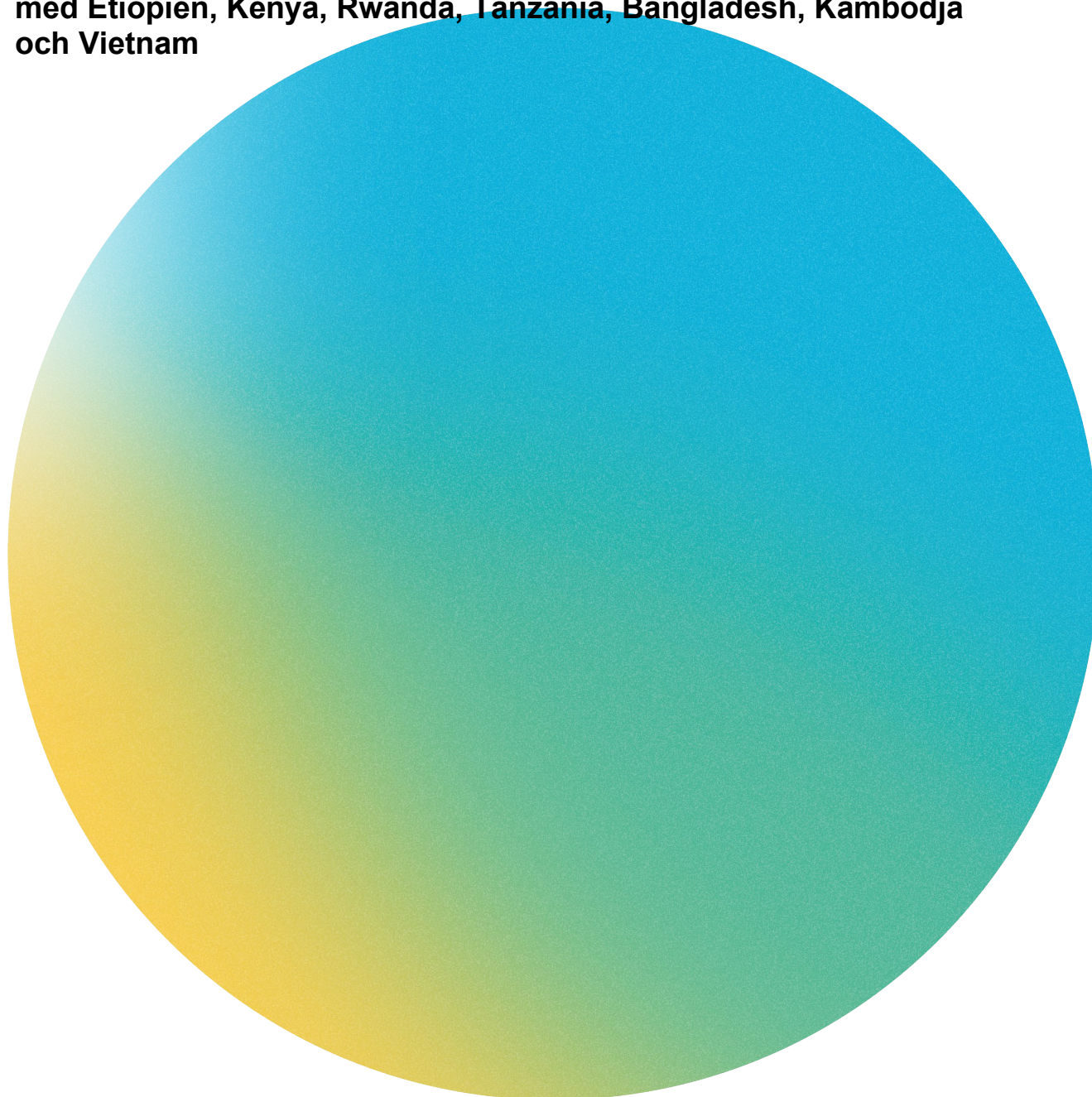


Bilden av Sverige i tillväxtländer

**En studie av förutsättningarna för bredare ekonomiska relationer
med Etiopien, Kenya, Rwanda, Tanzania, Bangladesh, Kambodja
och Vietnam**



Innehåll

Förord	2
Sammanfattning.....	3
Inledning	5
Studiens frågeställningar	5
Metod och avgränsningar	5
Bakgrund	7
Angreppssätt för bredare relationer	7
Sveriges mål med Agenda 2030 – med fokus på internationellt arbete	7
Översiktlig beskrivning av länderna	9
Etiopien	9
Kenya	9
Rwanda	10
Tanzania	10
Bangladesh	10
Kambodja	11
Vietnam	11
Sammanfattande reflektioner	12
En positiv bild av Sverige – men låg kännedom	12
Sveriges befintliga relationer med länderna	12
Utmaningar för bredare ekonomiska relationer	12
Stärkta förutsättningar för bredare ekonomiska relationer	13
Bilaga 1. Fördjupade beskrivningar av länderna.....	14
Bilaga 2. English summary	36
Bilaga 3. Intervjurespondenter	38
Bilaga 4. Källförteckning	40

Förord

Bilden av Sverige i utlandet spelar en roll för möjligheten till internationellt inflytande, inte minst för utvecklingen av ekonomiska relationer med vår omvärld. Sedan en tid tillbaka finns ambitionen att i större utsträckning arbeta integrerat med bistånds- och främjandeinsatser i form av bredare relationer. Detta arbetssätt syftar till utvecklingen av självbärande ekonomiska relationer med mottagarländerna som sträcker sig bortom biståndet.

Studiens huvudsakliga syfte är att undersöka bilden av och kännedomen om Sverige utifrån premissen att en god bild och en hög kännedom om Sverige bidrar till att skapa förutsättningar för ett bredare ekonomiskt samarbete. En intervjustudie med lokala representanter för näringslivet i några av Afrikas och Asiens snabbast växande ekonomier har genomförts. Ett stort tack riktas till de respondenter som låtit sig intervjuas inom ramen för detta uppdrag.

Sverige är relativt lite känt bland lokala aktörer i de länder som undersökts. Bilden av Sverige är god, men i viss mån generell och daterad. Bilden präglas till stor del av Sveriges tidigare och nuvarande åtaganden inom biståndet. Vår förhoppning är att studien och dess resultat ger insikter i hur det generella Sverigefrämjandet och målgruppsanpassat främjandearbete kan utvecklas.

Stockholm, 2 juli 2021

Sofia Bard

Enhetschef Sverigebildsanalys, Svenska institutet

Sammanfattning

Studiens övergripande syfte är att undersöka bilden av Sverige hos aktörer i några av de länder som är relevanta för bredare ekonomiska relationer för Sverige, med andra ord självbärande ekonomiska relationer bortom biståndet. Bilden av Sverige är viktig bl.a. eftersom handelsrelationer och ekonomiskt samarbete till stor del förutsätter att det finns en god bild av landet och förtroende för dess aktörer. Likaså är god kännedom om vad Sverige kan erbjuda i förhållande till ländernas utvecklingsutmaningar en förutsättning för bredare ekonomiska relationer. I studien ingår därför också att undersöka kännedomen om vad Sverige kan erbjuda.

De länder som är i fokus för studien – Etiopien, Kenya, Rwanda, Tanzania, Bangladesh, Kambodja och Vietnam – är länder i vilka Sverige har eller haft en närvaro genom långvariga biståndsrelationer. Det är också länder som har uppvisat god ekonomisk tillväxt samtidigt som de fortsatt har stora utvecklingsutmaningar som skulle kunna mötas av kompetens, produkter och lösningar från bl.a. Sverige.

Bistånds- och handelsrelationer

Samtliga länder i studien är, eller har varit, mottagare av svenskt bistånd, även om fokus för utvecklingssamarbetet har varierat mellan länderna. Sverige har bidragit till utvecklingen i länderna genom såväl bilateralt utvecklingssamarbete som genom stöd till internationella multilaterala organisationer. Biståndet har genomförts inom en rad olika sektorer och med varierande tematiskt fokus vilket medfört att Sverige har en god insyn i sektorer där behovet av nya produkter, lösningar och arbetssätt är betydande. Sverige har också inom ramen för biståndet skapat relationer som utgör en god grund utifrån vilken bredare ekonomiska relationer och handel med länderna kan utvecklas.

Omfattningen och bredden av befintliga handelsrelationer mellan Sverige och de länder som ingår i studien varierar starkt. Sverige har en omfattande och relativt mångsidig handelsrelation med Vietnam. I övrigt kännetecknas handelsrelationerna ofta av att importen till Sverige är större än exporten till de berörda länderna. Handelsrelationen med Kambodja och Bangladesh kännetecknas t ex av betydande svensk import av

framförallt kläder och textilvaror. Med Rwanda, Etiopien, Tanzania och Kenya har Sverige begränsad handel som kännetecknas av import av framförallt jordbruksprodukter och livsmedel, och export av bl.a. maskiner, datorer och pappersvaror.

Bilden av Sverige

Studien visar att Sverige-bilden hos respondenter i näringslivet är övergripande positiv men samtidigt generell, delvis föråldrad och till stor del präglad av Sveriges bidrag inom ramen för biståndet. I den mån svenska produkter är kända har de gott anseende och förknippas med hög kvalitet, innovation och hållbarhet. Sverige uppfattas vara en trygg och pålitlig handelspartner och Sveriges statsförvaltning har ett gott anseende. Det bidrar till viljan att göra affärer med svenska företag.

Av studien framgår också att kännedomen om det svenska erbjudandet generellt är begränsad bland respondenterna i näringslivet. Sverige har en relativt låg synlighet i länderna, bortom de biståndsfinansierade insatserna.

Konkurrensen inom handelsområdet är stor och kommer bl.a. från andra stora biståndsgivarländer med en mer aktiv främjandestrategi och liknande styrkeområden som Sverige, t.ex. kvalitet och hållbarhet. Även i länder där svenska företag har en god närvaro känner lokala aktörer ofta inte till att företagen är svenska.

Den begränsade kännedomen om det svenska erbjudandet gör att aktörerna i partnerländerna har svårt att identifiera potentialen för bredare ekonomiska relationer med Sverige.

Stärkta förutsättningar för bredare ekonomiska relationer

Samtidigt finns goda förutsättningar för bredare ekonomiska relationer. Det finns svensk kompetens, produkter och lösningar som har potential att bidra till att möta ländernas utvecklingsutmaningar. Det finns även goda möjligheter för svenska aktörer att på olika sätt aktivt bidra till stärkta förutsättningar för bredare ekonomiska relationer med de aktuella länderna. Stärkta förutsättningar för bredare ekonomiska relationer kan bl.a. skapas genom

en ökad kunskap om hur Sverige kan bidra till att överbrygga olika typer av utmaningar i länderna. Att kännedomen om Sverige generellt är låg tyder på vikten av ökad synlighet och en utvecklad Sverige-kommunikation inom områden med potential för bredare ekonomiska relationer. Till detta kan t.ex. Sverigealumnerna eller aktörer som kommit i kontakt med Sverige inom ramen för biståndsfinansierade insatser bidra.

Ökad synlighet och kännedom om Sverige

Näringslivsrespondenterna i länderna vittnar om att Sverige upplevs som relativt osynligt i förhållande till andra länder. Detta skulle kunna motivera fler insatser som bidrar till att öka Sveriges synlighet för att öka intresset för svenska produkter och lösningar. Utöver målgruppsanpassade kommunikationsinsatser kan riktad kommunikation inom befintliga insatser bidra till att utveckla och uppdatera bilden av Sverige i länderna.

Nyttja befintliga relationer

Sveriges relationer med offentlig sektor, det privata näringslivet och andra delar av samhället i länderna ger möjlighet att långsiktigt stärka och synliggöra svensk

närvaro och kan därigenom bidra till ett bredare ekonomiskt utbyte. Det gäller inte minst områden som är av gemensamt strategiskt intresse. Att i högre utsträckning engagera olika typer av aktörer, både individer och organisationer inom det samlade Sverigefrämjandet, inom näringslivet och bland biståndsaktörer är viktigt för detta ändamål.

Utmaningar för bredare ekonomiskt samarbete

Studiens huvudsakliga syfte är att undersöka bilden av och kännedomen om Sverige utifrån premissen att en god bild och en hög kännedom om Sverige bidrar till att skapa förutsättningar för ett bredare ekonomiskt samarbete. Samtidigt finns andra aspekter som i varierande grad påverkar möjligheterna för bredare ekonomiska relationer, t.ex. internationell konkurrens, de institutionella förutsättningarna i länderna, lokala aktörers begränsade betalningsförmåga samt, i viss mån, formerna för samverkan mellan bistånds- och främjanderollerna i det svenska engagemanget. Dessa aspekter adresseras dock inte i studien.

Inledning

Svenska institutet (SI) genomför studier av bilden av Sverige utomlands löpande. Sverige bilden är en bild, eller bilder, som är sammansatta av en stor mängd associationer som människor i andra länder förknippar med Sverige. Människors uppfattningar om ett land bygger i sin tur på upplevelser av omvärlden genom exempelvis personliga relationer eller vistelser samt andra typer av relationer med andra länder inom exempelvis handel och bistånd. Uppfattningen om ett annat land baseras även på intryck från t.ex. film, litteratur, nyheter och sociala medier. SI:s erfarenhet är att bilderna av ett land byggs upp under lång tid och förändras långsamt.

SI har tidigare undersökt bilden av Sverige i några biståndsländer¹. Däremot är innevarande studie den första där fokus är att undersöka bilden av och kännedomen om Sverige utifrån potentialen att skapa förutsättningar för bredare ekonomiska relationer. En hög kännedom om och en bra bild av Sverige kan bidra till ökad attraktionskraft och fördjupade relationer inom olika områden, t.ex. handel och investeringar. Fokus för denna rapport är bilden av Sverige i Bangladesh, Kenya, Tanzania, Etiopien, Kambodja, Rwanda och Vietnam. Sveriges relationer med dessa länder har byggts upp genom decennier av diplomati och utvecklingssamarbete, och i viss utsträckning handel och investeringar. Samtidigt finns i länderna en stor potential till ett bredare ekonomiskt utbyte.

Att bygga breda och långsiktiga bilaterala relationer bortom biståndet är något som Sveriges regering de senaste åren lagt ökad vikt vid. Särskilt viktigt är det att fördjupa och bredda bilaterala relationer inom områden som är av gemensamt strategiskt intresse för Sverige och partnerlandet. Det kan omfatta exempelvis sektorer som jordbruk, hälsa, energi, miljöteknik och informations- och kommunikationsteknologi (IKT).

Bredare relationer förutsätter samverkan mellan olika delar av det svenska engagemanget (d.v.s. bistånd, främjande och handel) och en bred involvering av offentliga och privata aktörer, liksom civilsamhälle. En integrerad ansats ligger i linje med Agenda 2030 och förväntas långsiktigt bidra till en uppfyllelse av de globala hållbarhetsmålen. Regeringen har också i export- och

investeringsstrategin lyft handelns betydelse för Sveriges genomförande av Agenda 2030. Ett integrerat angreppssätt är ett av två som Utrikesdepartementet (UD) lyfter i arbetet att bygga bredare ekonomiska relationer².

Verksamheten ska fokusera på de tematiska områden som ingår i de bilaterala biståndsstrategierna.

Att bilden av ett land spelar roll för internationella relationer och handel är väl känt. En god bild av Sverige bidrar till intresse för svenska produkter och innovationer samt till att svenska företag uppfattas som relevanta och intressanta i affärssammanhang. Syftet med studien är att undersöka kännedomen om Sverige och Sverige bilden hos aktörer som är relevanta för ett bredare ekonomiskt utbyte och samarbete. I studien ges även en översiktlig bild av Sveriges befintliga handel och relationer med länderna. Intresset för ett breddat ekonomiskt utbyte med Sverige, med fokus på områden av betydelse för att möta utvecklingsutmaningar i respektive land, har också undersökts.

Studiens frågeställningar

Studien söker att besvara följande frågeställningar:

- Hur är bilden av Sverige bland aktörer som är relevanta för ett bredare ekonomiskt utbyte och samarbete mellan Sverige och respektive land?
- Hur är kännedomen om Sveriges erbjudande i förhållande till ländernas utvecklingsutmaningar?
- Vilka befintliga relationer med länderna skulle potentiellt kunna utgöra en grund för ett breddat ekonomiskt samarbete?

Metod och avgränsningar

Representanter för aktörer i näringslivet i länderna, däribland bilaterala och regionala handelskamrar, samt svenska aktörer inom biståndet, internationell samverkan och främjande har intervjuats. Sammanlagt har drygt 60 intervjuer genomförts, varav ett 30-tal med lokala aktörer i de sju länderna. Därutöver har en dokumentanalys av befintliga strategier och styrdokument, samt av skriftliga inrapporteringar av arbetet med bredare relationer

¹ 2019 genomfördes en studie av Sverige bilden i bl.a. Bolivia, Brasilien, Colombia, Mexico och Peru. Rapporten hämtas på https://si.se/app/uploads/2021/05/final-si_rapport_om_amerikastudier_2019_fa_low-res-web.pdf

² Det andra angreppssättet handlar om att höja partnerländernas egen kapacitet att bedriva handel och attrahera investeringar.

genomförts. Datainsamlingen genomfördes under perioden oktober–december 2020.³

Studien ger en bild av ländernas intresse för breddade ekonomiska samarbeten med Sverige och ländernas utvecklingsutmaningar som är relevanta i ett Agenda 2030-perspektiv. Den analyserar inte marknadsmöjligheter för svenska företag. Då analysen bygger på kvalitativa data baseras studiens slutsatser på de uppfattningar som framkommit under intervjuerna.

I nästföljande kapitel ges en bakgrund till hur svenska aktörer arbetar med bredare relationer samt betydelsen av bilden av Sverige för ekonomiska relationer med omvärlden. Därefter presenteras landsvis en översiktlig bild av det empiriska materialet⁴ följt av sammanfattande reflektioner avseende resultaten.

³ En lista över genomförda intervjuer och dokument som behandlats i studien presenteras i bilagorna.

⁴ En mer detaljerad redovisning per land finns i Bilaga 1.

