

Skåne skulle möta internationella investerare – men träffade bara svenskar och danskar.

Sveriges kommuner och regioner satsar stort för att locka företag att etablera sig hos just dem.

De reser världen runt för att göra reklam för sig själva. Ingen vet hur många hundratals skattemiljoner som varje år läggs på marknadsföringen – eller om den ens fungerar. Samtidigt har sjukvården tvingats till hårda sparpaket.

Sverige marknadsförs i USA, Asien, Europa – och på sexfest hos porrkungen Berth Milton.

*Skulle sälja in Skåne i Cannes för 200 000 kronor – pratade bara med danskar
Tjänstemännen från Skåne reste till Franska Rivieran.*

De skulle möta internationella investerare – men träffade bara svenskar och danskar.

– Det är klart att det är en besvikelse, säger Stefan Johansson, vd för Invest in Skåne.

Varje år i mars hålls en internationell fastighetsmässa i badorten Cannes på Franska Rivieran. Tjugotusen deltagare från hela världen trängs i stadens festivalpalats vid Medelhavet, där även den glamorösa filmfestivalen brukar hållas.

Region Skåne har i flera år satsat stort på mässan.

I år reste fyra tjänstemän till Cannes för att sluta upp i den monter som Skåne delade med Köpenhamn. Något som kostade skattebetalarna 200 000 kronor.

Hade inget att sälja

I montern fanns dessutom ett stort antal politiker och tjänstemän från kommunerna Malmö, Lund och Helsingborg. Men till skillnad från dem har Region Skåne – och majoritetsägda dotterbolaget Invest in Skåne som ansvarade för medverkan – ingen egen mark att sälja.

Uppdraget var mer diffust: att berätta om skånska byggprojekt, göra reklam för regionen – och få utländska fastighetsägare och byggbolag att vilja gå in med pengar.

Den viktigaste punkten i år var ett internationellt seminarium om möjligheterna att investera i Öresundsregionen den 9 mars. Hundratals utländska beslutsfattare på mässan bjöds in.

”Responsen från seminariet som vi höll är också generellt mycket god”, står det i den egna utvärderingen efteråt.

Verkligheten är en annan.

Först hoppade den danske talaren av. Därefter höll Ilmar Reepalu (S) från Malmö och de andra kommunalråden sina dragningar på engelska – helt i onödan. Enligt uppgift kom det, utöver några danskar från Köpenhamn, inte en enda utlänning.

”Inte riktigt säker”

En skånsk toppolitiker som vill vara anonym, är inte förvånad:

– Det är ytterst svårt att nå externa parter som inte redan kände till regionen på den här mässan. I stället talar man mest med andra svenskar.

Stefan Johansson på Invest in Skåne påpekar att seminariet trots allt drog ett åttiotal besökare.

– Det kom folk från Stockholm och Göteborg som hade uppmärksammat detta. Men tyvärr alldeles för lite internationella investerare.

Inte en enda, fränsett några danskar, enligt våra uppgifter.

– Ja, jag är inte riktigt säker. På slutet bad vi alla deltagarna som ville ha mer information från oss att lämna sina visitkort. Och där var inget utländskt deltagande.

– Det är klart att det är en stor besvikelse.

Ni åker till Frankrike för att träffa andra svenskar. Är inte det ett dyrt sätt att mötas?

– Det beror på hur man ser det. På ett par dagar därefter träffar vi andra organisationer också. Vi känner att vi ändå är med och bidrar till att sätta Skåne på kartan.