
HIGH NORTH NEWS



Sametingsrådet har betalt nærmere 1,5 millioner til PR-byrået Burson-Marsteller i kampen mot gruveselskapet Nussir og utslippstillatelsen som regjeringen ga i 2016. Fra venstre Mikkel Eskil Mikkelsen, Berit Marie P. E. Hætta, Aili Keskitalo (president), Silje Karine Muotka og Henrik Olsen. (Foto: Kenneth Hætta).

16/05/2018 AV [ARNE F. FINNE](#)

Sametinget: Millionbeløp og PR-byrå mot gruvedrift

Sametinget benyttet PR- og lobbysekskapet Burson-Marsteller for å stoppe Nussir i Kvalsund. Millionbeløp brukt for å motarbeide regjeringens vedtak.

I kampen mot gruveselskapet Nussir har Sametingsrådet brukt det internasjonale PR-byrået Burson-Marsteller for å lage en strategi frem mot Stortingsvalget i 2017.

Totalt har PR-byrået mottatt nesten 1,4 millioner kroner for å gi råd om hvordan gruvedriften kan stoppes.

- Ikke oppsiktsvekkende

– Det er ikke noe oppsiktsvekkende stor sum for en avtale om kommunikasjonsbistand som har gått over to år, sier Sametingsråd Silje Karin Moutka til High North News. *(Se egen sak)*.

I desember 2016 ga Klima- og miljødepartementet gruveselskapet Nussir i Kvalsund i Finnmark tillatelse til utslipp av avgangsmasser til Repparfjorden.

Vedtaket var omstridt, og helt imot Sametingets ønske og mange vedtak og innsigelser, og Sametinget ville ikke la regjeringens vedtak bli endelig. Et av tiltakene som ble satt i gang var å engasjere ekstern kompetanse i form av PR-byrået Burson-Martseller.

Blant verdens største PR-byrå

Ifølge sine egne nettsider er Burson-Marsteller et av verdens største kommunikasjonsrådgivningsbyråer, representert med mer enn 130 kontorer i 98 land.

I en presentasjon fra PR-byrået som High North News har fått tilgang til heter det blant annet at *“Nussirs prosjekt oppfattes som et miljømessig overtramp, og som et av de store inngrepene overfor urfolk i Norge”*.

Strategien ble presentert for Sametingsrådet med ett klart og uttalt mål: Å stoppe Nussir.

Gjøre det vanskelig for regjeringen

“Ettersom vedtaket i departementet ikke er mulig å omgjøre skal vi gjøre det vanskelig for regjeringen å stå inne for saken i et valgår” er et av hovedbudskapene fra PR-selskapet.

Deretter skisseres det ulike måter og metoder for å oppnå denne politisk gevinsten. Blant annet skal man *“skaffe tilstrekkelig med alliansepartnere”* som vil ta parti for Sametingets syn og som vil være villige til å holde saken varm gjennom valgkampen.

Alliansepartnere skal man også *“skaffe”* i Stortinget, med mål om at det skulle kunne sannsynliggjøre et mulig flertall mot departementets vedtak.



Sametinget tar mange midler i bruk for å motarbeide regjeringens vedtak om å gi utslippstillatelse til Nussir i Kvalsund. PR-byrået Burson-Marsteller bisto aktivt i å lage en politisk strategi for å umuliggjøre gruvedriften. (Kart: Nussir).

Bearbeide politiske nøkkelpersoner

I strategien peker PR-byrået ut enkeltpolitikere i stortinget som skal få ekstra oppmerksomhet fra lobbyistene. Her ramses det opp en rekke navn på medlemmer av Stortinget, alle mer eller mindre sentrale i sine respektive partier.

Bortsett fra SVs tidligere statsråd Heikki Holmås, som byrået har plassert i Arbeiderpartiet.

Nøkkelpersoner vil være Jonas Gahr Støre (A), Venstres Trine Skei Grande og Knut Arild Hareide fra KrF, mener rådgiverne, og utpeker dessuten tre statsråder i den daværende regjeringen Solberg.

Kommunalministeren (*Jan Tore Sanner*), miljøvernministeren (*Vidar Helgesen*) og næringsministeren (*Monica Mæland*).