Bakgrund

Sveriges närvaro i de länder som är i fokus för studien kännetecknas i de flesta fall av ett omfattande bistånd. Svenska företag är i varierande utsträckning närvarande och handelsrelationerna med Sverige är generellt på en låg nivå. Samtidigt finns en potential för bredare ekonomiska relationer bortom biståndet då Bangladesh, Kenya, Tanzania, Etiopien, Kambodja, Rwanda och Vietnam alla har en god ekonomisk tillväxt. Länderna har dessutom utvecklingsbehov och utmaningar på områden inom vilka Sverige kan erbjuda relevanta lösningar.

Angreppssätt för bredare relationer

För att utveckla breda och långsiktiga relationer mellan Sverige och partnerländer har regeringen bedömt att det är centralt att utlandsmyndigheterna arbetar integrerat med utvecklingssamarbete, handel och främjande. Olika aktörer ska bidra till arbetet utifrån sin kärnuppgift. Det integrerade arbetssättet syftar till bredare ekonomiska relationer inom politikområden som är av gemensamt strategiskt intresse för Sverige och partnerlandet. UD anger som exempel jordbruks-, hälso-, energi-, miljöteknik- och IKT-sektorn. Samtidigt är arbetet med bredare relationer också i linje med Agenda 2030 och ett sätt att få den svenska resursbasen att samverka för att bidra till FN:s globala mål för hållbar utveckling.

I arbetssättet med bredare relationer finns två angreppssätt: Det handlar dels om att ”höja partnerländernas egen kapacitet att bedriva handel och attrahera investeringar”, dels om ”att vidta handelsfrämjande åtgärder inom de tematiska områden som ingår i de bilaterala biståndsstrategierna.”⁵ Utifrån sin kärnuppgift kan svenska aktörer bidra till bredare ekonomiska relationer inom såväl sitt eget som andra politikområden.

I Sveriges exportstrategi för åren 2015–2018⁶ lyfte regeringen specifikt fram utmaningen med att omsätta de goda relationer som byggts upp genom det svenska globala utvecklingssamarbetet till handelsrelationer som skapar ekonomiskt värde för Sverige och svenska företag. Bredare

relationer tas upp även i den efterföljande export- och investeringsstrategin.⁷ Det finns på utlandsmyndigheterna många goda exempel på ett integrerat arbetssätt som bidrar till bredare relationer. Samtidigt har det visat sig vara svårt att bygga vidare på de kontaktnät som etablerats mellan Sverige och partnerländerna inom ramen för biståndet. Sveriges regering har därför de senaste åren lagt ökad vikt vid att Sverige genom ett integrerat arbetssätt ska bygga breda och långsiktiga bilaterala relationer bortom biståndet.

Det handelsfrämjande perspektivet som här är i fokus tar som utgångspunkt Sveriges intresse och erbjudande i förhållande till utvecklingsländernas nuvarande och potentiella köpkraft och behov.

Sveriges mål med Agenda 2030 – med fokus på internationellt arbete

Regeringens mål är att Sverige ska vara ledande i att genomföra Agenda 2030, både nationellt och internationellt. Arbetet ska utgå från rättighetsperspektivet och fattiga människors perspektiv på utveckling. Regeringen betonar betydelsen av att arbetet sker i brett partnerskap med samhällets olika aktörer och internationella samarbetspartner. Sveriges bidrag till det internationella genomförandet av agendan sker exempelvis genom handel, internationellt samarbete, kunskapsutbyte, högre utbildning, forskning och innovation.⁸

Näringslivets bidrag till hållbar utveckling anges i såväl Sveriges Export- och investeringsstrategi (2019) som i Plattformen för internationellt hållbart företagande (2019). Den förstnämnda lyfter särskilt fram möjligheterna till hållbar tillväxt och konkurrenskraft genom digitalisering. Den betonar också vikten av hållbarhet inom ramen för t.ex. investeringar, produktion och upphandling.

Plattformen för internationellt hållbart företagande tar sin utgångspunkt i att handelsfrämjande ska vara ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbart. Svenska företag förväntas följa internationella riktlinjer samt agera

⁵ Förtydligande gällande arbetssättet bredare relationer på utlandsmyndigheterna. Promemora 2020-03-02, Utrikesdepartementet

⁶ <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/skrivelse/2015/12/skr2.-20151648/>

⁷ Sveriges-export--och-investeringsstrategi.pdf (regeringen.se)

⁸ Miljödepartementet (2020) *Proposition 2019/20:188 Sveriges genomförande av Agenda 2030* <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/proposition/2020/06/prop.-201920188/> hämtad 2021-01-13

hållbart och ansvarsfullt genom att bl.a. arbeta för mänskliga rättigheter, jämställdhet och goda arbetsvillkor.

Coronapandemin aktualiserar enligt många genomförandet av Agenda 2030. Den har drabbat utvecklingsländer särskilt hårt, inte bara som en kortsiktig hälsorisk utan också som en betydande social och

ekonomisk kris. Tydligt är att målen om fattigdomsbekämpning och om anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt blir än viktigare eftersom försörjning och goda arbetsvillkor är avgörande för individer att långsiktigt ta sig ur fattigdom.

Översiktlig beskrivning av länderna

Etiopien

Bilden av Sverige är god hos relevanta aktörer i Etiopien samtidigt som kännedomen om Sverige är relativt låg. Svenska varor och tjänster är i stort sett okända, men insatta personer inom näringslivet känner i viss mån till stora svenska företag. Sverige uppfattas av respondenterna som ett fredligt och rikt land, präglad av jämlikhet och jämställdhet, samt förknippas med pålitlighet, kvalitet och i viss mån även hållbarhet. Etiopien, ett av världens fattigaste länder, lyfter bl.a. fram hög arbetslöshet och bristande möjligheter till produktivt arbete som stora utmaningar samtidigt som en snabb urbanisering sker som påverkar tillväxt, miljö och hållbarhet.

Den ekonomiska tillväxten i Etiopien och därtill efterföljande livsstilsförändringar kan komma att öka efterfrågan på konsumtionsvaror riktade till en mer välbärgad medelklass. Näringslivssektorer som förädling av jordbruksprodukter, övrig tillverkning och informations- och kommunikationsteknologi växer. Lösningar och investeringar som kan bidra till att stärka och effektivisera värdekedjorna i Etiopiens tillverknings- och exportindustrier anges av respondenterna som särskilt intressanta i det svenska erbjudandet.

Respondenterna framhåller att Tyskland, som har en liknande profil som Sverige, är en viktig konkurrent till Sverige vad gäller teknologiskt mer avancerade produkter och tjänster. Respondenterna ser en potential för svenska aktörer att bidra längs hela näringslivskedjan, från grundläggande infrastruktur till en effektiviserad produktion och förenkling av processer kopplade till entreprenörskap, innovation och export. Bl.a. lyfts fram att svenska varor, tjänster och tekniska lösningar inom exempelvis energi, transport och förädling av jordbruksprodukter kan tillföra mervärde och bidra till att stärka Etiopiens egen kapacitet att exportera.

Kenya

Kenya är ett ekonomiskt centrum i Östafrika. Handeln mellan Sverige och Kenya har ökat under 2000-talet. Den övergripande bilden av Sverige bland näringslivets aktörer i Kenya är god, även om kunskapen om Sverige och svenska företag är relativt begränsad. Detta trots långvariga relationer med Sverige och den relativt stora närvaron av svenska företag i landet. Sverige associeras framför allt med jämlikhet, jämställdhet, kvalitet och pålitlighet. Viktiga svenska exportvaror utgörs av bl.a. telekommunikationsutrustning, papper och pappersmassa, maskindelar, konsumtionsvaror, medicinsk utrustning och fordon.

Bland intressanta lösningar från Sverige nämns förnybar energi, hållbara transporter och hälsa. Från Kenya importeras främst kaffe, snittblommor, frukt och grönsaker. Sett till landets behov är speciellt investeringar inom tillverkningsindustrin, särskilt för förädling av jordbruksprodukter, intressant, liksom partnerskap inom såväl jordbruksområdet som miljöteknik, konstruktionsarbete, IKT och system för allmän teknik- och kunskapsutveckling. I Kenya finns stor konkurrens från andra länder som vill sälja sina varor och tjänster, vilket utgörs av länder som likt Sverige erbjuder kvalitetsprodukter till ett högre pris – t.ex. Finland, Danmark, Storbritannien, Nederländerna och Tyskland, respektive de som erbjuder produkter till lägre pris – t.ex. Kina och Turkiet. Sverige upplevs inte vara lika närvarande genom kommunikation/marknadsföring eller lika bra på att skapa strategiska partnerskap med lokala aktörer som andra länder.

Den snabba befolkningstillväxten, utbredd fattigdom, utmaningar inom grundläggande infrastruktur och energiförsörjning utgör viktiga utvecklingsutmaningar. Affärsområden av särskilt intresse är hållbara transporter, jordbruk och förnybar energi. Ett ökat handelsutbyte gynnar Kenya genom kapacitetsbyggande, fördjupad integration i internationell handel och med det följande

arbetstillfällen, samt även en högre ekologisk resiliens. Handelsutbytet kan även gynna svenska företag som redan visat intresse för etablering på den växande kenyanska marknaden.

Rwanda

Sverige är relativt okänt bland näringslivets aktörer i Rwanda. De som däremot har kännedom uppfattar Sverige som en pålitlig handelspartner som kan erbjuda högteknologiska produkter. Särskilt intressant framstår svensk kompetens och innovationskraft inom miljöteknik. Däremot finns få svenska produkter synliga på marknaden, eller så känner man inte till att de kommer från Sverige. Fokus för den svenska regeringens utvecklingsstrategi i Rwanda är att stärka demokratin, miljöarbetet, främja respekten för mänskliga rättigheter och att bidra till ökad sysselsättning. Därutöver finns forskningssamarbete. Sverige finansierar utbildning inom miljö och klimat, innovation, hälsa, freds- och konfliktforskning samt hållbar ekonomisk utveckling.

Sveriges export till Rwanda är i jämförelse mycket liten och består av datorer, elapparatur och kemiska produkter. Importen har vuxit de senaste åren och överskrider numera marginellt exporten och består av jordbruksprodukter, framför allt kaffe och te. Tyskland, liksom Kina, Korea och Japan är viktiga konkurrenter på den rwandiska marknaden. Sverige har en fördel i att ses som en tillförlitlig handelspartner med kompetens att kunna kombinera export med kapacitetsbyggande. Rwandas mål att bekämpa fattigdom och öka den ekonomiska tillväxten i kombination med Agenda 2030:s övergripande mål för hållbar ekonomisk, social och miljömässig utveckling kan tas som utgångspunkt för att skapa arbetstillfällen och/eller att bidra till omställningen till hållbar energi. Utöver energisektorn finns potential för ett ökat ekonomiskt utbyte mellan Sverige och Rwanda inom hållbara transporter, avfallshantering, IKT och jordbruk/livsmedel.

Tanzania

Sverige har varit en viktig biståndsgivare i Tanzania. Relationen sträcker sig tillbaka till 1960-talet. Bland personer som känner till Sverige ses landet som en tillförlitlig partner. Sverige som land ses som rikt och frikostigt där svenskt bistånd (genom Sida) gått till att bygga skolor och sjukhus. Sverige är också känt för sitt arbete inom jämställdhet. Handeln mellan Sverige och Tanzania är förhållandevis liten. Tanzania är också ett turistland, i viss utsträckning även för svenska resenärer. Representanter inom Tanzanias näringsliv upplever dock Sverige som frånvarande. Generellt förknippas svenska varor och tjänster med hög kvalitet och hållbarhet, men till

höga priser, med några få svenska varumärken som är kända på marknaden men vars högkvalitativa och dyrare produkter under senare år bytts ut mot billigare alternativ, ofta från Kina.

Näringslivets aktörer efterfrågar i första hand investeringar som kan leda till ökad produktion, export och sysselsättning, där Sverige har potential att bidra till att stärka landets tekniska och innovativa kapacitet. Den enskilt största konkurrenten till Sverige och övriga länder med handels- och utvecklingsrelationer med Tanzania är Kina pga. billigare lösningar från kinesiska aktörer och utarbetade stödpaket från den kinesiska staten. När det gäller konkurrenter med produkter och tjänster av högre kvalitet och pris, som är snarlika Sveriges, är Danmark och Tyskland framträdande.

Framför allt energisektorn, jordbrukssektorn och skogsbrukssektorn har potential för att öka handelsutbytet mellan Sverige och Tanzania, förbättra Tanzanias förutsättningar att bättre integreras i den internationella handeln och att stödja landet i att uppnå de globala målen. Svenska lösningar av särskild relevans för breddade och fördjupade samarbeten finns inom hållbarhet. Särskilt inom energi- och skogsbrukssektorerna stämmer svenska och tanzaniska aktörers prioriteringar väl överens.

Bangladesh

Sverige bedöms vara relativt okänt i Bangladesh och de som känner till Sverige är ofta anställda i fabriker som producerar för svenska företag eller har studerat i Sverige. Kunskaperna om Sverige bland bangladeshiska företag som är intresserade av att exportera till norra Europa är små. Fler känner däremot till Norden och/eller Skandinavien som förknippas med hållbarhet.

Sverige bilden sprids i stor utsträckning av svenska bolag med produktion i Bangladesh, särskilt klädföretag, vilket leder till en tudelad bild av landet: Å ena sidan den positiva bilden som kommer av investeringar, arbetstillfällen och kapacitetsutveckling i landet, å andra sidan uppfattningar om långsiktigt ohållbara affärskoncept med varor som produceras av lågbetald arbetskraft och med hög miljöbelastning. Länder som kan erbjuda teknik till låga priser, som till exempel Japan, Kina och Turkiet, har lyckats särskilt väl med export till landet. USA och Indien (inom fordonssektorn) samt Tyskland, Nederländerna och Danmark är konkurrenter med likartade erbjudanden som Sverige.

Befolkningstäthet och den höga urbaniseringstakten innebär utmaningar i att säkerställa tillgång och tillgänglighet till livsmedelsförsörjning samt med avseende på infrastruktur för en hållbar stadsutveckling, inkluderande avloppsvattenrening, återvinning, bostäder

och transportsystem. Centralt för Sveriges relationer med Bangladesh är att många stora svenska företag har produktion i landet. Svensk teknik kan bidra till att öka effektiviteten och hållbarheten både i produktionsanläggningar och på högre systemnivå.

Kambodja

Kambodja har varit en av de tio snabbast växande ekonomierna i världen de senaste decennierna. Sverige-kännedom är begränsad och även om vissa svenska företag finns representerade genom återförsäljare i landet känner få till att produkterna är svenska. Bland de som känner till Sverige är bilden god och Sverige rankas högt inom områdena innovation och hållbarhet samt jämställd och jämlik samhällsutveckling. Bilden av Sverige kommer sig främst av att svenska företag upplevs ha produkter som ligger i framkant, men även av det långvariga svenska utvecklingssamarbetet.

Grunduppfattningen är att Sverige erbjuder bra lösningar och produkter men att prisnivån är hög jämfört med det som erbjuds av exempelvis Kina, även om livscykeln på produkterna är kortare. Viktiga Agenda 2030-utmaningar handlar om att få den snabba ekonomiska utvecklingen att vara inkluderande och miljömässigt hållbar, vilket förutsätter att fler måste gå från den informella ekonomin till den formella och att produktiviteten måste öka. Textilindustrin, som är Kambodjas främsta exportvara, har fortfarande stora problem med arbetsmiljö och brott mot arbetsvillkor. Svenska aktörer med verksamhet i landet kan påverka hållbarheten och efterlevnaden av olika globala initiativ i såväl befintliga som nya sektorer.

Vietnam

Handel utgör fokus för Sveriges relationer med Vietnam. Landet ses som ett av de mest politiskt stabila och

ekonomiskt dynamiska länderna i Sydostasien.

Sverige-kännedom är relativt god, särskilt bland äldre medan Sverige bland yngre generationer är mindre känt och mest ses som en del av Norden. Danmark och Finland uppges ha större närvaro och synlighet i Vietnam än Sverige.

De som känner till Sverige uppfattar landet som en tillförlitlig handelspartner vars produkter och tjänster är dyra men av hög kvalitet. Sverige är i viss mån också känt för jämställdhet, platta organisationsstrukturer, social välfärd och naturskydd. Det svenska varumärket representerar i viss mån hållbarhet då svenska företag tillhandahåller miljöteknik i framkant samt gör insatser som förbättrar produktionsindustrin. Svenska företag som upphandlar produktion i Vietnam uppfattas samtidigt bidra till en ohållbar konsumtionskultur varför kritik också förekommer.

Vietnam har en hög befolkningsökning och stor befolkningstäthet, och utmaningar kopplade till miljö- och klimatförändringar. Miljöteknik som kan bidra till att effektivisera industri och återvinningssystem framstår som särskilt intressant i det svenska erbjudandet samt att göra tillverkningsindustrin mer miljömässigt hållbar. Även energi- och jordbrukssektorn är intressanta områden att matcha med erbjudanden eller efterfrågan från Sverige. Huvudsakliga konkurrenter på marknaden är å ena sidan länder som Kina, Sydkorea och Japan vilka erbjuder produkter till lägre pris. Å andra sidan profilerar sig länder som exempelvis Tyskland, USA, Israel, Danmark och Finland på ett sätt som liknar Sveriges, med varor av högre kvalitet och pris. Det framhålls att Sverige skulle behöva öka sin närvaro och synlighet på marknaden för att upprätthålla sin aktualitet.

Sammanfattande reflektioner

Samtliga länder som är i fokus för denna studie är eller har varit mottagare av svenskt bistånd. Biståndsrelationerna har utgjorts av bl.a. utvecklingssamarbete med fokus på demokrati och mänskliga rättigheter, stöd till energi- och resurseffektivisering i enskilda sektorer, forskningssamarbeten, stipendier, alumnverksamhet, och kapacitetsstärkande program till individer inom näringslivet, offentliga sektorn och civilsamhället.

