå byen ved sundet»** med tittelen**: «20 Jul i Blåbyen 18».** Forsiden var illustrert med et stort bilde av en julenisse og noen nissebarn og titler som: **«Julematen» | «Punsviks jul» | «Gavedrysset»**.Under bildet stod det: **«Bladet Vesterålen i samarbeid med Sortland Næringsforening»**.

På side 2 var det en tekst skrevet av daglig leder i Sortland Næringsforening. Like nedenfor ble åpningstidene for butikkene og julemarkedet publisert. Nedenfor der igjen, i kolofonen, stod det: **«Ansvarlig utgiver: Sortland Næringsforening» |** **«Tekst og bilder: Hilde Jørgensen/Roger Vagle» | «Layout: K. Nordahls Trykkeri» | «Trykk: K. Nordahls Trykkeri».**

Bilaget inneholdt ulike tekster/artikler og annonser. Alle sidene, totalt 40, var merket **«Jul i Blåbyen 2018»**. På side 6 stod f.eks. tittelen: **«Nå er det ribbe-tid».** Herble de to eierne av Grillo Catering intervjuet om firmaet sitt, hvor mye de har å gjøre, og litt ekstra hektisk nå i førjulstida etc. Det var også bilde av dem. Det var 19 slike tekster/artikler i bilaget.

Bilaget – slik det så ut i papir, kan sees her: <http://annonse.blv.no/juliblabyen/juliblabyen18.html>

Tekstene/artiklene med bilder ble også publisert i Bladet Vesterålens nettavis under fanen/url’er som «Nyheter», «Sport» og «Sortland». Nettartiklene kan sees her:

<http://www.blv.no/nyheter/na-er-det-ribbe-tid-1.2541483>

<http://www.blv.no/nyheter/stenger-kun-en-bestemt-dag-i-aret-1.2541475>

<http://www.blv.no/sortland/lue-og-sitteunderlag-under-treet-1.2546707>

<http://www.blv.no/sport/sportsantrekk-i-spreke-farger-1.2546714>

<http://www.blv.no/sortland/de-gode-blomstertipsene-1.2546710>

**KLAGEN:**

**Klager** er en konkurrerende avis. Det anføres at avisen med både papirutgaven og nettartiklene har brutt Vær Varsom-plakaten (VVP) 2.6 (skillet journalistikk og reklame), 2.7 (journalistisk motivert/PR-stoff) og 2.8 (skjult reklame/sponsing).

Klager viser til bilagets forside der det fremgår at bilaget er laget som et samarbeid mellom Sortland Næringsforening og Bladet Vesterålen. Videre vises det til side 2 der daglig leder av Sortland Næringsforening har skrevet en artikkel som for klager fremstår som en leder. Det vises også til kolofonen der det fremgår at Sortland Næringsforening er ansvarlig utgiver og

Hilde Jørgensen og Roger Vagle er oppgitt som ansvarlige for tekst og bilder.

Klager skriver: «Hilde Jørgensen er ansatt som journalist i Bladet Vesterålen og Roger Vagle er frilanser for bladet. Ingen artikler, hverken i avis eller nettutgaven, er merket. For en vanlig leser fremstår de derfor som ordinære artikler, mens det i virkeligheten er en næringsforening som er ansvarlig utgiver. Dette bygger etter min mening ned skillet mellom reklame og ordinær redaksjonell virksomhet.»

**TILSVARSRUNDEN:**

**Bladet Vesterålen (BLV)** opplyser at det påklagede annonsemagasinet lages i samarbeid med næringsforeningene, og distribueres sammen med Bladet Vesterålen. Magasinet heter «Jul i Blåbyen», er blitt utgitt i flere år tidligere, og er, ifølge BLV, i lokalmiljøet godt kjent som Sortland næringsforenings magasin

Avisen mener magasinet er tydelig merket, både på førstesida av magasinet og på side 2, der det framgår at ansvarlig utgiver er Sortland Næringsforening. Slik BLV ser det, kan ikke magasinet forveksles med Bladet Vesterålen på noen måte – «layout og fonter skille seg fra Bladet Vesterålen, og det samme gjør innhold». Avisen mener det er åpenbart at det er et kommersielt produkt med kommersielt innhold.