Urfolk- og miljøhensyn

Ungdomsorganisasjoner, miljøverngrupper, fiskeriorganisasjoner, fylkeskommuner og organisasjoner som LO og KS er andre mål for påvirkningen Burson-Marsteller peker på.

Det er særlig to hovedlinjer som pekes ut i den strategiske tilnærmingen til denne politiske kampen; urfolks rettigheter og hensyn til miljøet.

I tillegg vil man bruke “samfunnsøkonomisk og juridisk ekspertise” for å så tvil om hele prosjektet.

Faktabasert kommunikasjon

Den ekspertisen Burson-Marsteller peker på her er hentet fra en rapport utarbeidet av selskapet Vista analyse, på oppdrag fra Sametinget i 2016, der det ble stilt spørsmål ved den samfunnsøkonomiske gevinsten ved gruvedriften.

I sin egenpresentasjon skriver selskapet Burson-Marsteller at det har en “analytisk tilnærming til kommunikasjonsfaget. Vi kaller det Faktabasert kommunikasjon. I tillegg til erfaring og kunnskap skal vår rådgivning alltid være basert på dokumenterbare fakta, fremskaffet gjennom grundige undersøkelser og analyser”.

Fakturert nesten 1,4 millioner

Tall High North News har fått fra sametingsrådets administrasjon viser at i perioden 2015 – 2018 har Burston-Marsteller fakturert knappe 1,4 millioner kroner til Sametingsrådet for rådgivning i mineralsaker.

– 1,4 millioner til Burson-Marsteller over 2 år er ikke noe oppsiktsvekkende stort beløp i slike saker, sier sametingsråd Silje Karine Muotka. (Foto: Kenneth Hætta).

– Del av en rammeavtale
– Ikke oppsiktsvekkende og et moderat beløp for denne typen rådgivning, sier sametingsrådet om Burson-Marstellerkontrakten.

Sametingsråd med ansvar for blant annet mineralsaker, Silje Kristin Muotka, sier rådene fra Burston-Marsteller er en del av en større rammeavtale Sametingsrådet om ulike kommunikasjonstjenester.

– Den presentasjonen av argumenter som High North News forteller om er fra en powerpoint-presentasjon om hvordan man kan få frem sine synspunkter, påvirke ulike beslutningstakere – slik disse kommunikasjonsbyråene ofte jobber, sier Muotka.



– Innspillene fra Burson-Marsteller er en del av det større bildet, og i tilknytning også til den faglige rapporten som ble laget på oppdrag fra oss av selskapet Vista analyse, påpeker sametingsråden.

– Det er jo også viktig å understreke at det er Sametinget selv som tar beslutningene om hva som skal gjøres, etter at man har fått innspill fra ulike grupper. Det er jo ikke Burson-Marsteller som avgjør hva vi skal mene.

Silje K. Muotka forteller at Sametingsrådet hadde en to-årig rammeavtale med Burson-Marsteller som gikk ut i mars i år.

– Anbudet for denne avtalen var lyst ut offentlig, og er forankret i administrasjonen vår, sier Muotka.

– Hvor vanlig er det at Sametingsrådet benytter seg av eksterne PR-rådgivere i politiske saker av denne typen – for å påvirke beslutninger som er tatt i storting og regjering?

– Det er veldig variabelt, og avhenger i stor grad av kapasiteten i vårt eget informasjons- og kommunikasjonsapparat. Og det har jo mye å si hvor mye trykk det er i en sak. Men det har skjedd før, for eksempel under behandlingen av Finnmarksloven, sier Muotka til HNN.

Avtalen mellom Sametingsrådet og Burson-Marsteller er en standard konsulentavtale utformet av Direktoratet for forvaltning og IKT, “Den lille bistandsavtalen”.

Da Sametinget lyste ut anbudet om kommunikasjonsfaglig bistand var det satt en ramme på 1,5 millioner kroner over to år. Avtalen startet i mars 2016.

– Etter min mening er det en sum som ikke er særlig oppsiktsvekkende når man ser det over disse to årene. Den største delen er den rapporten som ble bestilt fra Vista analyse om samfunnsøkonomien i Nussir-prosjektet.

Det må være en av de mindre avtalene Burson-Marsteller har, for å si det sånn, avslutter Silje K. Muotka, sametingsråd med ansvar for bl.a. mineraler og næringsarbeid.