



Utrikesdepartementet

103 33 Stockholm

## REMISSYTTRANDE

Irt datum 2011-09-16

Göteborg 2011-11-28

### **Sveriges Redareförenings remissyttrande beträffande UD's remiss: Översyn av myndighetsstrukturen för Sverige-, handels- och investeringsfrämjande, DS 2011:29**

Sveriges Redareförening har tagit del av rubricerad remiss. I det följande lämnas föreningens synpunkter.

Sveriges Redareförening instämmer i det yttrande som lämnats av Passagerarederiernas förening vilket bifogas Redareföreningens yttrande.

Göteborg, dag som ovan

Håkan Friberg

Per A. Sjöberger



UTRIKESDEPARTEMENTET

103 33 STOCKHOLM

## YTTRANDE FRÅN PASSAGERARREDERIERNAS FÖRENING ÖVER DS 2011:29

**Betänkande: DS 2011:29 "Översyn av myndighetsstrukturen för Sverige-, handels- och investeringsfrämjande"**

### **Sammanfattning**

Passagerarrederiernas Förening, genom medlemsföretagen delägare i Svensk Turism AB, accepterar inte att staten inordnar VisitSweden under Exportrådet eller byte av huvudman. Enligt uppgift har Svensk Turism inte tillfrågats eller intervjuats om uppfattningen gällande förslaget.

Utredningen innehåller dessutom en rad felaktigheter gällande fakta om VisitSwedens arbete och slutsatser kring Innovasjon Norges sammanslagning. Syfte och mål med förslaget om VisitSweden inordnas Exportrådet och byte av huvudman saknas.

### **Inledning**

Som stor samarbetspartner till och väl insatt i VisitSwedens verksamhet delar vi ej beskrivningen av VisitSwedens verksamhet beskrivet i kapitel 7 "Turismfrämjande" i betänkandet DS 2011:29 "Översyn av myndighetsstrukturen för Sverige-, handels- och investeringsfrämjande".

I remissen går ej att utläsa syfte och mål med remissens förslag till att VisitSweden inordnas Exportrådet och byte av huvudman.

### **Förtydliganden till remissen**

#### **1. Utredaren beskriver VisitSwedens verksamhet felaktigt**

Citat från remissen (sidan 93) :

*"VisitSweden har dock genom dotterbolaget Svensk Destinationsutveckling AB börjat röra sig mot en roll som exportrådgivare för turistföretag"*

*"VisitSweden har breddat sin verksamhet från ren kommunikation till konsultliknande rådgivning till grupper av företag i en modell som har stora likheter med Exportrådets"*

Felaktighet: Att VisitSweden arbetar med företagsrådgivning

Kommentar:

- VisitSweden arbetar endast med internationell marknadsföring,
- I Svensk Destinationsutveckling AB är VisitSweden enbart minoritetsägare. Svensk Destinationsutveckling AB arbetar ej med företagsrådgivning utan utveckling av regioner och destinationer.
- Utredaren har tydligen ej genomfört intervjuer med svensk besöksnäring, därav felaktigheter och brist på kunskap.
- Tillväxtverket har däremot i uppdrag av regeringen att arbeta med att underlätta för företagande och entreprenörskap.

## **2. Utredaren ger en felaktig bild av sammanslagningens av Innovasjon Norge**

Citat från remissen (sid 91):

*"Sammanslagningen har gett goda resultat för turismfrämjandet, som kunna dra nytta av de produkter som övriga delar av Innovasjon Norge tagit fram såsom företagsutveckling, finansiering, kompetensutveckling och projektledning"*

Felaktighet: Utredaren beskriver felaktigt om vinster som norska turismfrämjandet gjort efter sammanslagning av Innovasjon Norge.

