



Faktablad – Alkoholreklam

IQ lät Sifo genomföra en undersökning kring svenska folkets inställning och attityd till alkoholreklam. Undersökningen genomfördes under perioden 2 juni – 9 juni 2016 bland 1000 personer mellan 18-79 år via en webb-panel.

1. Vilket/eller vilka av följande påståenden instämmer du i? Alkoholreklam...

...är förskönande	Alla 2016	Alla 2011*
Stämmer mycket bra	28 procent	32 procent
Stämmer ganska bra	41 procent	34 procent
Stämmer ganska dåligt	13 procent	15 procent
Stämmer mycket dåligt	8 procent	7 procent
Vet ej	10 procent	13 procent

...uppmantar till bruk av alkohol	Alla	Alla 2011*
Stämmer mycket bra	31 procent	29 procent
Stämmer ganska bra	36 procent	32 procent
Stämmer ganska dåligt	18 procent	22 procent
Stämmer mycket dåligt	8 procent	9 procent
Vet ej	7 procent	8 procent

*Siffrorna från 2011 kommer från en undersökning som IQ lät Novus genomföra bland 1601 personer.

2. Tycker du att det är bra att alkoholreklam är hårdare reglerat än annan typ av reklam?

	Alla
Ja, väldigt bra	57 procent
Ja, ganska bra	24 procent
Varken bra eller dåligt	11 procent
Nej	6 procent
Vet ej	2 procent

Tycker du att reklam/annonsering för öl, vin och sprit har ökat eller minskat de senaste två åren...

...i sociala medier	Alla
Den har ökat	35 procent
Den har minskat	3 procent
Den har varken ökat eller minskat	21 procent
Vet ej	42 procent

...i nyhetssajter på internet	Alla
Den har ökat	49 procent
Den har minskat	3 procent
Den har varken ökat eller minskat	20 procent
Vet ej	28 procent

För ytterligare information:

Juan-Pablo Roa, vd IQ, på telefon 0709-79 58 55 alt e-post juan.pablo@iq.se

IQ är en organisation som verkar för en smartare syn på alkohol. IQs verksamhet består av kommunikationsinsatser, rapporter och undersökningar inom aktuella alkoholfrågor samt ett rikstäckande nätverk av aktörer inom alkoholområdet. IQ är ett fristående dotterbolag till Systembolaget. Läs mer på iq.se.