

Projektredovisning

Projektets diarienummer, namn och omfattning i tid

2010-012, Alkoholreklam 2011-01-01--2011-12-31

Organisation och organisationsnummer

IOGT-NTO, organisationsnummer: 802001-5569

Projektets syfte och mål samt eventuella förändringar i förhållande till projektansökan

Problemställning:

Enligt ledande alkoholforskning råder det ingen tvekan om att alkoholreklamen påverkar konsumtionen hos ungdomar. Trots detta ökar alkoholreklamen i Sverige och i övriga världen dramatiskt. I Sverige har investeringarna gått från 8 miljoner kronor år 2000 till 369 miljoner 2008. Även om vi i Sverige har ett förbud mot alkoholreklam i teve kringgår de flesta kanalerna den svenska lagstiftningen genom att sända från andra europeiska länder. Detta är bara ett av många exempel på hur marknadsföringen av alkohol idag är både bredare och smartare än tidigare. Genom sms, sponsring av festivaler, produktplacering och sociala medier blir de, ofta unga, konsumenterna själva en del av alkoholindustrins kampanjer. Från och med den 1 augusti 2010 finns det nya lagar i Europa och i Sverige som reglerar delar av alkoholreklamen. Inom den närmaste tiden kommer även en ny svensk alkohollag och 2012 regleras EU:s alkoholstrategi liksom det audiovisuella direktivet. Frågan är därmed möjlig att påverka och ytterst aktuell. Bättre medvetenhet bland konsumenterna och en evidensbaserad lagstiftning av marknadsföring av alkohol skulle därmed minska konsumtionen av alkohol bland unga samt bidra till en attitydförändring till den så kallade alko-normen.

Övergripande syfte:

Stoppa alkoholreklamen i Sverige, EU, globalt

Mål:

- Politiker har en ökad medvetenhet och kunskap om alkoholreklamens bredd och betydelse och tar ansvar för implementering och uppföljning av gällande lagstiftning
- Ökat antal IOGT-NTO-medlemmar och andra engagerade som agerar i frågan
- Politiskt genomslag i frågan på såväl svensk som EU-nivå genom skärpt reglering
- PR/Reklam-branschen har ökad medvetenhet kring risker samt kostnader i samhället kopplade till ungdomar och alkohol.

Tänkta aktiviteter (kopiera texten från projektansökan)

Kvantitativa och kvalitativa studier av alkoholreklam och påverkan.

Utvecklande av undersida till iogt.se med information och fördjupning. Utvecklande av en tillhörande "Tool box" med verktyg för lokala och nationella aktiviteter.

Utbildning av media/PR/reklambyråer.

Två regionala utbildningar för engagerade medlemmar i samarbete med UNF.

Utställning i EU-parlamentet inför revideringen av EU:s alkoholstrategi

Uppföljning och utvärdering

Vilka aktiviteter har genomförts?

I början av 2011 togs ett studiematerial fram med namnet "För-packad. Om alkoholreklam i Sverige och i världen". Materialet innehöll tre delar: Bakgrund och fakta om marknadsföring av alkohol. Stöd till projektplanering av påverkansinsatser samt CD med presentationer och föreläsningsunderlag.

Den 25-27 februari genomfördes en utbildning, "För-packad" på Tollare Folkhögskola. Utbildningen hade 33 deltagare och föreläsare som diskuterade lokalt påverkansarbete, marknadsföring av alkohol och lärdomar från anti-tobaksarbetet i EU- samt tid för grupparbeten och egna handlingsplaner. Kursen utvärderades sedan med hjälp av en webbaserad enkät till alla deltagare.

Utbildningen och studiematerialet togs fram i samarbete med UNF. Utbildningen har följts upp genom en sluten grupp på Facebook, med syftet att diskutera och informera om insatser kring reklamfrågan.

Till utbildningen fanns även en undersida till iogt.se klar, med information om marknadsföring av alkohol, lagstiftning och information om hur man kan agera i frågan.

IOGT-NTO:s anmälan mot utlandssänd alkoholreklam på tv har haft stor betydelse för att lyfta frågan medialt och hos politiker.

IOGT-NTO har utöver möten med enskilda politiker och tjänstemän även ätit middag med Kulturutskottet för att diskutera alkoholreklam.

Under sommaren tog vi fram upplägg för studier, utställning samt en "lathund för watchdogs". Lathunden trycktes under hösten och ingår i samma "tool box" som studiematerialet och är en beskrivning för medlemmar/privatpersoner om hur man kan agera i frågan om alkoholreklam.