Det historiska och nuvarande engagemanget i Bangladesh, Kenya, Tanzania, Etiopien, Kambodja, Rwanda och Vietnam förväntas ha bidragit till en positiv bild av Sverige. Det är en tillgång i övergången till bredare ekonomiska relationer. Länderna är särskilt intressanta i detta avseende då de uppvisar god ekonomisk tillväxt men samtidigt har utvecklingsutmaningar som potentiellt kan mötas av kompetens, produkter och lösningar från svenska företag.

Syftet med studien är att undersöka bilden av och kännedomen om Sverige och det svenska erbjudandet också i relation till ländernas utvecklingsutmaningar, vilket kan utgöra en grund för att bygga fördjupade ekonomiska relationer mellan Sverige och länderna. Studien berör också befintliga relationer, eftersom de utgör en viktig utgångspunkt för bredare ekonomiska relationer.

Genom kunskap om bilden av Sverige i länderna och graden av kännedom om Sveriges erbjudande bidrar studien till insikter om behovet av Sverigekommunikation och relationsskapande verksamhet för att stödja övergången till bredare ekonomiska relationer.

En positiv bild av Sverige – men låg kännedom

Studien visar att bilden av Sverige hos näringslivsaktörer i de studerade länderna är övergripande positiv om än generell, något föråldrad och till stor del präglad av Sveriges insatser inom biståndet. Kännedomen om det svenska erbjudandet och dess styrkor är dock begränsad bland näringslivsaktörer. Många menar att Sverige har en relativt låg synlighet i länderna, bortom de biståndsfinansierade insatserna. Även i länder där svenska företag har förhållandevis god närvaro känner lokala aktörer ofta inte till att en del företag i landet är svenska. I den mån svenska produkter är kända har de gott anseende

och förknippas med hög kvalitet, innovation och – i stor utsträckning – hållbarhet. Sverige uppfattas som en trygg och pålitlig handelspartner och Sveriges statsförvaltning har ett gott anseende, vilket bidrar till viljan att göra affärer med svenska företag.

Den begränsade kännedomen om det svenska erbjudandet gör att näringslivsaktörerna i länderna har svårt att identifiera områden med potential för utökade ekonomiska samarbeten med Sverige. Samtidigt är det tydligt att länderna har utvecklingsutmaningar där Sveriges kompetens, produkter och lösningar potentiellt kan vara relevanta, däribland vad gäller behov av produktivitet utveckling, effektivisering, ren energi, grön omställning och förbättrade arbetsvillkor inom sektorer som är centrala för ländernas utveckling och välbstånd.

Sveriges befintliga relationer med länderna

Sverige har inom ramen för utvecklingssamarbetet gett både bilateralt stöd och bidragit till att främja utvecklingen i länderna genom stöd till internationella och multilaterala organisationer. Detta breda engagemang har bidragit till att Sverige har en mycket god insyn i områden där det finns ett stort behov av nya produkter, lösningar och arbetssätt, däribland jordbruk, industri, infrastruktur, energi och hälsosektor. Omfattningen och bredden av Sveriges befintliga handelsrelationer varierar dock starkt mellan länderna. Vietnam står ut som det land som Sverige har en omfattande och, relativt sett, mångsidig handelsrelation med. Handeln med Kambodja och Bangladesh kännetecknas av omfattande svensk import, dock nästan uteslutande av kläder och textilvaror. Sveriges handelsrelationer med Rwanda, Etiopien, Tanzania och Kenya är begränsade och kännetecknas av import av framförallt jordbruksprodukter och livsmedel, och export av bl.a. maskiner, datorer och pappersvaror.

Utmaningar för bredare ekonomiska relationer

En faktor som i dagsläget utgör ett hinder för att främja stärkta ekonomiska relationer är en omfattande internationell konkurrens i samarbetsländerna. Andra stora biståndsgivarländer (t.ex. Tyskland, Nederländerna och

USA) uppges ha en mer proaktiv främjandestrategi på de berörda marknaderna och liknande styrkeområden som Sverige. Kopplingen mellan utvecklingssamarbete och exportintressen upplevs generellt vara starkare hos andra stora biståndsgivare. Sveriges ställningstagande är att biståndet ska vara obundet och utgå ifrån mottagarnas behov och inte villkoras av Sveriges ekonomiska intressen i länderna. Att Sverige inte haft utvecklade former för samverkan mellan bistånd och främjande kan ha påverkat förutsättningarna att på operativ nivå främja bredare ekonomiska relationer med länderna. Utöver detta finns praktiska hinder i den lokala kontexten såsom bristande institutionella förutsättningar med korruption och byråkratiska processer, lokala aktörers begränsade betalningsförmåga och priserna på svenska produkter och lösningar. Sverige upplevs i stor utsträckning erbjuda produkter och lösningar med hög komplexitet – och med högt förädlingsvärde, medan länderna i många fall efterfrågar mer grundläggande teknologi till ett lägre pris. Omfattande och ökande konkurrens från asiatiska länder, framförallt Kina och Indien, lyfts. Dessa länder kan erbjuda produkter och lösningar till betydligt lägre priser och de satsar dessutom i mycket större utsträckning än Sverige på direktinvesteringar i länderna.

Stärkta förutsättningar för bredare ekonomiska relationer

Utifrån att kännedomen om Sverige och Sveriges erbjudande är låg är en slutsats att stärkta förutsättningar för utökade ekonomiska relationer mellan Sverige och länderna kan uppnås genom att Sveriges synlighet i länderna ökar. Sverige-bilden hos näringslivsaktörerna är övergripande positiv men den är också väldigt generell och något föråldrad. De aktörer som ingått i studien har haft svårt att peka ut Sveriges styrkor inom specifika sektorer. För att synliggöra Sveriges erbjudande finns därför en stor

potential att arbeta med mer riktat innehåll mot olika länder och målgrupper, inom ramen för de verktyg som idag används för att kommunicera Sverige.

Näringslivsaktörerna i länderna vittnar om att Sverige ofta upplevs som relativt osynligt, till och med anonymt, i förhållande till andra västerländska och stora asiatiska aktörer. Att öka Sveriges synlighet är därför viktigt för att stärka intresset för svenska produkter och lösningar. Det finns en stor potential att stärka Sveriges synlighet och öka kännedomen om Sverige inom ramen för biståndet, men även inom olika typer av främjandeinsatser. Fokus för kommunikationen kan vara de områden där störst potential för bredare ekonomiska relationer finns.

Det är också viktigt att identifiera hur Sveriges befintliga relationer med olika aktörer i länderna kan nyttjas för att bidra till ett bredare ekonomiskt utbyte. De relationer som Sverige har upparbetat i länderna inom offentlig sektor, privat näringsliv och andra delar av samhället ger möjligheter att arbeta långsiktigt med att stärka Sveriges närvaro och förutsättningar att utveckla och stärka de ekonomiska relationerna, särskilt inom områden som är av ett gemensamt strategiskt intresse. Att i högre utsträckning engagera olika typer av aktörer inom såväl det samlade Sverige-främjandet som inom näringslivet och bland utvecklingsaktörer, bland såväl organisationer som individer, bedöms vara viktigt för att stärka förutsättningarna för bredare ekonomiska relationer. I länderna finns t ex Sverigealumnerna som haft SI-stipendium eller deltagit i SI:s ledarskapsprogram – eller som studerat, bott och arbetat i Sverige med egen finansiering. Det finns också ett stort antal aktörer som tagit del av andra typer av biståndsfinansierade insatser. Det finns även i varierande utsträckning svenska företag i länderna. Sammantaget är detta grupper som redan har en kännedom om och relationer med Sverige och som kan bidra till att stärka Sverige-bilden och öppna för marknadsmöjligheter inom relevanta sektorer.

Bilaga 1. Fördjupade beskrivningar av länderna

Etiopien

Befintliga relationer inom bistånd och handel

Etiopien blev 1954 det första mottagarlandet för svenskt bistånd. Idag styrs utvecklingssamarbetet av Sveriges Strategi för utvecklingssamarbete med Etiopien 2016–2021 och av Strategi för forskningssamarbete och forskning inom utvecklingssamarbetet 2015–2021. Sveriges insatser genom Sida syftar till att stärka mänskliga rättigheter, öka landets motståndskraft mot klimatförändringar och skapa förutsättningar för människor att förbättra sina levnadsvillkor. Flera insatser syftar till att göra jordbruket mer effektivt, produktivt och motståndskraftigt (mot klimatförändringar), exempelvis genom biståndsfinansierade kapacitetsutvecklingsinsatser inom klimatsmart jordbruk.

Vidare går det svenska biståndet till projekt för att kartlägga utmaningar för små och medelstora företag i Etiopien samt den lokala arbetsmarknaden i sin helhet, inom vilka stöd ges till arbetssökande och ungdomar att finna sysselsättning. Biståndet finansierar även projekt inom hållbart skogsbruk för att minska riskerna med översvämningar och för att bidra till fler arbetstillfällen. De forskningssamarbeten som genomförs med svensk biståndsfinansiering syftar till stärkt kompetens inom elteknik, företagsekonomi, biomedicin och bioteknik.

Sverige har ett stort handelsöverskott i förhållande till Etiopien. Under perioden 2013–2019 exporterade Sverige varor och tjänster för 1,3 miljarder dollar, medan importen från Etiopien till Sverige bara uppgick till 100 miljoner dollar. Etiopiens förmåga att mobilisera intäkter genom exporten är mycket bristfällig, vilket delvis beror på att

den utgående handeln till stor del sker med råvaror istället för produkter högre upp i värdekedjan.

Sveriges import från Etiopien består framförallt av jordbruksprodukter och livsmedel, såsom kaffe, bönor, sesam och blommor. Exporten till Etiopien består framförallt av motorfordon och maskiner för exempelvis jordbrukssektorn. Kunderna är främst offentligt ägda bolag, staten och kommuner. Exporten till Etiopien har varit relativt stabil under de senaste åren, medan importen har minskat markant.

Bredare relationer och näringslivssamverkan inom utvecklingssamarbetet

Sverige har strävat efter att mobilisera resurser från svenska företag och har genomfört en rad insatser med koppling till näringslivssamverkan inom ramen för utvecklingssamarbetet. Dessa sträcker sig från att främja ett förbättrat och mer inkluderande klimat för investeringar och näringslivssamverkan, till lokala aktörsarbeten via affärsassociationer och strategiska partnerskap med svenska aktörer.

Sverige stödjer bl.a. ett projekt som underlättar för privata aktörer att få tillgång till finansiering och motverka hinder för näringslivet och för handel. Så kallade ”challenge funds”, som finansierar entreprenörskap och innovation bland målgrupper som annars inte hade haft råd att förverkliga hållbara affärsidéer, avhjälper delvis de finansieringsgap som försvårar företagande i Etiopien.

Andra insatser, som direkta partnerskap mellan utvecklingssamarbetet och svenska företag som Volvo och

H&M, drar nytta av instrumentet Public Private Development Partnership (PPDP) vars syfte är att förbättra kapaciteten hos aktörer inom relevanta näringslivsekosystem. Ett annat område där svenska biståndsinsatser på sikt kan leda till ingångar för svenska företag avseende tekniklösningar är hållbart skogsbruk.

Landets attraktivitet för svenska företag

Den historiskt höga ekonomiska tillväxten, befolkningsstorleken och en växande medelklass gör Etiopien till en attraktiv marknad för svenska exportföretag. Landet erbjuder ett relativt stabilt klimat för näringslivet och investerare, med lägre nivå av korruption än andra länder i regionen. Etiopien har ett stort territorium som är rikt på naturresurser och har goda förutsättningar för jordbruk. Andra faktorer som påverkar landets attraktivitet för handel positivt är stora offentliga investeringar i bl.a. infrastruktur, landets ambition att stärka industrisektorn under de kommande åren och goda flygförbindelser.

Faktorer som påverkar landets attraktivitet för handel negativt är bl.a. låg köpkraft, stort ekonomiskt inflytande från bl.a. Kina, hög nivå av byråkratisering och ökande politisk osäkerhet. Vidare har Etiopien en negativ handelsbalans vilket gör det svårt för företag att få betalt i konvertibel valuta. Det innebär svårigheter för utländska bolag att repatriera sina vinster.⁹

Sverige bilden och intresset för det svenska erbjudandet – lokala aktörers perspektiv

Kännedomen om Sverige hos relevanta aktörer är relativt god i och med det långvariga utvecklingssamarbetet mellan Sverige och Etiopien. Därutöver finns också en stor etiopisk diaspora i Sverige. Svenska varor och tjänster är i stort sett okända, men respondenter i näringslivet som är insatta känner till en handfull stora svenska företag.

Bilden av Sverige bland aktörerna är god, och Sverige uppfattas som ett rikt och fredligt land samt som ett samhälle som präglas av jämlikhet och jämställdhet. Utöver detta förknippas Sverige med pålitlighet, kvalitet och, i viss mån, hållbarhet. Detta beror dels på att det svenska nationsvarumärket har spridits genom Sida-finansierade utvecklingsinsatser, dels på att svenska företag som ABB, Volvo, H&M, IKEA, Scania och Ericsson länge har exporterat varor och tjänster till

Etiopien samt skapat arbetstillfällen genom att förlägga produktion till landet (exempelvis H&M).

Respondenterna lyfter framförallt fram lösningar och investeringar som kan bidra till att stärka och effektivisera värdekedjorna i Etiopiens tillverknings- och exportindustrier som särskilt intressanta i det svenska erbjudandet. Exempelvis lyfts potential för svenska lösningar för förbättrad energieffektivitet inom produktion och (digitaliserad) teknik som effektiviserar jordbruk, textilproduktion och eventuellt även gruvnäring. Ökad efterfrågan på svenska varor och lösningar har också observerats inom hälsa och medicinteknik.

Lokala aktörer om bilden av Sverige

"People know Sweden as a Donor country."

"Sweden is branded as Sida in Ethiopia."

"If Sweden would invest large scale, they could make a sustainable impact change, but they don't have sufficient presence. The Chinese are dominating the market."

Den ekonomiska tillväxten i Etiopien leder också till vissa livsstilsförändringar, vilket kan öka efterfrågan på konsumtionsvaror riktade till en mer välbärgad medelklass såsom fordon, babyprodukter m.m. Ekonomisk tillväxt, högre levnadsstandard och därmed livsstilsförändringar ökar även efterfrågan på nya tjänster inom hälsosektorn. Utöver detta lyfter respondenterna fram att det på strukturell nivå finns intresse att ta del av svenska modeller för entreprenörskaps- och innovationsfrämjande, exempelvis företagsinkubatorer, som ytterligare kan stärka det privata näringslivet i Etiopien.

På den etiopiska marknaden förekommer stor konkurrens från kinesiska och även indiska företag som erbjuder billiga lösningar. Till skillnad från dessa länder menar respondenterna att Sverige har ett bättre rykte i egenskap av att vara en tillförlitlig handelspartner med högkvalitativa erbjudanden, men priskänsligheten är stor. Svenska företag uppfattas inte heller ha så stor närvaro på den etiopiska marknaden i jämförelse med asiatiska företag. Med liknande profil som Sverige utgör Tyskland en viktig konkurrent när det kommer till mer teknologiskt avancerade produkter och tjänster.

⁹ Nordea Trade (2020) *Country profile Ethiopia*
https://www.nordeatrade.com/en/explore-new-market/ethiopia/economical-context?vider_sticky=oui hämtad 2021-01-14

Landets utvecklingsutmaningar utifrån Agenda 2030

Etiopien är ett av världens fattigaste länder och det näst mest folkrika landet i Afrika. Trots att landets BNP har nästan tredubblats de senaste tio åren är både fattigdomen och ekonomiska ojämlikheter mycket omfattande. Landet ligger på plats 173 av 189 länder enligt FN:s Human Development Index, och den demografiska utvecklingen, hög arbetslöshet och bristande möjligheter till produktivt arbete lyfts fram som de största utmaningarna. Samtidigt sker en snabb urbanisering som påverkar både tillväxt, miljö och hållbarhet.¹⁰

Lokala aktörer om intresset för det svenska erbjudandet

“One of our biggest priorities is moving upwards in the value chains. Therefore, technologies for refinement of coffee and other agriproducts are of interest to us. Here there are clear opportunities to create joint value.”

“Ethiopia's economy is growing and especially in the next 10 years it will change significantly for the better. That means, construction companies and materials will be required for building private houses to institutions. Lifestyle will be changing, and people can afford quality products.”

“We are having lots of problems with Chinese and Indian companies, so the level of trust is low. No problems with Sweden.”

Tre av fyra etiopier försörjer sig på jordbruk, men sektorn är ineffektiv och känslig för torka. Landets regelverk gör det svårt att starta och driva företag i Etiopien och många människor, särskilt unga, står utan jobb. Etiopien anger därför att huvudmålet för regeringen är fattigdomsbekämpning, och att ekonomisk tillväxt inte är det enda, men det viktigaste medlet för att komma till

rätta med fattigdomen.¹¹ Den snabba befolkningsökningen i kombination med fattigdom, arbetslöshet, bristande jämställdhet, miljö och klimatförändringar pekas ut som de största hindren för att nå målen i Agenda 2030.¹² Regeringens prioritering, såväl för genomförandet av Agenda 2030 som för den nationella politiken, är att bli ett medelinkomstland.¹³

Både coronapandemin och den pågående militära konflikten i landet har en stor påverkan på landets utvecklingsförutsättningar. Den ekonomiska tillväxten har stannat av under 2020, samtidigt som inflationen har stigit och arbetslösheten, särskilt bland kvinnor och unga, har ökat.¹⁴ En ytterligare eskalerande militär konflikt riskerar innebära ett stort bakslag i landets utveckling.¹⁵

Potential för bredare ekonomiska relationer

Det finns potential för svenska aktörer att bidra till förbättrade förutsättningar i hela näringslivskedjan, från grundläggande samhällslig infrastruktur till effektiviserad produktion och förenklade processer avseende entreprenörskap, innovation och export. Näringslivssektorer som förädling av jordbruksprodukter, övrig tillverkning och IKT växer. Svenska företag kan tillföra mervärde genom varor, tjänster och tekniska lösningar som kan bidra till hållbar utveckling i Etiopien, exempelvis lösningar för energi och transport och för förädling av jordbruksprodukter. Utöver att den svenska exporten ökar kan dessa lösningar bidra till att Etiopiens kapacitet att exportera stärks.

