

Remissyttrande gällande Utredning för ett effektivt offentligt främjande av utländska investeringar (UD 2018:01)

Svenska institutet (SI) har beretts möjlighet att inkomma med synpunkter på rubricerad utredning; slutbetänkandet Effektivt investeringsfrämjande för hela Sverige (SOU 2019:21) samt delbetänkandet Bättre kommunikation för fler investeringar (SOU 2018:56).

Inledning och bakgrund

Sverige är ett land som är beroende av internationella samarbeten och kontakter för samhällets utveckling och välfärd. Möjligheterna att kunna attrahera utländska investeringar har betydelse både för tillväxt, arbetstillfällen och möjligheter till internationalisering.

SI:s uppdrag och långsiktiga mål är att öka omvärldens intresse och förtroende för Sverige, öka samverkan i Sveriges och EU:s närområde samt främja en demokratisk, rättvis och hållbar global utveckling. Myndigheten bidrar till kunskap om och förtroende för Sverige i världen genom att vara expertorganisation för offentlig diplomati. En viktig del av vårt uppdrag handlar om skapa intresse och nyfikenhet för Sverige, med kommunikation som verktyg. SI ansvarar för en webbplats med lättillgängligt material som svenska ambassader, konsulat och andra organisationer kan använda för att skapa berättelser om Sverige. Vi står bakom Sveriges officiella webbplats på engelska, sweden.se och kommunicerar även i kinesiska, arabiska och ryska digitala kanaler. SI stöttar också svenska ambassader utomlands med att genomföra olika typer av evenemang och aktiviteter inom områden som hållbarhet, jämställdhet, kultur samt näringslivsfrämjande inom ramen för exportstrategin och regeringens samverkansprogram.

SI ingår även i Nämnden för Sverigefrämjande i utlandet (NSU), ett forum för informationsutbyte, samordning och gemensamt agerande vad gäller Sverigeprofilering.

SI ser positivt på att en utredning om investeringsfrämjandet kommit till stånd. Vi välkomnar att utredningen lyfter fram betydelsen av kommunikation för att öka de utländska investeringarna. Behovet av detta är något vi ser i vår verksamhet. Vi är också positiva till att utredningen pekar på hur viktigt det är att Sverige kan attrahera talanger och arbetskraft med hög kompetens.

SI välkomnar många av förslagen i utredningen och vill samtidigt framhålla långsiktigheten i uppdraget att öka intresset och förtroendet för Sverige. För att nå största möjliga genomslag för Sverige bör denna långsiktighet också återspeglas i myndighetens finansiering och uppdrag. I övrigt hade SI gärna sett att forskningens och den svenska forskningsinfrastrukturens betydelse för att attrahera investeringar hade lyfts fram tydligare i utredningen.

SI:s yttrande över förslag och rekommendationer i betänkandena som särskilt berör myndigheten.

Bättre kommunikation för fler investeringar (SOU 2018:56)

Varumärket Sverige – kap. 3.3.1

Utredaren föreslår att Svenska institutet bör få ansvar att organisera en effektiv strategisamordning för varumärket Sverige inom allt från turism och demokratifrågor till export och investeringar.

SI instämmer i förslaget.

SI är positiva till detta förslag och ser att det ligger väl inom och skulle förtydliga myndighetens uppdrag och centrala roll i Sverigefrämjandet. Detta gäller även föreslagna insatser för att öka insikten om det svenska varumärkesarbetet hos potentiella intressenter och samarbetsparter med fokus på att engagera svenskt näringsliv. Vi ser också andra viktiga samarbetspartners i föreningsliv och idrottsrörelsen. Utredaren föreslår ett finansiellt tillskott á 2 miljoner kronor för SI:s stärkta roll för samordning och utveckling av strategin för Sverige bilden och ett gemensamt varumärkesarbete. SI är positiva till förslaget i utredningen vad gäller tydlighet i uppdrag och medel, men vill samtidigt peka på behovet av långsiktighet både i resurser och uppdrag.

Delförslag: Stärk NSU och inrätta ett Team Sweden Kommunikation

Utredaren föreslår att nämnden ges en tydligare roll och en mer framskjuten position samt att Nätverket TeamSweden bör utgöra en grund för arbetet med varumärket Sverige. Svenska institutet bör få rollen som samordnare av den breda varumärkesstrategin inom Team Sweden.

SI instämmer delvis i förslaget.

Utvecklingen av Nämnden för Sverigefrämjande i utlandet (NSU) och ett eventuellt inrättande av ett Team Sweden Kommunikation kan med fördel beredas inom ramen för samarbetet inom nuvarande NSU. Det finns ett behov av bredare samordning för att öka genomslaget för varumärket. SI anser att NSU även fortsatt har en viktig roll att spela i samordning och utveckling

av det samlade Sverigefrämjandet, samtidigt som det finns tydliga utvecklingsområden där SI skulle kunna ta sig an ett huvud- eller delansvar.