Med hjälp av extra projektjänst började fotoutställningen "Förväntasfull" tas fram under hösten. Vi lät en fotograf själv utforma tio bilder utifrån förväntningar som alkoholindustrin har skapat kring alkoholkonsumtion. Utställningen produceras i 15 små exemplar och i en stor version under våren 2012 och kommer att ha premiär i början av maj 2012. Den lilla versionen kommer att finnas ute på NRV-kontor i Sverige för lokala arrangemang. +

Förväntat resultat (kopiera texten från projektansökan)

- 20 anmälningar av reklaminslag har skett från medlemmar och andra engagerade i landet
- 50 medieinslag
- Frågan om en striktare och mer omfattande reglering kring marknadsföring av alkohol har fått en god respons från EU-parlamentariker och andra relevanta aktörer inom EU
- Utställning i EU-parlamentet har genomförts och nått 1000 personer
- 50 lokala aktiviteter i form politikerträffar/föreläsningar, etc har genomförts i landet
- 30 IOGT-NTO-medlemmar har deltagit på utbildningarna
- Regeringen har tillsatt en utredning kring marknadsföring av alkohol

Vilka resultat har uppnåtts?

- Enligt information på vår slutna Facebook-grupp "För-Packad" uppskattas att ungefär 10 anmälningar har gjorts.
- 49 individuella nyhetsinslag om IOGT-NTO och alkoholreklam under 2011.
- Frågan om en striktare och mer omfattande reglering kring marknadsföring av alkohol drivs aktivt av IOGT-NTO och har genom möten och media fått gehör hos både riksdagsledamöter i Sverige, EU-parlamentariker och tjänstemän i EU.
- Enligt information på vår slutna Facebook-grupp "För-Packad" har åtminstone ett tiotal olika lokala påverkansaktiviteter tagit plats. Dock är det ett flertal medlemmar som tagit del i de olika aktionerna. Ett flertal aktioner handlade om att påverka tidningar och TV-program att ta med alkoholfria drycker i sina vintester. Utöver det har vi deltagit med För-Packad på femton lokala arrangemang runt om i landet. Middag med kulturutskottet.
- 33 medlemmar i IOGT-NTO-rörelsen deltog i utbildningen För-Packad 2011.
- Regeringen kommer under våren 2012 tillsätta en utredning av alkoholreklamen. Världsbanken, WHO och FN lyfte under 2011 alkoholreklamsfrågan och dess negativa effekt på alkoholkonsumtionen.

Vad kunde inte genomföras?

På grund av lägre bidragsstöd än förväntat för år 2011 har vi inte kunnat avsätta så mycket tid till projektet som vi önskat. De öronmärkta bidragen från FHI år 2011 påverkade projektutförandet så att studierna som var tänkta att genomföras 2012 var tvungna att genomföras under hösten 2011.

Fotoutställningen är ännu inte helt framtagen och kommer inte att framföras i Europaparlamentet som tänkt.

Ingen webbaserad utbildning har genomförts än och är än så länge bara i planeringsfasen.

Kontakter med branschen har ännu inte hunnit upprättas. En enkätundersökning för PR/mediabranschen planeras för våren 2012. Utbildningsinsatsen kommer att genomföras under hösten 2012.

Vilka är de positiva erfarenheterna?

Under projektets gång har vi mött mycket stöd i frågan, både från medlemmar och politiker. Alkoholreklam har lyfts upp på den internationella agendan och alkoholreklamens påverkan på alkoholkonsumtion är nu erkänd. Vårt projekt känns därför helt rätt i tiden.

Vilka är de negativa erfarenheterna?

Tids- och resursbrist har lett till att vi inte har kunnat avsätta så mycket tid som vi önskat och ligger därför efter i vår tidsplan.

Övrig information

Gällande den ekonomiska redovisningen har vi pengar kvar från FHI från 2011. Enligt överenskommelse med FHI får vi använda resterande medel under år 2012.

Ekonomisk redovisning (Vänligen specificera)

Kan även skrivas ut och fyllas i för hand

Tidsperiod för vilken redovisningen sker

2011-01-01 - 2011-12-31

Inkomster

	Utfall	Budget enl. projektansökan
Ansökt bidrag Stiftelsen Ansvar för Framtiden	150000	200000
Bidrag från andra (förvaltningar/nämnder, myndigheter e t c)	200000	500000
Egen ekonomisk insats	255000	300000
Annan finansiering	18900	
Inkomster totalt	623900	1000000

Utgifter

Direkta projektkostnader		
Aktiviteter	346018	300000
Material	26227	200000
Personal	220000	500000
Övrigt		1000000
Administration		
Utgifter totalt	592245	1000000
Resultat + / -	+31655	0

Redovisningen upprättad

Ort och datum

Stockholm2012-03-26

Projektansvarig

Namnteckning

Namnförtydligande

Sara Heine

Organisation

IOGT-NTO

Adress

Gammelgårdsvägen 38

Postadress och land

Box 12132,10224 Stockholm,Sverige

Telefon och fax inklusive landskod

Tel: 0733-8383 29 Fax: +46867260 01

E-mail

sara.heine@logt.se

Firmatecknare

Namnteckning

Namnförtydligande

Peter Moilanen

Organisation

IOGT-NTO

Adress

Gammelgårdsvägen 38

Postadress och land

Box 12132,10224 Stockholm,Sverige

Telefon och fax inklusive landskod

Tel: 0733-7262 12 Fax: +46867260 01

E-mail

peter.moilanen@logt.se

Stiftelsen Ansvar för Framtidens anteckningar

För Stiftelsen Ansvar för Framtiden

Datum

Namnteckning

Namnförtydligande