I Etiopien bidrar den övergripande positiva Sverigebilden, som skapar förtroende för svenska aktörer och befintliga relationer, till att det finns goda förutsättningar för bredare ekonomiska samarbeten. Sverige kan dock stärka sin synlighet och tydligare kommunicera mot relevanta målgrupper inom områden som är centrala för Etiopiens utveckling, och där Sverige har ett attraktivt erbjudande.

¹⁰ Executive Board of the United Nations Development Programme, the United Nations Population Fund and the United Nations Office for Project Services (2020) *Country Programme Document for Ethiopia (2020-2025)* <https://digitallibrary.un.org/record/3862406> hämtad 2021-01-13

¹¹ National Planning Commission (2017) *Ethiopia 2017 Voluntary National Review on SDGs*, <https://www.et.undp.org/content/ethiopia/en/home/library/SDGs/ethiopia-2017-voluntary-national-review-on-sdgs.html> hämtad 2021-01-13

¹² United Nations Ethiopia (2020) *United Nations Sustainable Development Cooperation Framework -2020-2025* https://ethiopia.un.org/sites/default/files/2020-10/ETHIOPIA%20UNSDCF%202020%202025%20SIGNED_1.pdf hämtad 2021-01-13

¹³ United Nations Ethiopia (2020) *United Nations Sustainable Development Cooperation Framework -2020-2025* https://ethiopia.un.org/sites/default/files/2020-10/ETHIOPIA%20UNSDCF%202020%202025%20SIGNED_1.pdf hämtad 2021-01-13

¹⁴ Nordea Trade (2020) *Country profile Ethiopia* https://www.nordeatrade.com/en/explore-new-market/ethiopia/economical-context?vider_sticky=oui hämtad 2021-01-14

¹⁵ Intervjuerna med aktörer i Etiopien genomfördes i november 2020. Analysen tar därför inte hänsyn till utvecklingen som skett efter det.

Kenya

Befintliga relationer inom bistånd och handel

Svenska företag och institutioner visar ett växande intresse för att göra affärer i Östafrika. De viktigaste exportprodukterna är telekommunikationsutrustning, papper och pappersmassa, maskindelar, konsumtionsvaror, medicinsk utrustning och fordon. Från Kenya importeras främst kaffe, snittblommor, frukt och grönsaker. Handeln mellan Sverige och Kenya har ökat markant under 2000-talet.

Ungefär 50 företag med anknytning till Sverige finns i dagsläget representerade i Kenya. Majoriteten av dem är baserade i Nairobi, där flera har regionala kontor för hela Östafrika eller hela kontinenten. Bland företagen kan nämnas ABB, Alfa Laval, Atlas Copco, Bahco, Ericsson, Saab, Sandvik, Scania, SKF, TetraPak and Volvo.

Jordbruket står fortfarande för en stor andel av arbetstillfällena och exportinkomsterna i landet. Eftersom Kenya exporterar till länder som har påverkats av coronapandemin, särskilt till länder i Europa, är denna sektor kraftigt påverkad. Landet har dock försökt att ställa om delar av sin produktion till att tillverka ansiktsmasker, medicinsk och annan utrustning för användning under pandemin¹⁶ vilket är möjliga nya sektorer för import.

Trots den ekonomiska utvecklingen fortsätter gapet mellan fattiga och rika att växa. Kenya är förvisso ett ekonomiskt centrum i regionen, men marknaden har ännu inte utvecklats så att landet kan tillgodogöra sig fördelarna från internationell handel. Arbetslösheten är hög och majoriteten av invånarna arbetar i den informella sektorn, där de saknar anställningsskydd.

Sverige har en strategi för utvecklingssamarbetet med Kenya för åren 2021–2025 vilken omfattar 1,75 miljarder kronor.¹⁷ Strategin ska bidra till att minska fattigdomen i

landet, till bättre förutsättningar för en demokratisk utveckling och till ökad respekt för de mänskliga rättigheterna. Därutöver inkluderar strategin verksamhet inom miljö, klimat och hållbart nyttjande av naturresurser samt inkluderande ekonomisk utveckling. Kenya har gjort ekonomiska framsteg under senare år, men Covid-19 har kraftigt påverkat Kenyas ekonomi med många förlorade arbetstillfällen. Samtidigt utgör korruption och ojämlikhet fortsatta utvecklingshinder. Genom utvecklingssamarbetet ska Sverige bidra till en hållbar och inkluderande utveckling i Kenya, som på sikt kan leva vidare utan finansiering från utvecklingssamarbetet.

Eftersom jordbruket utgör en viktig del av den kenyanska ekonomin, men samtidigt är ineffektivt och sårbart för klimatförändringar, är det ett område som Sverige valt att prioritera. Sida stödjer exempelvis landets jordbruksreform genom Agricultural Sector Development Support Programme (ASDSP) som syftar till att göra jordbrukssektorn mer modern, produktiv och hållbar.¹⁸

Sida tillhandahåller också stöd för att minska arbetslösheten i Kenya, som är särskilt hög bland ungdomar på landsbygden, exempelvis genom programmet Generation Kenya.¹⁹

Enligt Unicef saknar 41 procent av Kenyas befolkning tillgång till rent vatten och enligt Världsbanken saknar två tredjedelar av befolkningen tillgång till el, vilka också är områden där befintliga svenska biståndsfinansierade insatser finns.²⁰

¹⁶ National Treasury and Planning State Department for Planning (2020) *Second voluntary national review on the implementation of the sustainable development goals* https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26360VNR_2020_Kenya_Report.pdf hämtad 2021-01-13

¹⁷ Regeringen antar ny strategi för utvecklingssamarbetet med Kenya - Regeringen.se

¹⁸ FN:s livsmedelsprogram arbetar även för att regeringen, regioner och hushåll bättre ska kunna hantera de återkommande naturkatastrofer som landet drabbas av, exempelvis genom att öka tillgången till vatten och hitta metoder som gör jordbruket mer motståndskraftigt mot torka.

¹⁹ Inom programmet erbjuds utbildning och matchningstjänster mellan ungdomar och rekryterande företag. Samarbetet engagerar över 350 företag i Kenya.

²⁰ Sida stödjer *Water Sector Trust Fund*, som arbetar med att förbättra tillgången till rent vatten och sanitet i Kenya, både på landsbygden och i städerna. Exempelvis byggs latriner på skolor. Enligt Världsbanken saknar också två tredjedelar av befolkningen tillgång till el och eltillförseln är mycket lägre på landsbygden än i städerna. Unicef arbetar i landet för att de allra mest utsatta, särskilt barn, flickor och unga kvinnor, ska få tillgång till förnybar el. Sida stödjer även satsningar inom *förnybar energi*, bland annat genom samarbete med näringslivet i form av challenge fund-projektet REACT samt genom att garantera banklån till privata energisatsningar.

Bredare relationer och näringslivssamverkan inom utvecklingssamarbetet

Det faktum att Sverige har en bred representation i landet bidrar till att skapa förutsättningar för att arbeta på plats med bredare relationer i Kenya. Sveriges ambassad, Swedfund, Näringslivets Internationella Råd (NIR) och Business Sweden finns på plats i landet, liksom mer än 50 företag med svensk anknytning. Utvecklingssamarbetet är stort och diversifierat. Även Sida har en utsänd som arbetar med myndighetens samarbeten med näringslivet. Kenya var även pilotland för regeringens satsning på bredare relationer 2016–2017.

En faktor som utmanar arbetet med bredare ekonomiska relationer är den utbredda korruptionen. Korruptionen i Kenya motsvarade 25 miljarder SEK år 2019. Svenska företag ser därför stora risker i försäljning till offentlig verksamhet.

Landets attraktivitet för svenska företag

Kenya är Östafrikas största och starkaste ekonomi samt regionens centrum för bl.a. finansiella tjänster och IKT. Eftersom Kenya ses som en ingång till många östafrikanska marknader har majoriteten av företagen huvudkontoret för sin verksamhet i olika delar av Afrika i just Nairobi.

Kenyas utvecklingsstrategi Vision 2030 inkluderar målet att landet ska vara ett medelinkomstland år 2030. I och med satsningen söker den kenyanska regeringen att genomföra ett antal reformer som syftar till att stimulera affärsklimatet i Kenya och främja utländska investeringar. Kenya har en kvalificerad arbetsstyrka och ett stabilt finansiellt regelverk. På grund av landets geografiska läge, goda internationella flygförbindelser och en djuphavshamn ses Kenya som ett regionalt center för investeringar och kommersiella satsningar i Östafrika. Dessa faktorer gör Kenya till en attraktiv marknad för svenska exportföretag.

Sverige bilden och intresset för det svenska erbjudandet – lokala aktörers perspektiv

Sverige har mycket goda relationer med Kenya, som sträcker sig tillbaka till Kenyas självständighet 1963. Den övergripande bilden av Sverige hos näringslivsaktörer i landet är god. Samtidigt är kunskapen om Sverige relativt begränsad, och svenska företag och produkter är ofta okända för allmänheten. Detta trots den relativt stora närvaron av svenska företag.

Lokala aktörer om bilden av Sverige

"Not many people know about Sweden. Scania used to be famous in Kenya, but you don't see them anymore."

Associationen till Sverige är framförallt den som givarland, som inte har en dold agenda. Intervjurespondenter indikerar att många kenyaner förknippar Sverige med jämlikhet, jämställdhet, kvalitet och pålitlighet. Potentiella bidragande faktorer till att Sverige bilden är positiv än idag är att Sverige stöttar Kenya i dess långsiktiga strategi Vision 2030 som är baserad på de ekonomiska, sociala och politiska pelarna. Sverige erkänner också att Kenya spelar en nyckelroll i regional fred och stabilitet.

Bland intressanta lösningar från Sverige nämner svenska respondenter framförallt förnybar energi, hållbara transporter och lösningar inom området hälsa. De lokala respondenterna, som möjligtvis i större utsträckning utgår från landets behov, efterfrågar i första hand investeringar inom tillverkningsindustrin, särskilt för förädling av jordbruksprodukter. Flera pekar också på behovet av att etablera fler och starkare partnerskap inom såväl jordbruksområdet som miljöteknik, konstruktionsarbete, IKT och system för allmän teknik- och kunskapsutveckling.

Lokala aktörer om intresset för det svenska erbjudandet

"UK is still Kenya's biggest trading partner. They maintain a relationship with Kenya through the relationships they established during colonialism. So, why should Sweden not be able to create trading relationships from the relationships in development cooperation?"

"Germans are aggressive providing machinery and create a sense of reliance and dependence for by ensuring access to spare parts and maintenance through local partnerships. Sweden is not as good at creating partnerships to ensure local outlets."

"Sweden needs to be more vocal and aggressive and market the country more. Other countries, like Turkey, organise expos and show how good they are. They create buzz around their products."

På den kenyanska marknaden finns stor konkurrens från andra länder som vill sälja sina varor och tjänster. Liksom i studiens övriga länder är dessa uppdelade i två läger: de

som likt Sverige erbjuder kvalitetsprodukter till ett högre pris (t.ex. Finland, Danmark, Storbritannien Nederländerna och Tyskland) respektive de som erbjuder produkter till lägre pris (t.ex. Kina och Turkiet). Exempel på konkurrentländer med avgränsning till enskilda branscher är Kina och Finland inom it och telekom samt USA inom läkemedelsindustrin. Flera intervjurespondenter upplever att Sverige inte är lika närvarande i sin kommunikation eller marknadsföring som dessa konkurrentländer. Inte heller har Sverige, enligt tillfrågade intervjurespondenter, varit lika bra som andra länder på att skapa strategiska partnerskap med lokala aktörer. T.ex. omnämns Tyskland som ett land som varit bra på att, utöver att exportera enskilda maskinprodukter, också sälja reservdelar och underhållstjänster på marknaden genom att etablera starka affärskontakter. Även Kina och Turkiet är kända för att komma med konkurrenskraftiga partnerskapserbjudanden. Av länderna i norra Europa upplevs Danmark och Holland vara särskilt duktiga på att finna synergier mellan utvecklingssamarbete och näringslivsfrämjande. Även Storbritannien menar respondenterna har lyckats väl med att upprätthålla sina handelsrelationer med Kenya, landet från kolonialtiden.

Landets utvecklingsutmaningar utifrån Agenda 2030

I Kenyas nationella rapport (2020) anges att den snabba befolkningstillväxten, och de utmaningar som den medför, negativt påverkar genomförandet av flera av hållbarhetsmålen. Detta innebär att även om andelen människor som lever i fattigdom har minskat det senaste decenniet, har antalet fattiga ökat.

Över en tredjedel lever fortfarande i fattigdom och saknar tillgodosedda grundläggande sociala och ekonomiska behov och möjligheter. Med coronapandemin har många företag och verksamheter stängt, vilket lett till förlorade arbetstillfällen, minskade inkomster för regeringen och ökad fattigdom. Regering noterar också att

pandemin särskilt drabbar kvinnor, både direkt och indirekt.²¹ Att nå målet avseende ingen hunger anges därför vara en av de största utmaningarna. Ett stort hinder för att uppnå målet är dålig infrastruktur på landsbygden, som försvårar både produktion och transporter inom lantbruket. Landet har även fortsatt stora utmaningar vad gäller att få på plats övrig grundläggande infrastruktur, såsom vägar, skolor, sjukhus, matförsörjning, vatten och energi.

Tillgång till modern, hållbar och tillförlitlig energi för alla är också en av huvudutmaningarna enligt rapporten, och ett grundläggande utvecklingshinder. Att investera i projekt inom förnybara energikällor och stabil elförsörjning skulle därmed bidra inte bara till målet, utan även kunna kopplas till projekt inom området vatten och sanitet – som också lyfts fram i rapporten som sektorer med stora utmaningar.²²

Potential för bredare ekonomiska relationer

Det finns goda möjligheter för att utveckla bredare relationer mellan Sverige och Kenya. Särskilt intressanta områden är hållbara transporter, jordbruk och förnybar energi. Dels kan ett ökat handelsutbyte gynna Kenya – genom kapacitetsbyggande för att bättre integrera landet i den internationella handeln och på så vis skapa fler arbetstillfällen, minskad fattigdom och förhoppningsvis även högre ekologisk resiliens. Dels kan det ökade handelsutbytet bli gynnsamt för svenska företag som redan tydligt visat intresse för att etablera sig på den växande marknaden. Företagen kan dock behöva bli mer synliga för att kunna stå sig väl i den internationella konkurrensen. Närmare samarbete mellan svenska aktörer kring upplägget för bredare relationer kan potentiellt bidra till att öka företagets synlighet i sammanhang som går väl ihop med värdena för det svenska varumärket.

²¹ National Treasury and Planning State Department for Planning (2020) *Second voluntary national review on the implementation of the sustainable development goals*
https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26360VNR_2020_Kenya_Report.pdf hämtad 2021-01-13

²² National Treasury and Planning State Department for Planning (2020) *Second voluntary national review on the implementation of the sustainable development goals*
https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26360VNR_2020_Kenya_Report.pdf hämtad 2021-01-13

Rwanda

Befintliga relationer inom bistånd och handel

Trots en stark ekonomisk tillväxt är Rwanda ett av världens fattigaste länder. Den politiska situationen präglas av folkmordet mot tutsier 1994, och försoningsprocessen pågår fortfarande.²³ Sveriges export till Rwanda är mycket liten – minst i jämförelse med de övriga länderna i studien och består främst av datorer, elapparatur och kemiska produkter. Importen till Sverige från Rwanda, som marginellt överskrider exporten, består av jordbruksprodukter, framförallt kaffe och te. Trots att volymerna är låga, kan det noteras att exporten från Sverige för fem år sedan överskred importen från Rwanda. Flera svenska företag har verksamhet i Rwanda, t.ex. ABB, Voith Hydro, Metrum, Sweco, PLS Energy, Ericsson och Absolicom. Hösten 2018 anordnade handelskammaren Sweden Africa Chamber, i samarbete med Rwandas Private Sector Federation och Rwanda Development Board, en företagsdelegation till landet för näringslivsaktörer som erbjuder urbana hållbarhetslösningar relevanta för marknaden. Planer finns på att anordna ytterligare en sådan hållbarhetsdelegation till landet 2021.

Sveriges utvecklingssamarbete med Rwanda syftar till att stärka demokratin, miljöarbetet, främja respekten för mänskliga rättigheter och bidra till ökad sysselsättning i landet. Det långsiktiga biståndet styrs av Strategi för utvecklingssamarbetet med Rwanda 2020–2024 till vilken är knutet 1,25 miljarder kronor. Strategins tre huvudområden är mänskliga rättigheter, demokrati, rättsstatens principer och jämställdhet; miljömässigt hållbar utveckling; samt inkluderande ekonomisk utveckling.

Inom målområdet miljömässigt hållbar utveckling arbetar man för förbättrade förutsättningar för en effektiv och hållbar användning av naturresurser, för ökad klimatanpassning och för att bevara och rehabilitera ekosystem och biologisk mångfald. Vissa insatser syftar även till att öka tillgången till förnybar energi och att åstadkomma högre energieffektivitet. Miljö- och

klimatfonden Fonerwa stödjer projekt som genomförs av organisationer, myndigheter och företag, som verkar för miljömässigt hållbar utveckling.

Inom målområdet inkluderande ekonomisk utveckling vill man bidra till förutsättningarna för, och ökad tillgång till, produktiv sysselsättning med anständiga arbetsvillkor, hållbart företagande och mikrokrediter för fattiga och marginaliserade grupper.

Därutöver erhåller Rwanda stöd inom ramen för Strategi för forskningssamarbete och forskning inom utvecklingssamarbetet 2015–2021. Sverige finansierar huvudsakligen utvecklingen av University of Rwandas utbildning av studenter på magister- och doktorandnivå inom områden som miljö och klimat, innovation, hälsa, freds- och konfliktforskning samt hållbar ekonomisk utveckling.