Delförslag: Öka insikten om det svenska varumärkesbyggande

Utredaren föreslår att Svenska institutet bör ges i uppdrag att stärka kommunikationsinsatserna kring arbetet med Sverige som varumärke bland de olika intressenterna.

SI instämmer i förslaget.

Delsförslag: Öka förmågan att upptäcka desinformation; Skapa en snabbreaktionsstyrka; Öka aktiviteterna för att bemöta mer vardagliga negativa påståenden; samt Öka den proaktiva närvaron.

SI anser att utredarens förslag kring ökade insatser för att upptäcka och hantera desinformation är viktiga och intressanta. Det finns dock ett redan pågående samarbete mellan statliga aktörer för att kunna hantera situationer där Sverige utsätts för påverkanskampanjer och andra hastigt uppkomna kriser kring Sverige bilden. SI föreslår att fortsatt utveckling, förtydligande av roller och samordning av det arbetet sker inom ramen för befintliga strukturer.

En strategisk kommunikationsplan för investeringar – kap. 3.3.2

Utredningen föreslår att Business Sweden bör få uppdrag och medel till att utveckla en kommunikationsstrategi eller tydlig kommunikationsplan för investeringsfrämjandet.

SI instämmer i förslaget.

Det är naturligt att Business Sweden, utifrån sitt uppdrag, har ett helhetsansvar för investeringsfrämjandet inkl. mer specifik kommunikation till målgrupper inom svenskt och internationellt näringsliv. Detta ligger också väl i linje med Business Swedens geografiska fokusering på ett antal prioriterade marknader. I det arbetet är det viktigt att Business Sweden bygger upp en kompetens att utveckla en kommunikation som ligger väl i linje med strategin för arbetet med Sverige bilden och som i övrigt sker i nära samverkan med övriga aktörer i främjandet. Om parallella strukturer byggs upp kan det innebära att arbetet tappar fart.

SI har en naturlig och viktig roll att agera inom ramen för en sådan kommunikationsstrategi, främst genom myndighetens ansvar att utveckla kommunikationen om Sverige mot breda målgrupper och att stödja svenska utlandsmyndigheter och andra aktörer med material och stöd för kommunikation om Sverige, i alla länder där Sverige är representerat. En viktig del av SI:s uppdrag är att följa och analysera Sverige bilden. För att förstå på vilket sätt Sverige, svenska erfarenheter, lösningar och synsätt kan vara relevanta för vår omvärld. Vi gör egna landsstudier i olika länder och regioner utifrån SI:s tematiska områden. SI har också av det skälet mycket att bidra med inom ramen för en kommunikationsplan för investeringar.

Effektivt investeringsfrämjande för hela Sverige (SOU 2019:21)

Utrikesförvaltningen. Kap 2.2.2

Utredningen föreslår att utlandsmyndigheter i prioriterade länder ges ett tydligare proaktivt investeringsfrämjandeuppdrag.

SI instämmer delvis i förslaget.

Att i större utsträckning ta till vara de svenska ambassaderna utomlands i arbetet med investeringsfrämjande är logiskt och välkommet. Likaså instämmer SI i förslaget om att investeringsfrämjandet fortsatt bör ges en tydlig roll under UD:s chefsvecka, liksom under Handels- och Sverigefrämjandedagarna.

Däremot är SI tveksamt till det föreslagna priset för att uppmärksamma insatser för investeringsfrämjandet. Vi är osäkra på nyttan och vilket behov det finns av att inrätta ett sådant pris. Det finns t ex redan ett pris som UD delar ut och som tilldelas Årets främjare bland ambassaderna, samt ett pris som delas ut årligen till den ambassad som har lyckats att undanröja eller minska anmälda handelshinder i sitt land.

Fler offentliga aktörer inom investeringsfrämjandet. Kap 2.3.1

Svenska institutet

Utredningen föreslår att SI bör få ett särskilt uppdrag att utifrån ett främjarperspektiv marknadsföra Sverige i utlandet gentemot målgruppen internationell kompetens och talang. Satsningen bör ske inom ramen för föreslagen finansiering och genomföras i nära samverkan med Business Sweden, regioner och kommuner, svenska utlandsmyndigheter och Migrationsverket samt andra berörda myndigheter. Utredningen föreslår att SI tilldelas 7 mkr för genomförandet.

SI instämmer i utredningens förslag. SI instämmer även i förslaget till finansiellt tillskott.