Kommentar:

- Den norska regeringens utvärdering utförd av norska Riksrevisjonen ("Riksrevisjonens undersökelse av Innovasjon Norge som statlig næringslivsutviklingsaktør, Dokument 3:4 (2008-2009) har underkänt effekt och resultat av sammanslagningen. Exempel på citat från utvärderingen:
 

*"Det er lite kontakt mellom konterene i Norge og utlandet, og de vet lite om hverandres tjenestetilbud".*

*"Riksrevisjonen stiller spørsmål ved om Innovasjon Norge i tilstrekkelig grad har evnet å utnytt de synergieffektene som lå till grunn for sammanslåingen."*

*"En uoversiktlig virkemiddelsportefølje kan føre till at tilbudet ikke blir godt nok tilpasset kundenes behov, og at tjenestene blir lite tilgjengelige for kundene".*
- Norska besöksnäringen har också underkänt sammanslagningen (bl.a. debattinlägg i norska tidningen Aftenposten och Verdens Gang)

- Den norska besöksnäringen har tappat utländska gästnätter och marknadsandelar sedan besöksnäringen inordnades Innovasjon Norge till skillnad från Sverige som har ökat.
- Trenden av sammanslagningar för besöksnäringen internationellt går motsatt håll, dvs. renodlade verksamheter som till exempel internationell marknadskommunikation.

### **3. Exportrådet och VisitSwedens har olika affärsidéer och målgrupper**

Kommentarer: VisitSweden och Exportrådet har med sina olika affärsidéer vitt skilda verksamheter.

VisitSwedens affärsidé:

*”VisitSwedens affärsidé handlar om att internationellt marknadsföra varumärket Sverige och destinationer samt genomföra effektiv och innovativ kommunikation tillsammans med svensk besöksnäring. Därigenom attraheras målgrupperna Den Globala resenären och Det Globala företaget att resa till Sverige, vilket skapar affärsmöjligheter för svensk besöksnäring.”*

- VisitSwedens målgrupp är den enskilda potentiella besökaren.
- VisitSweden samfinansierar kampanjer i stora partnerskap med svenska regioner, destinationer och företag.
- VisitSweden arbetar inte med företagsrådgivning
- VisitSweden arbetar inte med masskommunikation

Exportrådets affärsidé:

*”Exportrådet gör det lättare för svenska företag att växa internationellt”.*

- Exportrådets målgrupp är svenska och utländska företag.
- Exportrådet tar betalt för sina konsulttjänster.

### **4. Regeringens uppdrag gällande företagsrådgivning för besöksnäringen är tilldelat Tillväxtverket**

Kommentar:

- Regeringen har redan en myndighet som ansvarar för företagsrådgivning och näringsfrämjande insatser för besöksnäringen – Tillväxtverket.
- Tillväxtverket roll är att stärka regional utveckling och underlätta för företagande & entreprenörskap vilket betyder att man inom turismprogrammet ansvarar för turiststatistiken samt främjandet av turistföretagande och företagens entreprenörskap genom kunskapsbildning, kvalitetsutveckling och samverkan. Tillväxtverket har på uppdrag startat ett ”Utvecklingscenter” för små och medelstora företag. Utvecklingscentrets uppgift är att för företag i näringen erbjuda affärsnätverk,

mötesplatser, rådgivning, kompetensutveckling och hjälp för att hitta information och stöd att utveckla verksamheter.

## **5. Utredaren har ej kontaktat VisitSwedens hälftenägare Svensk Turism AB**

Kommentar:

- VisitSwedens hälften ägare Svensk Turism AB har enligt uppgift inte tillfrågats eller intervjuats om uppfattningen kring förslaget om att VisitSweden inordnas under Exportrådet eller byte av huvudman.

### **Bakgrundsinformation**

Passagerarrederiernas Förening är en branschförening för passagerarredrier som trafikerar till/från och inom Sverige. Många av medlemsrederierna har ett mycket nära samarbete med VisitSweden när det gäller marknadsföring av svenska destinationer och upplevelser utomlands i kombination med försäljning av den egna produkten. Föreningens medlemsredrier satsade under 2010 hela 314 miljoner kr på marknadsföring av Sverige utomlands och under 2010 reste hela 26,9 miljoner passagerare med våra fartyg på utrikeslinjerna. Av dessa 26,9 miljoner passagerare var c:a 13 miljoner utländska medborgare

## **Passagerarrederiernas Förening**

Jan Karström

Ordförande