Bredare relationer och näringslivssamverkan inom utvecklingssamarbetet

Sveriges ambassad i Kigali är en liten ambassad som arbetar integrerat med bistånd och främjande. Den nya strategin för utvecklingssamarbete utgör en bra grund för att bygga bredare relationer. Ambassaden identifierar särskilt goda förutsättningar för arbetet i relation till utvecklingsstrategins område miljömässigt hållbar utveckling.

Ett exempel på en aktivitet som har bäring på bredare relationer i Rwanda är att Swedfunds projektaccelerator finansierat en förstudie för att installera ett avfallshanteringssystem. Projektacceleratorn undersöker också kollektivtrafiklösningar med bussar som drivs av biobränsle. Förhoppningen är att förstudierna ska leda till mer hållbara upphandlingar från Rwandas håll, vilket kan gynna svenska företag.

Ambassaden har tagit fram en kartläggning av landets SI- och Sida-alumner för att kunna aktivt samarbeta med dessa inom ramen för bredare relationer.

²³ Utvecklingssamarbete - Sweden Abroad

Attraktivitet för svenska företag

Rwanda har haft en god ekonomisk utveckling under de senaste åren, och gjort omfattande investeringar i bl.a. utbildning och infrastruktur. Den årliga BNP-tillväxten har det senaste decenniet legat på mellan 6 och 10 procent. Det är framförallt offentliga investeringar och den snabba utvecklingen inom byggsektorn, tillverkningssektorn och jordbruket som ligger bakom dessa resultat. Den goda ekonomiska utvecklingen torde göra Rwanda till en attraktiv marknad för svenska exportföretag.

Den rwandiska ekonomin baseras framförallt på jordbruk, export av te och kaffe, samt turism. Jordbruk är den huvudsakliga ekonomiska aktiviteten för det rwandiska folket, som direkt sysselsätter två tredjedelar av den totala befolkningen, men mer än 80 procent av befolkningen lever av självförsörjande jordbruk. Gruvsektorn är också en pelare i ekonomin: landet är en av de största producenterna av tantal, som bl.a. används inom mobiltelefonstillverkning.

Sverigebilden och intresset för det svenska erbjudandet – lokala aktörers perspektiv

Sverige är inte särskilt känt i Rwanda, vare sig som biståndsaktör eller som handelspartner. Rwanda är väldigt månt om att inte bli biståndsberoende och satsar därför främst på att bygga ekonomiska relationer med omvärlden. I allmänhet ses Sverige som ett fredligt och rikt land. Personer med viss kännedom ser främst Sverige som en potentiell investerare, men även som en pålitlig handelspartner, som kan erbjuda högteknologiska lösningar exempelvis inom området miljöteknik. Några respondenter känner även till SI-stipendier för akademiska studier i Sverige och att Sverige erbjuder bra utbildning och forskning.

Få svenska produkter är synliga på marknaden i Rwanda, eller så känner respondenterna inte till att de kommer från Sverige.

Lokala aktörer om bilden av Sverige

“It is typically Swedish to act without letting people know much about it. Sweden keeps a very low profile in Rwanda and elsewhere. The country would benefit from making more noise. For example, business delegations attract media attention that can strengthen the perception of a country.”

“I have been to Sweden several times, but I actually don't know of any Swedish product in Rwanda.”

Rwanda har medvetet studerat andra länder för att få en bättre placering i Världsbankens index ‘Doing Business Indicators’ och lyckats hamna på andra plats bland de afrikanska länderna. Framförallt vill man attrahera utländska investeringar inom de områden som Rwanda behöver för att utveckla sin ekonomi.

Inom det svenska erbjudandet framstår svensk kompetens och innovationskraft inom miljöteknik som särskilt intressant. Rwandas miljöminister reste under 2019 till Sverige, för att främja den bilaterala relationen inom just detta område. Inom området miljöteknik är framförallt Tyskland en stor konkurrent. För stora infrastrukturprojekt har Kina större marknadsandelar, men inte i lika stor utsträckning som i övriga Afrika. Även Korea och Japan är konkurrenter. I jämförelse med dessa länder har Sverige en fördel i att landet ses som en tillförlitlig handelspartner och har kompetens för att strategiskt kunna kombinera export med kapacitetsbyggande.

Lokala aktörer om intresset för det svenska erbjudandet

“Swedes don't just sell products; they complement the products with capacity building. They listen and do not have a hidden agenda.”

“[There is an interest in Swedish solutions for] greentech, but Sweden is very new in Rwanda. More MoUs are needed, more collaboration between Business Member Organisations. The delegation last year was a boost.”

Landets utvecklingsutmaningar utifrån Agenda 2030

Rwanda är en av de snabbast växande ekonomierna i Afrika. Det är också Afrikas mest tätbefolkade land, och alltjämt ett av världens fattigaste länder. Arbetslösheten är hög och mer än 25 procent av befolkningen i arbetsför ålder, majoriteten kvinnor, är sysselsatta i jordbruket.

Landets övergripande mål för att nå hållbar utveckling är att bekämpa fattigdom och öka den ekonomiska tillväxten. För att nå detta, avser regeringen öka antalet nya arbeten med goda villkor. Rwanda är också hårt drabbat av klimatförändringar (torka och översvämningar) och miljöförstöring (avskogning för bränsle), vilket särskilt drabbar landsbygden och försvårar

fattigdomsbekämpningen. Ett mål är därför att ha en grön, tillförlitlig och modern energi till 2050.²⁴

Regeringen i Rwanda agerade snabbt mot spridningen av covid-19. De industrier som påverkats mest av restriktioner och nedstängning under coronapandemin är flyget, turismen, jordbruket, tjänstesektorn, gruvnäringen och fisket.²⁵ Merparten av aktiviteterna i den informella ekonomin har stannat av som ett resultat av nedstängningen, vilket innebär att personer med otrygga jobb har drabbats hårt.

Potential för bredare ekonomiska relationer

Sett till Rwandas regerings tydliga prioritering av fattigdomsbekämpning och att få tillgång till en modern och hållbar energiförsörjning, bör de områden som har störst potential att bidra till en hållbar ekonomisk, social och miljömässig utveckling i landet ha som utgångspunkt att vara arbetsskapande eller bidra till omställningen till hållbar energi. Utöver energisektorn, däribland förnybar energi, off-grid-lösningar och effektivitetsförbättring, finns potential för bredare ekonomiska relationer mellan Sverige och Rwanda inom exempelvis sektorerna för hållbara transporter, avfallshantering, IKT och jordbruk/livsmedel.

²⁴ United Nations Rwanda (2018) *Rwanda, UNDAF II – the United Nations Development Assistance Plan 2018-2023* <https://rwanda.un.org/en/1236-undaf-ii-united-nations-development-assistance-plan-2018-2023> hämtad 2021-01-13

²⁵ International Labour Organization (2020) *COVID-19 and the world of Work, Country policy responses Rwanda* <https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/regional-country/country-responses/lang--ru/index.htm#RW> hämtad 2021-01-14

Tanzania

Befintliga relationer inom bistånd och handel

Sveriges handel med Tanzania har hittills varit blygsam och karaktäriseras av ett svenskt handelsöverskott. Exporten till Tanzania består främst av telekomutrustning, pappersprodukter, energisystem samt lastbilar och bussar. Tanzanias export till Sverige ligger på en låg nivå och består främst av kaffe, men även vissa industriprodukter. Som turistland är Tanzania uppskattat av allt fler svenskar, inte minst Zanzibar, Kilimanjaro och nationalparken Serengeti. Både exporten och importen har legat på väsentligt oförändrade nivåer under de senaste åren.

Ett växande antal svenska företag finns aktiva i Tanzania inom flera olika sektorer som bl.a. turism, transport och energi. Scania har varit etablerat i landet i över 30 år. Ericsson har ett omfattande engagemang inom mobilsystem i Tanzania. Även Sandvik och Atlas Copco har verksamhet i landet. På Zanzibar verkar några mindre svenska företag inom möbeltillverkning och turism, svenska turistföretag går även att finna i Arusha.

Biståndet till Tanzania regleras i Strategin för Sveriges utvecklingssamarbete med Tanzania 2020–2024. Landet har under flertalet år varit en av de främsta mottagarna av svenskt bistånd. I strategin för 2020–2024 har dock stödet minskats med ca 20 procent jämfört med tidigare. Strategin har fokus på demokrati, mänskliga rättigheter, jämställdhet, inkluderande ekonomisk utveckling, utbildning, miljö och klimat. Det ligger relativt väl i linje med vad Tanzania uttryckt som landets egna prioriteringar utifrån de globala målen, nämligen att minska fattigdomen, bekämpa klimatförändringar, skydda hav och marina resurser, skydda ekosystem och biologisk mångfald samt etablera partnerskap för hållbar utveckling.²⁶

Flera av Sveriges biståndsinsatser kan ha bäring på bredare relationer. Inom kategorin sysselsättning och social trygghet stödjer Sida exempelvis flera insatser för att utveckla jordbrukssektorn. Genom en garanti bidrar

Sida även till Private Agricultural Sector Support (PASS) som bistår jordbrukare i att ta fram affärsplaner. PASS erbjuder även kommersiella lån till marknadsmässiga räntor, som i vissa fall kan ersätta utnyttjande av dyra kortsiktiga lån i den informella sektorn. Inom miljö och klimat stödjer Sida arbetet med att öka tillgången till el på landsbygden, både genom att bygga nya elnät, förtäta de kraftnät som redan finns och stödja småskalig elproduktion. Fokus ligger på förnybar energi. Världsnaturfonden (WWF) driver flera projekt i Tanzania, där återplantering och skogsskydd används som ett sätt för människor att försörja sig.

Bredare relationer och näringslivssamarbete inom utvecklingssamarbetet

Tanzania har ingått som ett pilotland i regeringens satsning på bredare relationer sedan begynnelsefasen. Den nuvarande strategin för utvecklingssamarbete med Tanzania syftar till att bredda relationerna bortom biståndet, där handel och investeringar förutses få ökad betydelse. Arbetet med bredare relationer har huvudsakligen bedrivits utifrån det exportfrämjande perspektivet och är fokuserat på de områden som har störst potential för svenska företag i skärningspunkten mellan biståndet och främjandet.

Energisektorn har varit ett naturligt fokusområde givet det stora biståndet kombinerat med utbudet av svenska företag. Ambassaden har arbetat för att stärka och öka användandet av hållbara upphandlingar. Specifikt har detta inneburit initiativ för att stärka perspektivet för livscykelkostnad i upphandlingar i energisektorn, där ett Sida-finansierat uppgraderingsprojekt av ett vattenkraftverk (Hale) utgjort huvudfokus.²⁷

Sveriges ambassad har nyligen inlett ett samarbete med Kommerskollegiums initiativ Open Trade Gate Sweden (OTGS), för att undersöka efterfrågan på att stärka

²⁶ FN (2019) *Voluntary National Review (VNR) 20219 Empowering people and ensuring inclusiveness and equality*
https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/23429VNR_Report_Tanzania_2019_FINAL.pdf hämtad 2021-01-14

²⁷ Syftet har varit att stärka förutsättningarna för projektet att maximera utvecklingseffekterna genom att förskjuta fokus i upphandlingen från investeringskostnaderna till en så hållbar och effektiv investering som möjligt.

Detta har gjorts genom att, i samarbete med den tanzaniska energimyndigheten Tanesco och externa konsulter, identifiera kriterier för att premiera den kostnadsvinst över projektets livscykel som mer hållbara lösningar leder till. I Hale-upphandlingen fanns det en svensk underentreprenör med i det konsortium som vann upphandlingen, men kunde inte slutföra kontraktförhandlingarna och den svenska entreprenören gick miste om en affär om ca 300 MSEK

kompetensen i Tanzania inom export till Sverige och övriga EU²⁸, ²⁹.

Landets attraktivitet för svenska företag

Tanzania har haft en stark tillväxt de senaste åren med en genomsnittlig BNP-utveckling på 6,5 procent under det senaste decenniet. Det som framförallt drivit den positiva utvecklingen är en hög grad av export av naturresurser, utveckling inom telekommunikation, transport, finans, turism, offentliga investeringar i infrastruktur och energi samt hushållens ökande konsumtion. Andra betydelsefulla sektorer i landet är industrin (tillverkning och bearbetning), gruvidriften, tjänstesektorn och turismen. Transport, logistik, finans- och försäkringsverksamhet samt IKT är de sektorer som växer snabbast.

Jordbruket är den viktigaste näringen i Tanzania, även om sektorns bidrag till ekonomin gradvis minskar. Jordbruket står för 28,7 procent av landets BNP, sysselsätter 66 procent av arbetskraften och står för huvuddelen av landets export.

Att affärsklimatet i Tanzania och nivån på landets ekonomiska utveckling successivt försämrats³⁰ är troligtvis de främsta hindren för svenska investeringar i, och handel med, landet. Den tanzaniska regeringens reformagenda har lett till osäkerhet inom den privata sektorn, vilket i sin tur haft en negativ effekt på investeringar och företagande. De myndigheter vars ansvarsområden påverkar svenska företag (immigration, skatt, tull, telekom) står under press att ändra sina arbetssätt för att bli mindre korrupta och mer effektiva, men få förbättringar observeras. Tanzania ligger fortsatt i den nedre delen av Världsbankens Ease of Doing Business-rankning.³¹ Många företag i Tanzania beskriver ett besvärligt affärsklimat med komplicerade tillståndprocesser, svårigheter att få betalt, oklara upphandlingsförfaranden och utdragna rättsprocesser.

Sverige bilden och intresset för det svenska erbjudandet – lokala aktörers perspektiv

Bland personer som känner till Sverige lite bättre ses landet som en tillförlitlig partner, utan någon dold agenda och utan ett förflutet som förknippas med kolonialstyre. Många i Tanzania känner till den goda relationen mellan Olof Palme och det självständiga Tanzanias första regeringschef Julius Nyerere.

Sedan 1960-talet har Tanzania varit ett av Sveriges största biståndsländer. Biståndet har framförallt kanaliserats genom Sida och civilsamhällsorganisationer, och det har färgat Sverige bilden. Det har bidragit till bilden av Sverige som ett rikt och frikostigt land. Sida är framförallt känt för att ha byggt skolor och sjukhus och är känt för sitt arbete inom jämställdhet. Generellt förknippas svenska varor och tjänster med hög kvalitet och hållbarhet, men till höga priser.

Representanter inom Tanzanias näringsliv upplever Sverige som frånvarande. Några få svenska varumärken är kända, såsom Scania (bussar), men deras högkvalitativa och dyrare produkter har under senare år bytts ut av billigare, ofta kinesiska, alternativ. IKEA är välkänt, trots att företaget aldrig haft distribution i Tanzania. Många känner till företagets koncept kring hållbarhet och kostnadseffektivitet och hävdar att bolaget har en marknadspotential i landet.

Lokala aktörer om bilden av Sverige

"Swedish people are too worried about competition. Do grab the opportunities, look at the free trade agreement! [...] Sweden has never been colonialists and Tanzanian people trust Sweden.

Build on those relationships."

"I cannot see any Swedish products or services here. Swedish people are very reserved and perceived as just wanting to do good."

"We saw a lot of tech startups in Sweden. They were more focused on sustainable solutions rather than becoming billionaires."

Från landets aktörer efterfrågas i första hand investeringar som kan leda till ökad produktion, export och sysselsättning. Det innebär att det finns en efterfrågan på kunskap, innovation och teknologi för att, i linje med internationell standard, förbättra kvaliteten på produkter som tas fram inom exempelvis tillverknings-, fiske- och skogsindustrierna. Även miljöteknik, såsom hållbara lösningar för energisektorn, transportsektorn och avfallshantering efterfrågas. Den kapacitetsutveckling som överföringen av teknik och kompetens för med sig förväntas i förlängningen bidra till att minska fattigdomen i Tanzania.

²⁸ OTGS besökte Tanzania både 2018 och 2019 i syfte att utvärdera förutsättningarna för samarbetet med Tantrade (Tanzanias exportfrämjande myndighet) och intresset från tanzaniska företag. Slutsatsen från besöken var att behovet finns, men att förutsättningarna för ett samarbete ännu inte är de rätta

²⁹ Sveriges ambassad i Dar es Salaam (2020) *Återrapportering om bredare relationer*.

³⁰ <https://www.sida.se/sida-i-varlden/tanzania>

³¹ Doing Business (2019) *Ease of Doing Business Index* <https://www.doingbusiness.org/en/rankings> hämtad 2020-12-15

Den enskilt största konkurrenten till Sverige och övriga länder med handels- och utvecklingsrelationer med Tanzania är Kina. Anledningarna är flera, bl.a. erbjuder Kina lösningar till låga priser samt att det finns utarbetade stödpaket från den kinesiska staten att tillgå. Kina arbetar, till skillnad från Sverige, efter principen bundet bistånd och ser nu effekterna efter att ha investerat i samhällelig infrastruktur i många afrikanska länder, inte bara Tanzania.

När det kommer till konkurrenter med erbjudanden som är mer snarlika Sveriges, som representerar produkter och tjänster med högre kvalitet till ett högre pris, är Danmark och Tyskland framträdande. Inte minst bedöms dessa länder ha lyckats bra med att nyttja kontakter som uppbyggts genom utvecklingssamarbetet.

Lokala aktörer om intresset för det svenska erbjudandet

“We are specifically focusing on investment in areas which will contribute to job creation, productivity, value-addition and export, for example within the agroindustry, textile industry, pharmaceutical industry, and leather-making”

“When you ask about Agenda 2030, I must admit that we are not yet thinking of ‘Agenda 2021’. We are a poor country and people are more focusing on getting food on the table than on sustainability. Pressure from Swedish business partners combined with aid can be powerful, though.”

“You are a very small market, and your population is not growing. We rather want you to come here and invest, so we can export worldwide.”