I en globaliserad värld med ökad mobilitet av individer, kapital, företag, innovation och forskning blir arbetsmarknaden alltmer internationell och betydelsen av att attrahera kvalificerad kompetens ökar. På den svenska arbetsmarknaden råder det brist på utbildade inom många områden. Detta är en faktor som hämmar den svenska ekonomins konkurrenskraft. Det är även av yttersta vikt att fortsätta uppmärksamma och åtgärda de hinder som studenter, forskare och kvalificerad arbetskraft möter när de vill verka i Sverige. Dagens migrationsprocesser och de utvisningsbeslut som har drabbat såväl experter, studenter och forskare riskerar att allvarligt skada Sveriges rykte och försämra vår attraktionskraft på sikt. Ett framgångsrikt arbete med att stärka Sveriges attraktionskraft förutsätter att regeringen och samtliga berörda myndigheter intensifierar ansträngningarna och aktivt samverkar för att undanröja hinder.

SI har under 2018 upprättat en digital plattform för information till utländska arbetstagare och företag, WorkinginSweden.se, i enlighet med ett uppdrag från regeringen. SI bedömer att

webbplatsen workinginsweden.se har en naturlig hemvist i myndighetens verksamhet, under förutsättning att uppdraget inriktas på att attrahera högkvalificerad arbetskraft från utlandet (myndighetens budgetunderlag 2020–2022, diariennr 00015/2019). Att marknadsföra Sverige mot denna målgrupp är ett värdefullt tillskott till SI:s insatser om att främja Sverige som kunskaps- och innovationsnation, och att öka kännedomen om Sverige som handels- och investeringsnation. Det uppdrag till SI som föreslås i utredningens slutbetänkande ligger i linje med detta och är något vi ställer oss positiva till. Vi vill dock även här peka på betydelsen av långsiktighet i resurser och uppdrag.

Innovations- och forskningsråden

Utredningen föreslår att Business Swedens samverkan med innovations- och forskningsråden bör öka. Business Sweden kan dra nytta av rådens omvärldsanalyser och trendspaningar liksom råden har nytta av Business Swedens företagskontakter.

SI instämmer i förslaget.

SI ser positivt på förslaget. I sammanhanget vill vi lyfta att SI utvecklat ett närmare samarbete med forsknings- och innovationsråden och att det finns ett intresse från deras sida att använda de verktyg och det material som SI har inom Sverigekommunikation.

Anta en strategi för investeringsfrämjande som del av den fortsatta exportstrategin

Utredningen föreslår att investeringsfrämjandet bör ges en mer central plats i en utvecklad exportstrategi, och att en strategi för investeringsfrämjandet bör tas fram.

SI instämmer i utredningens förslag.

Investeringsfrämjandet har en naturlig del i en utvecklad exportstrategi. När de förslag som framförs i den aktuella utredningen bereds, bör de beredas med exportstrategin i åtanke.

SI ser positivt på förslaget att Business Sweden får i uppdrag att ta fram ett förslag till handlingsplan för investeringsfrämjandet där konkreta insatser ingår. Vi ser det också som naturligt att ett antal prioriterade länder och sektorer för satsningar tas fram.

Omstrukturera Team Sweden Invest

Utredningen föreslår två förändringar i organisation och arbetssätt för Team Sweden Invest:

- Formatet för Team Sweden Invests möten ändras: den nationella investeringsamordnaren ges ansvar för att sammankalla och leda Team Sweden Invest. Vid dessa möten deltar även ansvarigt statsråd och/eller statssekreterare. Samtliga regionala IFO och andra berörda offentliga aktörer (inklusive relevanta departement, myndigheter och statliga bolag som i dag inte deltar i Team Sweden Invest som exempelvis Finansdepartementet, Finansinspektionen, Skatteverket, Svenska kraftnät och Trafikverket) bjuds in att delta.

- Team Sweden Invest segmenteras i informella aktivitetsområden: med inspiration från Team Sweden Livsmedel skapas olika aktivitetsområden eller undergrupper i Team Sweden Invest. Dessa kan t.ex. innefatta nyckelområden så som hinder, produktutveckling och talangattraktion. En sammankallande aktör utses för varje aktivitetsområde.

SI ser positivt på intentionen i förslaget, det vill säga att förändra arbetssätt och organisation i Team Sweden för att uppnå högre effektivitet. Vi föreslår dock att frågan om Talangattraktion i första hand får sin hemvist i ett ev. framtida Team Sweden Kunskap. Detta är ett förslag som lyfts fram i den sk. Internationaliseringsutredningen (SOU 2018:78). Vi anser därför inte att Talangattraktion ska utgöra ett eget segment inom ramen för Team Sweden Invest. I övrigt har vi inga särskilda synpunkter på hur Team Sweden Invest bör omstruktureras.

Beslut om detta yttrande har fattats av generaldirektör Madeleine Sjöstedt efter föredragning av rådgivare Kajsa Haag. I beredningen har även avdelningscheferna Anna Rudels, Kurt Bratteby, PA Wikström samt Mikaela Fredriksén Tollin deltagit.



Madeleine Sjöstedt
Generaldirektör