Hva gjelder innholdsproduksjonen, skriver avisen: «At personer som er ansatt i Bladet Vesterålens redaksjon eller med tilknytning til redaksjonen står bak tekst og bilder gjør ikke at dette bildet forkludres. Innholdet i magasinet er heller ikke journalistisk omtale av produkter, tjenester et cetera, da magasinet ikke er journalistikk. Det er næringsforeningen som er utgiver, ikke Bladet Vesterålen.» Avisen avviser at det er skjult reklame: «Produktet er åpenbart reklame – noe det er opplyst om både på nettsida [blv.no](http://blv.no) der «Jul i Blåbyen» har vært lesbart og i papirmagasinet. På nett har artiklene bare vært å finne under vignetten «Sortland næringslivs Jul i Blåbyen».»

**Klager** mener Bladet Vesterålen ikke forstår problemet. Det poengteres at både nett og papir er innklaget på punktene 2.6, 2.7 og 2.8. Og på punktene 2.2 og 2.9. Klager lister opp følgende:

Forhold som berører papirutgaven:

1. Magasinet er på side 1 merket som et samarbeidsprosjekt mellom BLV og Sortland Næringsforening. På side 2 er det presisert at Sortland Næringsforening er ansvarlig utgiver, men sidene er generelt dårlig merket som annonsørinnhold.
2. De to som har jobbet med magasinet er ansatt i Bladet Vesterålen, den ene fast ansatt og den andre en ofte brukt frilanser. Disse har påtatt seg oppdrag for markedsavdelingen eller Sortland Næringsforening. Hvordan skal de to for ettertiden kunne skrive kritisk om Sortland Næringsforening eller de bedrifter som de har omtalt på vegne av Sortland Næringsforening?
3. Jeg vil for øvrig nevne at dette faktum også rammer VVP 2.9. Dersom vi legger til grunn – slik ansvarlig utgiver av BLV hevder – at produktet er Sortland Næringsforenings, har de mottatt pålegg fra andre enn redaksjonell ledelse.
4. Layout og sammenstilling av magasinet skiller seg ikke vesentlig fra avisens ordinære utgaver.
5. Ingen av sidene er merket med annonse, kun Jul i Blåbyen. For «folk flest» fremstår avisen som et BLV-produkt der BLV-staben har bidratt sterkt til å lage et produkt som folk flest vil gjenkjenne som «typisk BLV».
6. Skal vi legge svaret fra ansvarlig utgiver til grunn, er magasinet «godt kjent som Sortland Næringsforenings magasin». Jeg tror for så vidt hva jeg vil om denne påstanden, men vil bare understreke at en av BLVs ansatte i så fall må være en veldig lykkelig fyr. Medieselger i BLV, Rino Klausen, er medeier i bedriften Herregalleriet As (eier 33,33 prosent). «Hans bedrift» har fått tildelt side 1 og 2 i næringsforenings magasin. Sånt kan sikkert tilfeldigvis skje, men det er jo mye enklere å få til hvis man har medinnflytelse på hvordan man skrur sammen et produkt der BLV-medarbeidere står for layout og tekst og bilder, jfr kolofon på side 2.

Forhold som berører nettutgaven særskilt:

1. Dersom vi legger bladstyrerens tilsvar til grunn er nettartiklene produsert for Sortland Næringsforening. Hva har dette innholdet da å gjøre i BLVs nettutgave.
2. En vanlig leser som klikket på en av BLVs «Jul i Blåbyen»-artikler på nett, vil ikke skjønne at denne artikkelen er produsert av kommersiell aktør (Sortland Næringsforening). Presentasjonen på nett er identisk med enhver annen nyhetsartikkel på nett i BLV (se vedlagte kopi).
3. Ansvarlig utgiver skriver at «magasinet ikke er journalistikk». Hva har det da å gjøre på BLVs nettutgave. Skal det i stedet betraktes som en umerket annonse. I så fall: Gjør det saken bedre?

At BLV har fulgt samme mal, som ansvarlig utgiver selv skriver, «i flere år», gjør saken ikke noe bedre. Snarere tvert imot, skriver klager.

**Bladet Vesterålen** hadde ikke mer å tilføye.