Landets utvecklingsutmaningar utifrån Agenda 2030

Tanzania har haft en positiv ekonomisk utveckling under senare år, men är alltså mycket fattigt. Av de globala målen är ingen fattigdom landets prioritering för arbetet för att nå en hållbar utveckling. Andra mål, inom vilka landet identifierar att de har störst utmaningar och störst behov av internationellt stöd är bekämpa klimatförändringar, hav och marina resurser, ekosystem och biologisk mångfald, och partnerskap.³²

Teknologiöverföring och innovativa lösningar efterfrågas inom en rad olika områden, men särskilt med avseende på att bekämpa klimatförändringar och på området partnerskap. Klimatförändringarna i Tanzania drabbar både miljön och människorna hårt, och även om en rad åtgärder har vidtagits på området, anges att de behöver innovativt och tekniskt stöd för att öka kunskap och kapacitet att hantera klimatförändringar. Ett stort behov finns även av teknisk kunskap inom förnybar och hållbar energi. Investeringar i energisektorn skulle kunna skapa viktiga utvecklingseffekter (också) i Tanzania.

Även för målet om partnerskap, som är avgörande för genomförandet av Agenda 2030, efterfrågas såväl tekniskt kunnande som innovativa instrument för samverkan mellan aktörer. Även här skulle Sverige kunna bidra till att stärka landets tekniska och innovativa kapacitet.

Potential för bredare ekonomiska relationer

Tre områden har identifierats där det bedöms finnas stor potential att stärka främjandet för att öka handelsutbytet mellan Sverige och Tanzania, förbättra Tanzanias förutsättningar att bättre integreras i den internationella handeln och stödja landet i att uppnå de globala målen. Dessa områden är inom energisektorn, jordbrukssektorn och skogsbrukssektorn. De svenska lösningar som är särskilt relevanta för breddade och fördjupade samarbeten är inom områden som är riktade mot hållbarhet. Särskilt inom energi- och skogsbrukssektorerna stämmer svenska och tanzaniska aktörers prioriteringar mycket väl överens, både sett till vad som uppgetts i intervjuer och vad som står att läsa i rapporteringar kopplade till landstrategin och Agenda 2030. Det finns indikationer från intervjuer på att det kan finnas potential i att tydliggöra hållbarhetskriterier om miljö, jämställdhet, kapacitetsutveckling, säkerhet, osv., i upphandlingar, särskilt inom energisektorn, istället för att enbart förlita sig på ISO-certifikat. Det för att ge svenska företag bättre möjlighet att inkluderas i samarbetsprojekt,

Därutöver prioriteras innovativa och hållbara lösningar för tillverkningsindustri samt jordbruk av många intressenter. Ett exempel på ömsesidigt fördelaktiga lösningar här är svensk teknologi och svenska tillverkningskomponenter som kan leda till förädling av kaffe, som istället för att exporteras som orostade bönor kan säljas som frystorkat snabbkaffe.

³² FN (2019) *Voluntary National Review (VNR) 20219 Empowering people and ensuring inclusiveness and equality* hämtad 2021-03-24

Bangladesh

Befintliga relationer inom bistånd och handel

Sveriges *import* från Bangladesh är stor och består framförallt av kläder och textilvaror. Av ILO:s Decent Work-rapport framgår att landet under senare år har gjort framsteg med att förbättra textilarbeters arbetsvillkor och rättigheter, men att detta är ett område som fortfarande behöver prioriteras.

Sveriges *export* till Bangladesh är betydligt mindre och består idag till största delen av avfallshanterings- och återvinningstjänster, pappersvaror samt maskiner och elektronik. Sett till behoven avseende en hållbar stadsutveckling och de utmaningar som finns med avfall och återvinning kan näringslivet bidra till en positiv och hållbar miljömässig utveckling genom ett utökat samarbete inom dessa områden.

Svenskt utvecklingssamarbete med Bangladesh inleddes 1971. I december 2020 antogs en ny strategi för utvecklingssamarbete med Bangladesh för perioden 2021–2025 till vilken 1,75 miljarder kronor är knutna. Strategin stärker Sveriges långsiktiga engagemang för utveckling i Bangladesh inom fyra områden: inkluderande ekonomisk tillväxt; demokrati, mänskliga rättigheter, rättsstatens principer och jämställdhet; hälsa och SRHR; samt klimat och miljö. Sverige kommer också fortsättningsvis att engagera sig för nära en miljon rohingya-flyktingars välfärd i landet och för kapacitetsbyggnad i de flyktingmottagande samhällena.³³

Utvecklingssamarbetet fram till 2020 har haft ett starkt fokus på att skapa bättre förutsättningar för fattiga människor att ta del av landets ekonomiska utveckling.³⁴ Strategin uppmuntrade aktivt innovativa upplägg för

samarbeten och finansiering, också med aktörer inom den privata sektorn.³⁵

Bredare relationer och näringslivssamverkan inom utvecklingssamarbetet

Även Bangladesh ingick i regeringens pilotsatsning på bredare relationer. Sveriges ambassad i Dhaka arbetar både proaktivt med företag och med att främja Sverige-bilden och svenska värderingar med en bredare ansats. Flera svenska företag finns på plats i Bangladesh och deras inriktning och intressen sammanfaller väl med såväl Sveriges politiska prioriteringar som lokala utvecklingsbehov. Sektorer där det bedöms finnas särskild potential för att finna synergier mellan främjandet och utvecklingssamarbetet är *textilindustrin* (miljö-, klimat- och arbetsrättsliga frågor), *energisektorn* (förnybar energi), *vatten och sanitet* samt *digitalisering* (mjukvarulösningar för effektiviserad styrning).³⁶ För närvarande samarbetar ambassaden och Business Sweden kring ett projekt som syftar till att ge stöd till mindre svenska teknikbolag, som genom att börja exportera skulle kunna svara mot omställningsbehoven i Bangladesh. Ett antal svenska företag och fackföreningar i Bangladesh är också med i Global Deal. Ömsesidigt samarbete och framsteg på området arbetsrättigheter väntas kunna bana väg för breddade ekonomiska relationer mellan Sverige och Bangladesh.

För arbetet med bredare relationer i Bangladesh finns sektoröverskridande utmaningar, såsom svårförutsägbarhet, bristande transparens och korruption. Affärsklimatet missgynnas av bl.a. ineffektiv byråkrati, icke-transparenta processer och en ojämn spelplan, där inhemska industrier vinner marknadsandelar över

³³ Utrikesdepartementet (2020) *Regeringen beslutar idag om ny strategi för Sveriges utvecklingssamarbete med Bangladesh*
<https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2020/12/regeringen-beslutar-idag-om-ny-strategi-for-sveriges-utvecklingssamarbete-med-bangladesh/> hämtad 2020-12-22

³⁴ Biståndet har tidigare reglerats av *Resultatstrategi för Bangladesh 2014–2020*. Prioriterade insatser för stödet har handlat om krisförebyggande åtgärder, klimat och miljö, sysselsättning och ekonomisk utveckling, demokrati, jämställdhet, mänskliga rättigheter och hälsa (inklusive sexuella och reproduktiva rättigheter). Sida (2020) *Utvecklingssamarbete i Bangladesh*
<https://www.sida.se/Svenska/lander/Asien/Bangladesh/Vart-arbete-i-Bangladesh/> hämtad 21 oktober 2020

³⁵ Ett exempel på en framgångsrik stödsats, som genomfördes genom ett samarbete mellan den bangladeshiska mjölkbolaget PRAN, Tetra Pak, UNIDO och Sida, syftade till att stödja ekonomiskt utsatta bönder genom att stärka den lokala värdekedjan inom mjölkindustrin. Genom utbildning och förbättrade industrianläggningar och infrastruktur lyckades projektet åstadkomma en genomsnittlig inkomstökning på 137 procent för de tusentals mjölkbönder som deltog i projektet. Sida's Private Sector Collaboration Opportunities for improving, scaling and diversifying methods for partnerships with the private sector, Åsa Jarskog, Carolina von Schantz, Cecilia Ljungman, Petter Nordqvist, 2019.

³⁶ Enligt inspel från Sveriges ambassad.

internationella bolag på grunder som inte är konkurrensbaserade. Teckning, och upprätthållande, av registreringar och licenser är tidskrävande och regelverket för nyetableringar föråldrat. Företag upplever även svårigheter kopplade till att repatriera vinster. I nuläget saknar Bangladesh ett frihandelsavtal med EU – något som skulle underlätta handeln avsevärt.

Attraktivitet för svenska företag

År 2015 uppgaderade Världsbanken Bangladeshs status från ett av världens minst utvecklade länder till ett medelinkomstland. BNP per person är 1 698 USD och 2019 var BNP-tillväxten hela 8,2 procent. Den viktigaste sektorn för landets ekonomi är tillverkningsindustrin, men även jordbruket spelar en betydande roll. Kläindustrin står för cirka 80 procent av landets exportintäkter och har bidragit till ökad sysselsättning, inte minst bland kvinnor. Lönenivåerna är dock mycket låga, vilket gett upphov till återkommande strejker. Trots den starka tillväxten kvarstår stor fattigdom i Bangladesh. Korruption, ineffektivitet och bristfällig infrastruktur hämmar utvecklingen och påverkar landets attraktivitet för handel negativt. En annan påverkande faktor är det stora beroendet av bistånd även om det på senare år har minskat något, delvis tack vare förbättrad livsmedelsförsörjning – ett område som är känsligt för de återkommande naturkatastrofer som landet drabbas av.³⁷

Remitteringar från utlandsarbetande bangladeshier är den viktigaste källan till utländsk valuta i landet. Utländska direktinvesteringar har emellertid ökat det senaste decenniet, särskilt från Kina. Mycket av resurserna kanaliseras in i energisektorn, där nya elkraftverk och kärnkraftverk håller på att byggas. Resurserna kanaliseras också in i transportområdet, exempelvis till motorvägar, en tunnelbana i Dhaka och en djupvattenshamn i Sonadia.³⁸ Den positiva utvecklingen inom energi och infrastruktur kan vara positiva faktorer för landets attraktivitet för internationell handel.

Sverige bilden och intresset för det svenska erbjudandet – lokala aktörers perspektiv

Sverige bedöms vara relativt okänt i Bangladesh, även om fler känner till Norden eller Skandinavien, vilka tenderar förknippas med hållbarhet. Sverige syns till viss del i biståndssammanhang genom samarbeten med icke-statliga aktörer, men till en liten del i näringslivssammanhang. Få svenska företag är kopplade till Sidas insatser, men arbetar

med hållbarhetsfrågor enligt sina egna strategier. Eftersom de flesta svenska företagens verksamheter på plats är B2B riktas få större marknadsföringskampanjer mot allmänheten. Enligt den nordiska handelskammaren i Bangladesh är kunskaperna om Sverige bland bangladeshiska företag som är intresserade av att exportera till norra Europa små. Personer som känner till Sverige är ofta anställda i fabriker som producerar för svenska företag eller har studerat i Sverige.

Lokala aktörer om bilden av Sverige

"About 30 percent of the Bangladeshi women are active on the open [labour] market. We talk about higher level employment and hold Sweden as an example of this."

"Swedish companies are conscious of equity and equality – they work actively with this. Swedish brands have an enormous impact regarding social equality."

"When we talk about innovation in Bangladesh, we look at the Nordic countries."

"Sweden is known for anti-corruption and a clean image. Swedish companies are working with high ethical standards."

Sverige syns en del genom Sida som framförallt samarbetar med icke-statliga aktörer. Däremot sprids Sverige bilden till stor del av de stora svenska bolag som producerar konfektion i Bangladesh, särskilt klädföretagen. Intervjuer med näringslivsrepresentanter i landet visar att synen på konsekvenserna av detta är delad. Å ena sidan förekommer ofta den positiva bilden av att företagen bidrar med investeringar, arbetstillfällen och kapacitetsutveckling i landet. Å andra sidan finns samtidigt vissa uppfattningar om att produktionsbolagen står för långsiktigt ohållbara affärskoncept som bygger på konsumtion av varor som producerats av lågbetald arbetskraft och med hög miljöbelastning. De svenska företagen har gjort det tydligt vilken standard som måste upprätthållas och kraven kan vara hårda, trots att lönerna är låga.

Bland personer med en etablerad relation till Sverige, t.ex. efter genomförda utlandsstudier eller anställning hos en svensk arbetsgivare, präglas Sverige bilden av ett nära förhållningssätt till naturen och fokus på hållbarhetsfrågor. Kännedom om svenska principer avseende jämställdhet och jämlikhet varierar. För närvarande är ungefär 30

³⁷ Utrikespolitiska institutet (2020) *Bangladesh*
<https://www.ui.se/landguiden/lander-och-omraden/asien/bangladesh/> hämtad 2020-12-16

³⁸ Utrikespolitiska institutet (2020) *Bangladesh*
<https://www.ui.se/landguiden/lander-och-omraden/asien/bangladesh/> hämtad 2020-12-16

procent av kvinnorna i Bangladesh inkluderade på den fria arbetsmarknaden, men få besitter högre positioner. Vissa ser Sverige som ett föregångsland på området.

På exportsidan kännetecknas det svenska erbjudandet, även i Bangladesh, av hög kvalitet till ett högt pris. Sverige ses som en – om än avlägsen – tillförlitlig och välvillig handelspartner. Inte minst bidrar de nordiska ländernas gemensamt till att synliggöra vikten av arbetet med Agenda 2030. Lokala aktörer lyfter framförallt lösningar som kan utveckla teknologi, säkerhet och bidra till en effektiviserad och mer hållbar produktion som viktiga i det svenska erbjudandet. ABB:s transformatorer som kan bidra till ökad energieffektivisering och teknik för förbättrad vattenhantering inom textilindustrin som H&M implementerat med stöd från Sida utgör goda exempel.

Lokala aktörer om intresset för det svenska erbjudandet

”Sweden is rich in waste management and waste recycling technology, so in this field, Sweden can focus and develop the waste management [in Bangladesh] and develop full supply chains, that help both countries.”

”We have some work to do with trade in terms of logistics, such as developing the ports. Sweden could come in with innovative solutions here. There are a lot of opportunities existing there.”

”The lack of trade agreement is hurting the import from Sweden. There could be a better balance, with products and services also being imported from Sweden to Bangladesh.”

Det finns i Bangladesh även en önskan att utöver tillverkningsprodukter börja exportera mer tjänster, t.ex. på ingenjörssidan. Sverige ses av vissa som ett land som inom en snar framtid skulle kunna komma att konsumera bangladeshiska tjänster till konkurrenskraftiga priser – eller ge stöd för att utveckla dem. Det skulle kunna bidra till att diversifiera Bangladeshs exportportfölj.

Det finns en stor priskänslighet bland målgrupper för export till Bangladesh, vilket kanske inte förvånar i och med att landet självt konkurrerar med låga priser. Därför är det framförallt länder som kan erbjuda teknik till låga priser, som t.ex. Japan (som samarbetar nära med den bangladeshiska regeringen), Kina och Turkiet, som lyckas

särskilt väl med export till landet. Även USA och Indien (inom fordonssektorn) samt Tyskland, Nederländerna och Danmark nämns som konkurrenter med mer likartade erbjudanden som Sverige, men med större synlighet i handelssammanhang. Tyskland har skapat en konkurrensfördel genom att leverera elektroniska handelslicenser, s.k. “trade passports”. På tjänstesidan är Singapore en ledande konkurrent.

Landets utvecklingsutmaningar utifrån Agenda 2030

I Bangladesh nationella rapport till FN:s högnivåmöte om hållbar utveckling HLPF 2020 anges det att trots att andelen människor som lever i fattigdom har minskat, ökar alltjämt ojämlikheten i landet.³⁹ Med coronapandemin har situationen förvärrats än mer. Landet har mer än 50 miljoner arbetare i den informella sektorn och en uppskattning visar att 25 procent blivit “new poor”.⁴⁰ De ekonomiska effekterna av coronapandemin riskerar även att drabba utvecklingen av mänskliga rättigheter för arbetstagare och öka förekomsten av barnarbete. Företag verksamma i landet behöver noga följa utvecklingen inom de olika sektorerna för att se hur krisen slår mot kvinnor och män verksamma inom dem. Svenska företag kan också bidra till en positiv förändring genom att delta i social dialog genom Global Deal för att säkerställa att arbetstagares rättigheter tas tillvara. I samarbete med ILO arbetar nu Bangladeshs regering med olika program för att begränsa påverkan av coronapandemin.⁴¹

Livsmedelsproduktionen (food production) uppges vara tryggad, men stora utmaningar kvarstår för en trygg livsmedelsförsörjning (food protection) på grund av befolkningstätheten och den höga urbaniseringstakten. Att säkerställa tillgång och tillgänglighet till livsmedelsförsörjning ses därför som avgörande för att minska fattigdomen. Utveckling av transport och byggsektorn skulle enligt denna problemformulering kunna bidra till fattigdomsminskning i landet.

En annan följd av den snabba urbaniseringen är otillräcklig infrastruktur för en hållbar stadsutveckling. Utmaningar som nämns finns inom hantering av avloppsvattenrening, tillgänglig primärvård, återvinning, planering av bostäder och transportsystem. Med den plötsliga inflyttningen av ca en miljon flyktingar från Myanmar (rohingya) är pressen ännu större på infrastruktur i sydöstra Bangladesh, särskilt vad gäller

³⁹ General Economics Division Bangladesh Planning Commission Bangladesh (2020) *Voluntary National Reviews (VNR) 2020* https://pea4sdgs.org/sites/default/files/2020-08/SDGs-Bangladesh_VNR_2020.pdf hämtad 2021-01-13

⁴⁰ International Labour Organization (2020) *Country policy responses* <https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/regional-country/country-responses/lang--en/index.htm#BD> hämtad 2021-01-13

⁴¹ International Labour Organization (2020) *Decent Work Country Programme: Bangladesh 2017–2020* https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_mas/---program/documents/genericdocument/wcms_655559.pdf hämtad 2021-01-14

dricksvatten och grundläggande sanitet. Projekt och investeringar i vatten och sanitet är också viktiga förutsättningar för en hållbar stadsutveckling.⁴²

Potential för bredare ekonomiska relationer

Centralt för Sveriges relationer med Bangladesh är att många stora svenska företag, särskilt inom konfektionssektorn har produktion i landet, där arbetskraft finns att tillgå till låg kostnad. Historiskt har produktionsanläggningarna varit kopplade till miljöfarliga utsläpp, ohållbar resurshantering och dåliga arbetsvillkor – problem som än idag till viss del kvarstår och bidrar till att skapa osäkerhet på marknaden. Sverige har därför god potential att bidra till att förbättra produktionsförhållanden, såväl genom social dialog som genom att underlätta för miljöteknik, särskilt sådan inriktad mot el- och vattenanvändning, att nå Bangladesh. Sådan teknik kan

bidra till effektiviteten och hållbarheten både i produktionsanläggningar och på högre systemnivå.

En av Bangladeshs största resurser för export såväl som för inhemsk konsumtion är jordbruket. Sektorn har dock drabbats av återkommande naturkatastrofer de senaste åren. Svenskt kunnande har potential att bidra till ökad resiliens i produktionen, inte minst som ett bidrag till att stärka tillgången till livsmedel för den bangladeshiska befolkningen, vilket är högt prioriterat av landets aktörer.

Hittills har exporten från Bangladesh varit relativt ensidig, kommit från tillverkningsindustrin och ägd av internationella storbolag. I takt med landets utveckling ökar dock potentialen för att i framtiden kunna exportera tjänster, exempelvis inom it-sektorn, till Europa och andra delar av världen.

⁴² General Economics Division Bangladesh Planning Commission Bangladesh (2020) *Voluntary National Reviews (VNR) 2020*

https://pea4sdgs.org/sites/default/files/2020-08/SDGs-Bangladesh_VNR_2020.pdf hämtad 2021-01-13

Kambodja

Befintliga relationer inom bistånd och handel

Sveriges export till Kambodja, som är betydligt mindre än importen, består av motorfordon, kemikalier och kemiska produkter samt trä och varor av trä. Importen kommer framförallt från kläder, och i viss utsträckning transportmedel, läder och skinnvaror. Den digitala utvecklingen och utvecklingen mot en mer kunskapsbaserad ekonomi i Kambodja erbjuder också stora möjligheter.

Ett svenskt exportföretag som finns etablerat i landet är Ericsson medan andra exportföretag som Electrolux, Assa Abloy och Volvo Cars finns representerade i Kambodja genom återförsäljare. De säljer framförallt sina produkter till konsumenter och mindre fastighetsägare samt till myndigheter och statliga företag inom transport- och energisektorerna. Utlandsmyndigheten har enligt ambassadören försökt främja en ökad export, t.ex. inom energisektorn, men ansatserna har mötts av ett lågt intresse från näringslivet. Tänkbara förklaringar är att Kambodja är en förhållandevis liten och samtidigt avlägsen marknad.

Ambassaden har även försökt främja möjligheter till export från Kambodja genom att informera om Open Trade Gate Sweden. Huvuddelen av Kambodjas produktion undantas EU-tullar, vilket är en fördel. Sedan augusti 2020 gäller skattebefrielsen inte all export eftersom EU kommit fram till att mänskliga rättigheter överskrids i alltför stor utsträckning. För att kunna delta aktivt i handeln med EU-länderna krävs att Kambodja lever upp till kraven med avseende på bl.a. hälsa, miljö, och annat.

Inom ramen för Sverigefrämjandet täcks Kambodja av Business Swedens kontor i Vietnam. Svenska främjare har ingen direkt nätverkande roll med aktörer i Kambodja, utan svarar främst på frågor om handelshinder och liknande. Textilbranschen är dominerande och stora svenska klädföretag har byggt upp egna kontaktnät på plats. Inte minst är H&M en viktig aktör, som köper

varor av lokala tillverkare. Företagets produktion leder till betydande exportintäkter för Kambodja.

Det finns ingen bilateral handelskammare som främjar företagskontakter mellan Sverige och Kambodja, varför företagens närvaro i den diplomatiska relationen bedöms ha varit svag enligt en respondent på Business Sweden. Däremot har den europeiska handelskammaren EuroCham en etablerad verksamhet med en nordisk gren.

I juni 2019 beslutade regeringen att alla Sidas insatser i Kambodja ska fokusera på att stärka det civila samhället med fokus på mänskliga rättigheter, demokrati och rättsstatens principer. Utvecklingssamarbetet för utbildning samt miljö och klimat fasas ut. Tidigare reglerades biståndrelationen av Strategi för Sidas utvecklingssamarbete med Kambodja 2014–2018, förlängd till slutet av 2019. Den bilaterala strategin för Kambodja har nu ersatts av en regional strategi för Asien och Oceanien.

Beslutet av fokusområde grundar sig i den rådande politiska situationen i landet. Insatserna sker i samarbete med organisationer från det civila samhället och andra icke-statliga aktörer.⁴³

Kambodja deltar i Global Deal, som är ett svenskt initiativ för att globalt stärka social dialog mellan fack, näringsliv och stat. Initiativet leds gemensamt av OECD och ILO och beskrivs av den svenska regeringen som viktigt för såväl hållbart företagande som för bättre arbetsvillkor. Av studiens länder deltar även Bangladesh och Etiopien som partnerländer i Global Deal.

Exempel på andra organisationer med aktiviteter i Kambodja är Union to Union och NIR. Även H&M är en viktig aktör som utarbetar långtgående globala strategier för att öka hållbarheten inom textilindustrin.

Bredare relationer och näringslivssamverkan inom utvecklingssamarbetet

Sverige kommer under 2021 att avveckla utlandsmyndigheten i Kambodja. Utrikesdepartementets verksamhet med landet sidosackrediteras istället till

⁴³ Sida (2020) *Utvecklingssamarbete* <https://www.sida.se/sida-i-varlden/kambodja> hämtad 21 oktober 2020

Sveriges ambassad i Bangkok. Det innebär att Sveriges arbete med att ta tillvara kontakter som uppdragets genom utvecklingssamarbetet i Kambodja även för handelsfrämjande och att bygga kapacitet för att inkludera länder i den internationella handeln, i princip kommer att upphöra.

Attraktivitet för svenska företag

Kambodja har varit en av de tio snabbast växande ekonomierna i världen de senaste 20 åren. Från att vara ett krigshärjat land, har Kambodja på några decennier uppnått stora ekonomiska framgångar. Än idag är det ett utpräglat jordbruksland med en stor del av befolkningen som är beroende av risodling. Sedan demokratiseringen 1993 har emellertid vissa industrier fått fart vilket är en positiv faktor för landets attraktivitet. Denna utveckling kan framförallt observeras i textilproduktionen, men även inom turismen. Klädexporten står för omkring 70 procent av landets exportintäkter.

Kambodja åtnjuter vissa handelsförmåner med EU genom handelsavtalet ”Everything but Arms”. Däremot drogs några av dessa förmåner in i augusti 2020 på grund av växande brister kopplade till demokrati och arbete med mänskliga rättigheter i Kambodja, t.ex. politiskt förtryck av oppositionella och bristfällig arbetsrätt.⁴⁴ De indragna förmånerna kan påverka landets attraktivitet för handel negativt.

Sverige bilden och intresset för det svenska erbjudandet – lokala aktörers perspektiv

Sverige-kännedomen är begränsad i Kambodja. Vissa svenska företag, såsom Electrolux, Assa Abloy och Volvo Cars, finns representerade genom återförsäljare i landet, men få känner till att produkterna är svenska.

Initiativ som finansiering av utbildning av mastersstudenter och doktorander i Sverige bidrar till att öka kunskaperna om Sverige, om än i begränsad utsträckning. I Kambodja finns ett alumnätverk, som inte varit särskilt aktivt, men som ambassaden tidigare upprätthållit kontakten med.

Bland de som känner till Sverige bedöms bilden, enligt utlandsmyndigheten, vara god. Uppskattningsvis rankas Sverige högt inom områdena innovation och hållbarhet samt jämställd och jämlik samhällsutveckling. Den positiva bilden kommer sig främst av att svenska företag

upplevs ha produkter som ligger i framkant, men även av det långvariga svenska utvecklingssamarbetet. Kulturområdet är också viktigt, inte minst eftersom utvecklingssamarbetet erbjuder en del kontaktskapande mellan kulturutövare i länderna.

Ett område där Sverige har särskilt stor trovärdighet och där politik, bistånd, näringsliv och civilsamhälle på svensk sida har engagemang är jämställdhet.

Det finns ett stort intresse från Kambodjas sida att ta del av investeringar i tillverkningsindustrin. Därför har svenska köpare möjligheter att göra skillnad både ekonomiskt och miljömässigt genom att köpa produkter som bidrar till att stärka landets ekonomi samt tillhandahålla verktyg för att göra produktionen i landet mer hållbar.

Det finns en grunduppfattning att Sverige erbjuder bra lösningar och produkter, men att prisnivån är hög. Bättre prisnivåer erbjuds av länder som Kina, även om livscykeln på deras produkter är kortare.

Landets utvecklingsutmaningar utifrån Agenda 2030

Fattigdomen i Kambodja har fortsatt att minska under de senaste åren, dock är fortfarande ca 28 procent av befolkningen nära fattigdomsgränsen (”near poor”) och mer än 70 procent arbetar i den informella ekonomin.⁴⁵

Både i HLPF-rapporten och i landets nuvarande strategi för att motverka fattigdom anges att den övergripande prioriteringen är att bli ett högre medelinkomstland till 2030, med siktet inställt på att bli ett höginkomstland 2050. De två största utmaningarna utifrån ett Agenda 2030-perspektiv, är att få med hela befolkningen i den snabba ekonomiska utvecklingen (”Leaving no one behind”) och att tillväxten är miljömässigt hållbar.

För att nå detta menar ILO att fler måste gå från den informella ekonomin till den formella, och att produktiviteten måste öka. ILO:s samarbete med Kambodja bygger på att skapa produktivt arbete genom goda arbetsvillkor, att utveckla social dialog och sociala skyddsnät. Inom textilindustrin, som är Kambodjas främsta exportvara och där mer än 90 procent av arbetarna är kvinnor, finns fortfarande utmaningar kopplade till arbetsmiljö och brott mot arbetsvillkor. Kvinnor drabbas också av diskriminering, exempelvis löneskillnader och sexuella trakasserier.⁴⁶ Även barnarbete, både i

⁴⁴ Utrikespolitiska institutet (2020) *Kambodja – Ekonomi* <https://www.ui.se/landguiden/lander-och-omraden/asien/kambodja/oversikt/> hämtad 2020-12-29

⁴⁵ International Labour Organization (2019) *Cambodia Decent Work Country Programme, 2019-2023* https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/publication/wcms_710183.pdf hämtad 2021-01-13

⁴⁶ T.ex. låga löner, långa arbetstider, arbetsplatsolyckor, hantering av miljöfarliga medel, s.4 ILO Decent Work Programme.

textilsektorn och i andra sektorer, är alltså ett stort problem⁴⁷ som riskerar att öka under coronapandemin.

Potential för bredare ekonomiska relationer

Kambodja har haft förhållandevis få fall av covid-19 men på senare tid har det skett en ökande smittspridning. Coronapandemin har inneburit en minskad efterfrågan inom kläd- och textilindustrin och resulterat i stängda fabriker och flaskhalsar i värdekedjorna. Länder som Kambodja drabbas hårdast med sådana omständigheter eftersom landet är beroende av underleverantörer.⁴⁸ Många, framförallt kvinnor, riskerar att drabbas av

arbetslöshet, sänkta löner och försämrade arbetsvillkor. Även förekomsten av barnarbete riskerar att öka. Därför är det viktigt att säkerställa efterlevnaden av Decent Work i både befintliga och nya sektorer. Svenska företag kan också delta i Global Deal, där Kambodja är partner, för att verka för nödvändiga förändringar genom social dialog.

Den digitala utvecklingen, och utvecklingen mot en mer kunskapsbaserad ekonomi i Kambodja erbjuder samtidigt stora möjligheter, såsom ”gröna jobb” inom tillverkningsindustrin och byggsektorn, men också för till investeringar inom klimatanpassningar och i nya ”gröna sektorer” (t.ex. förnybar energi, skydd av ekosystem, minskade klimatutsläpp).

⁴⁷ Fortfarande är ett barn av tio, mellan 5–17 år, involverat i barnarbete, ILO Fact Sheet.

⁴⁸ International Labour Organization (2020) *The supply chain ripple effect: How COVID-19 is affecting garment workers and factories in Asia and the Pacific*

https://www.ilo.org/asia/publications/issue-briefs/WCMS_758626/lang-en/index.htm hämtad 2021-01-13

Vietnam

Befintliga relationer inom bistånd och handel

Handel är fokus för Sveriges relationer med Vietnam och Sveriges export till Vietnam är den största av de sju analyserade länderna. Exporten är långsamt ökande, men är i förhållande till importen liten. Såväl export som import består främst av datorer och elektronikprodukter och optik. Därutöver exporterar Sverige maskiner och farmaceutiska basprodukter och läkemedel, och en del läder-, skinn- och metallvaror. I landet finns svenska exportföretag såsom ABB, AstraZeneca, Ericsson och Volvo representerade. Hittills har varor och tjänster framförallt sålts till statliga aktörer, men i och med en växande medelklass och en långsam privatisering av vissa statliga bolag ökar också försäljningen till konsumenter och företag i Vietnam. Många stora svenska företag har även produktionsanläggningar i landet, såsom IKEA, H&M, ABB och Tetra Pak.

Sedan 2014 finns inte något bilateralt utvecklingssamarbete med landet. Det tidigare svenska utvecklingssamarbetet med Vietnam (1967–2014) syftade till att uppnå en förbättrad demokratisk samhällsstyrning, ökad respekt för mänskliga rättigheter och en miljömässigt hållbar utveckling. Landet var en av de största mottagarna av svenskt bistånd. Under 70-talet och stora delar av 80-talet var Sverige den näst största givaren av statligt utvecklingsbistånd (ODA), och under 90-talet den fjärde största.⁴⁹

Bredare relationer och näringslivssamverkan inom utvecklingssamarbetet

Ambassaden i Hanoi arbetar aktivt med främjande och med att tillämpa det angreppssätt kopplat till bredare relationer som syftar till att höja landets egen kapacitet att bedriva handel och attrahera investeringar. Ambassaden har lyft att man i endast begränsad utsträckning lyckats använda uppbyggda kontaktnät för att främja handel

mellan Sverige och Vietnam. Ambassaden menar att det finns en underutnyttjad potential inom alla handelssektorer. Ambassaden arbetar företagsnära och samarbetar med Business Sweden som finns representerade i landet. Framförallt bidrar ambassaden och Business Sweden till att marknadsföra stora svenska företag i landet för deras innovativa, hållbara och säkra lösningar.

I Vietnam finns det intresse för att ta del av lösningar och system kan implementeras i enlighet med de lokala förutsättningarna.

Generella utmaningar för att åstadkomma bredare ekonomiska relationer med Vietnam består i komplicerade tillståndprocesser för näringslivet och korruption.

Attraktivitet för svenska företag

Vietnam betraktas som ett av de mest politiskt stabila och ekonomiskt dynamiska länderna i Sydostasien, vilket gör det till en attraktiv marknad för svenska exportföretag. Ett frihandelsavtal mellan Vietnam och EU innebär att nästan alla tullar kommer att försvinna inom de närmaste sju åren. Enligt EU medför det ytterligare 15 miljarder euro om året i export från Vietnam till EU till år 2035, medan EU:s export till Vietnam beräknas öka med 8,3 miljarder euro om året.⁵⁰ Landets positiva ekonomiska utveckling, driven av handel och investeringar, beskrivs dock vara av låg kvalitet sett till aspekter som produktivitet och effektivitet. Kvaliteten i den ekonomiska utvecklingen är en av de primära utmaningarna för att nå social och ekonomisk hållbarhet i handelsrelationen.

Sverigebilden och intresset för det svenska erbjudandet – lokala aktörers perspektiv

Sverigekännedomen är relativt god, särskilt bland den något äldre befolkningen, vilket framförallt beror på Sveriges synlighet under åren som utvecklingssamarbete bedrevs med Vietnam. För yngre generationer är Sverige mindre känt och ses ibland som en del av Norden.

⁴⁹ Sweden Abroad *Utvecklingssamarbetet med Vietnam*
<https://www.swedenabroad.se/sv/om-utlandet-f%C3%B6r-svenska-medborgare/vietnam/utvecklingssamarbete/> hämtad 21-10-2020

⁵⁰ Europaparlamentet (2020) *Handelsavtal mellan EU och Vietnam: Vilka är fördelarna*
<https://www.europarl.europa.eu/news/sv/headlines/economy/20200131STO71518/handelsavtal-mellan-eu-och-vietnam-vilka-ar-fordelarna> hämtad 2020-12-10

Samarbetet med övriga nordiska länder stärker det svenska varumärket, samtidigt som flera respondenter uppger att exempelvis Danmark och Finland har större närvaro och synlighet i Vietnam än vad Sverige har. Exempelvis har Finland varit särskilt framgångsrika i att marknadsföra utbildningsmöjligheter bland vietnamesiska universitetsstudenter.

Äldre generationer förknippar Sverige med ett generöst utvecklingssamarbete som bedrevs av dåtidens regeringar. En uppfattning om att svensk politisk ideologi drar åt det socialistiska hållet och på så vis liknar den vietnamesiska förekommer. Utöver detta finns en (ibland överdriven) bild av Sverige som långt borta, rikt och utvecklat. Bland vissa är Sverige också känt för jämställdhet, platta organisationsstrukturer, social välfärd och naturskydd. Sverige har lyckats profilera sig ganska väl inom innovationsområdet genom företagsevenemang och aktiviteter vid universiteten i Hanoi och Ho Chi Minh City.

Lokala aktörer om bilden av Sverige

"We highly appreciate what Sweden has done for our country. The relation between Sweden and Vietnam is very good. [...] For Vietnamese people, Sweden is also seen as a reliable partner in trade."

"In general, the Nordic countries are very well perceived in Vietnam. Though, the Swedish brand is not so strong. Finland is better than Sweden at promotion in the field of innovation. Sweden needs to be more present and visible."

"A lot of Vietnamese people see Sweden as far away, very developed, and very rich. There is a need to create a more accurate picture of Sweden and our relation."

Till viss del representerar det svenska varumärket hållbarhet. Svenska företag tillhandahåller en hel del miljöteknik som ligger i framkant samt gör insatser för att förbättra arbetsvillkor inom produktionsindustrin. Emellertid kvarstår mycket arbete innan industrin avsevärt kommer att ha minskat sina miljöfarliga utsläpp och uppfyllt andra hållbarhetsmål. Därför kan svenska företag som upphandlar produktion i Vietnam i nuläget också ses som bidragande till en ohållbar konsumtionskultur. Kritiken mot "fast fashion" förekommer även i Vietnam.

Framförallt är det miljöteknik, inte minst för effektiviserad industri, återvinningssystem och cirkulär ekonomi som attraherar i det svenska erbjudandet. Bland personer som känner till Sverige är en vanlig uppfattning att Sverige är en tillförlitlig handelspartner vars produkter

och tjänster förvisso är dyra, men också symboliserar hög kvalitet.

Sveriges konkurrenter i Vietnam kan, som på de flesta andra marknader, delas upp i två grupper av länder. Den första gruppen, där Kina, Sydkorea och Japan ingår, erbjuder produkter som säljs till ett lägre pris. Den andra gruppen länder, där exempelvis Tyskland, USA, Israel, Danmark och Finland ingår, profilerar sig på liknande sätt som Sverige genom att sälja varor som ska hålla högre kvalitet, men kostar mer. Eftersom konkurrensen vuxit i den senare gruppen under de senaste åren framhåller många, såväl svenskar som vietnameser, att Sverige skulle behöva öka sin närvaro och synlighet för att upprätthålla sin aktualitet. Det finns en samstämmighet kring att Sverige syns mindre än konkurrentländerna.

Landets utvecklingsutmaningar utifrån Agenda 2030

Vietnam har en hög befolkningsökning (60 procent är yngre än 35 år), och en stor befolkningstäthet, även om nästan 65 procent av landets 90 miljoner invånare fortfarande bor på landsbygden. En stor utmaning är miljö- och klimatförändringar – översvämningar, förorenade floder och jorderosioner.

Lokala aktörer om intresset för det svenska erbjudandet

"Sweden is well known for sustainability and leading the way in the work with the sustainability agenda. Cleantech and circular economy practises could be imported to Vietnam from Sweden."

"Swedish goods are marketed as luxury products. Since they have a high price, they are perceived as good quality products. [...] In terms of negativity, awareness about the consequences of fast fashion is getting higher in Vietnam. This pollutes the image of certain Swedish brands [within the textile industry]."

"People who live in rural Vietnam are vulnerable. To promote the Swedish image and the Swedish brand by importing more from the Vietnamese agricultural sector would be effectful."

Liksom i Kambodja har spridningen av covid-19 varit förhållandevis låg men nyligen har en ny variant som sprider sig snabbt upptäckts. Coronapandemin har ändå haft en stor påverkan på landets ekonomi eftersom de flesta handelspartners har minskat sin import. Olika sektorer har drabbats på olika sätt, men enligt ILO har sysselsatta i den informella ekonomin drabbats hårdare än

andra. Kvinnor utgör mer än hälften av de som drabbats hårdast.⁵¹

Potential för bredare ekonomiska relationer

Vietnams enskilt största exportvara är smartphones och produktion av andra elektronikvaror är också viktig för landets ekonomi. Likväl består den svenska exporten till Vietnam till stor del av datorer, elektronikprodukter och maskiner. Svensk miljöteknik, som kan bidra till att effektivisera industri och återvinningssystem, framstår som det mest attraktiva i det svenska erbjudandet. Potentialen anses vara stor för att göra den vietnamesiska tillverkningen av elektroniska produkter mer miljömässigt hållbar.

Ett område som potentiellt kan vara lovande för svensk export är energisektorn (såsom elnät, förnybar energi, t ex genom avfallshantering, och effektiviserad

energianvändning), eftersom Sverige besitter tekniska lösningar som efterfrågas i Vietnam. Däremot finns hinder på systemnivå för att handelsutbytet ska komma till stånd. Exempelvis är utrymmet begränsat för svenska myndigheter med sektorsspecifik kompetens att engagera sig internationellt. Det är också problematiskt att det ofta är mindre företag som ansvarar för elleveranserna i Sverige, vilka saknar kapacitet eller finansiell uthållighet för att engagera sig i långa projekt med stora efterfrågade volymer och utmaningar.

Jordbruket är också en sektor som både är viktig för Vietnams export och för att säkra landets tillgång till livsmedel. Inom jordbruket arbetar även många som har det sämre ställt ekonomiskt. Även om Sverige inte längre har något utvecklingssamarbete med Vietnam skulle en ökad import av jordbruksprodukter, som livsmedel m.m., kunna fungera som ett stöd till en hållbar inkludering av Vietnam i den globala ekonomin.

⁵¹ International Labour Organization (2020) *COVID-19 and the labour market in Viet Nam* https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-hanoi/documents/briefingnote/wcms_742134.pdf hämtad 2021-01-14

Bilaga 2. English summary

The overall purpose of the study is to investigate the image of Sweden among local actors that are relevant for the establishment of broader cooperation with Sweden – relations that go beyond development aid. How Sweden is perceived matters since a positive perception of a country is important for international trade and economic collaboration and for trust in the country's different actors. Likewise, the countries' knowledge of what Sweden can offer regarding different development challenges are central to broader cooperation with Sweden. Thus, the study includes to what extent it is known what Sweden can offer.

The countries included, Ethiopia, Kenya, Rwanda, Tanzania, Bangladesh, Cambodia, and Vietnam, are countries with which Sweden has or has had an established development cooperation over a long period of time. The countries have exhibited positive economic growth but still have considerable development challenges.

Development and trade relations

The countries in the study are, or have been, recipients of Swedish development assistance, although the focus of aid has varied. Sweden has contributed to the countries' development through both bilateral development assistance and through support to international multilateral organizations. Development assistance has been aimed at different sectors and has varied thematically, a result of which Sweden has considerable knowledge of sectors with considerable needs for new products, solutions, and processes. Within the context of development assistance Sweden has established relations that can form the basis from which broader economic collaboration can develop.

The extent and breadth of existing trade relations between Sweden and the countries in this study vary considerably. Whereas Sweden's trade relations with Vietnam are relatively large and versatile, for the most part Sweden's trade relations with the countries are characterized by greater imports than exports. Trade with Cambodia and Bangladesh are to a large extent characterized by considerable imports of clothing and textile goods. Trade with Rwanda, Ethiopia, Tanzania and Kenya is fairly small. Imports consist mainly of agricultural products and food and exports from Sweden

are, among others, machinery, computers, and paper products.

The image of Sweden

The study shows that there is an overall positive perception of Sweden among respondents in the business sector although the image of Sweden is generic, partly outdated, and to a considerable extent characterized by Sweden's contributions within the context of development assistance. To the extent that Swedish products are known, they are well perceived and associated with high quality, innovation, and sustainability. Sweden is perceived to be a safe and reliable trading partner and Sweden's governance has a good reputation. This contributes to the willingness to engage with Swedish businesses.

The study also finds that the familiarity with what Sweden offers is limited among respondents in the business sector. Sweden's visibility is rather low, beyond its efforts within development assistance.

Competition within the area of trade is considerable and originates, among others, from other countries that are important providers of development assistance with a more active promotional strategy and with similar areas of strengths as Sweden. Even in countries where Swedish businesses have a large presence, local actors are often not familiar with that they are Swedish.

The limited knowledge of what Sweden can offer results in counterparts in the partner countries having difficulties in identifying the potential for broader economic relations with Sweden.

Strengthened conditions for broader economic relations

At the same time there are good prerequisites for broader economic relations. Competence, products, and solutions available from Sweden have the potential to address the countries' development challenges. There is also the potential for Swedish actors by different means to contribute to improving the prerequisites for broader economic relations with the countries.

Improved prerequisites for broader economic cooperation can result from better knowledge among local actors of how Sweden can contribute to overcoming different

development challenges. The fact that the overall knowledge of Sweden among respondents is low, suggests that increased visibility and developed communication in areas of relevance for broadened collaboration are important. Sweden-alumni and other actors that have come in contact with Sweden within the context of development assistance can also contribute.

Increased visibility and knowledge of Sweden

Respondents from the business sector state that Sweden is perceived to be relatively invisible in relation to other countries. This motivates kinefforts that contribute to visibility and increased interest in Swedish products and solutions. Targeted communication efforts, also within the context of existing efforts, have potential to contribute to developing and updating the image of Sweden.

Build on existing relations

Sweden's existing relations in the countries with the public and private sectors, and with other parts of society, provide

the possibility for Sweden to strengthen and make visible its presence and contribute to broader economic relations. This is the case not the least within areas of joint strategic interest. Greater engagement of different types of actors – individuals and organizations – in the private sector, in the context of development assistance and in Sweden's joint promotional efforts, are important to this end.

Challenges associated with broadened economic collaboration

The main purpose of the study is to explore the perception and knowledge of Sweden given that a positive perception of Sweden can contribute to broadened economic relations with the countries included. However, other aspects to varying degrees affect trade relations, e.g. international competition, institutional prerequisites in the partner countries, local actors' limited ability to pay, and, to some extent, how the development and promotional roles of Sweden's local engagement are balanced. These aspects are, however, not addressed in this study.

Bilaga 3.

Intervjurespondenter

Organisation	Titel/funktion
Etiopien	
Sveriges ambassad i Addis Abeba	Chef för utvecklingssamarbete
Sveriges ambassad i Addis Abeba	Sidahandläggare, näringslivsutveckling
Sveriges ambassad i Addis Abeba	UD Främjaransvarig
Sveriges ambassad i Addis Abeba	Promotion Commercial Affairs SIMP alumni
Ethiopia Investment Commission	Former Director Sida ITP Alumni
Addis Chamber of Commerce	Secretary General Sida ITP Alumni
Aquarius Aviation PLC	Managing Director Sida ITP Alumni
SI alumni	SI alumni
Kenya	
Sveriges ambassad i Nairobi	Ambassadör
Sveriges ambassad i Nairobi	Chef för utvecklingssamarbete
Sveriges ambassad i Nairobi	UD Främjande
Kenya Chamber of Commerce	Trade Promotion Officer
Kenya Association of Manufacturers	Director, Membership
Keninvest	CEO
Si Alumn	SI almun
Business Sweden	Chef, Afrika
Rwanda	
Sveriges ambassad i Kigali	Ambassadör
Sveriges ambassad i Kigali	Chef för utvecklingssamarbete
Sveriges ambassad i Kigali	UD främjare
Rwandas Ambassad i Stockholm	Ambassadör
Rwanda Development Board	International Trade Specialist
Private Sector Federation	Vice President Sida ITP Alumni
Renewable Energy Association	Vice President Sida ITP Alumni
Norrskan	Chef för globala affärer (fd.)
SI Alumni	SI Alumni
SI Alumni	SI Alumni

Tanzania	
Sveriges ambassad i Dar es Salaam	Ekonomisk rapportering och främjande
Sveriges ambassad i Dar es Salaam	Främjande
Tanzania Chamber of Commerce Industry and Agriculture	Vice President Sida ITP Alumni
Tanzania Women Chamber of Commerce	Board Member Sida ITP Alumni
Plasco Ltd	Managing Director Sida ITP Alumni
Zanzibar Chamber of Commerce, Industry and Agriculture	Vice President Sida ITP alumni
SIMP Alumni	SIMP Alumni
Bangladesh	
Sveriges ambassad i Dhaka	Andre ambassadsekreterare Politik, näringslivsfrämjande och kultur
Sveriges ambassad i Dhaka	Biståndschef
Nordic Chamber of Commerce and Industries in Bangladesh (NCCI)	Verkställande direktör
Sweden-Bangladesh Business Council	Ordförande
Jute Land	Managing Director
SI Alumni Bangladesh	Ordförande
Kambodja	
Sveriges ambassad i Dhaka	Ambassadör
Business Sweden	Handelskommissionär
Vietnam	
Sveriges ambassad i Hanoi	Förste ambassadsekreterare Främjande, ekonomiska och politiska frågor
Business Sweden Sydostasien	Handelskommissionär i Vietnam
Nordic Chamber of Commerce in Vietnam	Ordförande
Vietnam Chamber of Commerce and Investments (VCCI)	Generaldirektör för enheten för internationella relationer, med ansvar för EU-frågor
Purple IVY	Hållbarhetsstrateg
SIMP Asien	SIMP-alumn, entreprenör/managementspecialist (Angels 4 Us)
SI Alumni Vietnam	Ordförande i Hanoi, anställd vid Nordic Chamber of Commerce
SI Alumni Vietnam	Ordförande i Ho Chi Minh City samt 4 andra medlemmar av alumnätverket
IKEA Vietnam/Sydostasien	Sourcing Manager, Sydostasien
Övriga intervjuer, Svenska företag	
Wallenberg Group AB	Rådgivare
Svenska Utrikeshandelsföreningen	Ordförande
H&M	Global Hållbarhetschef
Scania	Exportchef Lastvagnar
Sweco	Internationell chef
ABB	Marknadschef Afrika
Metrum	Marknadschef Afrika
Näringslivets Internationella Råd	Verkställande Direktör
Svensk Afrikanska Handelskammaren	Ordförande
Svensk-Östafrikanska Handelskammaren	Ordförande
Svensk-Etiopiska Handelskammaren	Ordförande

Bilaga 4. Källförteckning

- Sveriges genomförande av Agenda 2030, *Proposition 2019/20:188*
- Regeringskansliet (2015) *Regeringens exportstrategi 2015/16:48*
- Regeringskansliet (2019) *Sveriges export- och investeringsstrategi*
- Regeringskansliet (2019) *Plattform för internationellt hållbart företagande*
- IL (2020) *COVID-19 and the World of Work, ILO, 7-9 Juli 2020*
https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/events/WCMS_747476/lang--en/index.htm hämtad 2021-03-24
- FN (2018) *Voluntary National Reviews*
<https://sustainabledevelopment.un.org/vnrs/> hämtad 2021-03-24
- The Global Deal (n.d) *Associated partners to the global deal* <https://www.theglobaldeal.com/partners/> hämtad 2021-03-24
- ILO *Decent Work Agenda and Sustainable Development Goals* https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_624037.pdf hämtad 2021-03-24
- FN (2020) *Bangladesh Voluntary Report, High Level Political Forum (HLPF)*
<https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&type=30022&nr=2073&menu=3170> hämtad 2021-03-24
- ILO (2020) *Covid-19 and the world of work, Country Policy response Bangladesh*
<https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/regional-country/country-responses/lang--en/index.htm#BD> hämtad 2021-03-24
- Utrikesdepartementet (2020) *Regeringsbeslut om ny strategi för utvecklingssamarbete med Bangladesh. Pressmeddelande*
<https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2020/12/regeringen-beslutar-idag-om-ny-strategi-for-sveriges-utvecklingssamarbete-med-bangladesh/> hämtad 2020-12-22
- Utrikesdepartementet (2019) *Mänskliga rättigheter, demokrati och rättsstatens principer i Bangladesh*
<https://www.regeringen.se/rapporter/2019/06/manskliga-rattigheter-demokrati-och-rattsstatens-principer-i-bangladesh/> hämtad 2021-03-24
- ILO (2020) *Decent Work Country Programme: Bangladesh 2017-2020*
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-dhaka/documents/publication/wcms_651961.pdf hämtad 2021-03-24
- ILO (2020) *The supply chain ripple effect: How COVID-19 is affecting garment workers and factories in Asia and the Pacific* https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/briefingnote/wcms_758626.pdf hämtad 2021-03-24
- FN (2017) *Etiopien Voluntary National Report, HLPF 2017*
<https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&type=30022&nr=368&menu=3170> hämtad 2021-03-24
- FN (2020) United Nations Sustainable Development Cooperation Framework 2020-2025, Ethiopia, UNSDCF
<https://ethiopia.un.org/en/90108-united-nations-sustainable-development-cooperation-framework-2020-2025> hämtad 2021-03-24
- ILO (2020) *Country programme document for Ethiopia (2020-2025)*,
<https://digitallibrary.un.org/record/3862406#record-files-collapse-header> hämtad 2021-03-24
- FN (2019) *Kambodja FN HLPF Voluntary National Report 2019*
<https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&type=30022&nr=1644&menu=3170> hämtad 2021-03-24
- ILO (n.d.) *Kingdom of Cambodia Decent Work Country Programme 2019-2023*
 Kingdom of Cambodia Decent Work Country Programme (DWCP) 2019-2023 (ilo.org) hämtad 2021-03-24
- FN (2019) *Rwanda Voluntary National Review Report, HLPF 2019*
https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/23432Rwanda_VNR_Document_Final.pdf hämtad 2021-03-24
- FN (2019) *Voluntary National Review Report, Main Messages 2019*
https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/23069Rwanda_Main_Messages_VNR_Rwanda_Revised_with_word_limit.pdf hämtad 2021-03-24
- ILO (2020) *COVID-19 and the world of work, Country policy response Rwanda*,
<https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/regional-country/country-responses/lang--en/index.htm#RW> hämtad 2021-03-24
- FN (2020) *Kenya Voluntary National Report, HLPF 2020*

<https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&type=30022&nr=2406&menu=3170> hämtad 2021-03-24

FN (2019) *United Republic of Tanzania, Voluntary National Report HLPF 2019*

https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/24498Tanzania_VNR_Presentation_final.pdf hämtad 2021-03-24

FN (2019) *Voluntary National Report, HLPF 2019, pp presentation*

<https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&type=30022&nr=1433&menu=3170> hämtad 2021-03-24

FN (2018) *Voluntary National Review Report, Vietnam 2018*

https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/19967VNR_of_Viet_Nam.pdf hämtad 2021-03-24

ILO (2018) *Decent Work Country Programme, Vietnam 2017-2021,*

https://www.ilo.org/hanoi/Whatwedo/Publications/WCMS_630293/lang--en/index.htm hämtad 2021-03-24

ILO (2020) *COVID-19 and the labour market in Viet Nam*

https://ilo.org/hanoi/Whatwedo/Publications/WCMS_742134/lang--en/index.htm hämtad 2021-03-24