

Redaktör: Rolf Hansson, rolf.hansson@di.se, tel 08-573 651 22

Sverige har för första gången gått upp i toppen bland de länder som investerar mest i Frankrike. Rädslan för kulturkrockar börjar lägga sig.

Bjässar som SKF, Volvo och Securitas ångar på men det kommer också fler helt nya och mindre företag. Ett av dem är Acne, som öppnat butik mitt i modemetropolen Paris.

AV HANS STRANDBERG (TEXT) OCH NIKOLAI JAKOBSEN (FOTO)
hans.strandberg@di.se, 08-736 652 42

Svenska företag intar Frankrike



BUTIKEN MED RUTOR I. "Vi försöker ju smälta in i den franska stilen, men kolla in de svarta och

PARIS

■ Här på Palais Royal samlades upprörda folkmassor under franska revolutionen, i dag är det väldigt mycket tystare – och fiint. Innergården är en populär tillflykt för barnfamiljer, men i arkaderna runtom ligger lyxbutikerna på rad.

Sedan drygt två månader är svenska Acne en av dem. Närmaste grannen är Didier Ludot, en vintagebutik som har funnits sedan 1974 och som säljer mode från alla de stora märkena, inte minst "den lilla svarta" från olika tidsepoker. Där verkar det svindyrt att bara passera tröskeln.

Var med redan vid starten

"Vi försöker ju smälta in i den franska stilen, men kolla in de svarta och vita rutorna på butiksgolvet – det är Sergels torg!"

Max Schiller – ja, han är lillebror till vd Mikael Schiller – är säljansvarig för 45 affärer i Frankrike och Belgien. Han var med när Acne startade bolag i Frankrike för drygt två år sedan.

"Ibland är det tomt, ibland är det fullt

hela dagen – lördagarna är klart bäst. Acne är inte en butik man bara råkar passera, oss letar man upp. Därför är detta rätt plats för oss", säger han.

Näst största utländska investerare

Acne är en del av en rejäl exportväg för svenska modeföretag. Klädexporten ökade med 10 procent i fjol – till nästan 10 miljarder kronor. Bolaget finns redan i Europa, men inte i en sådan uttalad modemetropol som Paris.

"Tanken var att öppna en imageaffär för att visa upp varumärket, men försäljningen har dragit i gång direkt. Vi har förstås räknat med att tjäna pengar här, men inte så fort", säger landchefen Christina Ahlers utan att vilja ge några siffror.

Uppenbarligen är Acne bara ett exempel på att svenska företag tar den franska marknaden på allt större allvar. Enligt statliga Invest in France Agency var Sverige i fjol näst största utländska investerare i landet, bara slaget av USA. Det har aldrig hänt tidigare.

"Det finns fortfarande en rädsla för frans-

männen, man hör ofta om 'stora kulturskillnader' och att man inte förstår spelreglerna. Fast det är tydligt att de yngre svenskarna inte alls bryr sig om detta i lika hög grad", säger affärsjuristen Gita Paterson, ordförande i fransk-svenska handelskammaren.

Den ranking som Invest in France Agency har gjort utgår från det antal jobb som tillkommit eller vidmakthållits i form av utländska investeringar eller förvärv. Svenska företag skapade förra året 4 100 arbetstillfällen.

En trend utanför de etablerade

Omkring hälften av dem kom från säkerhetsbolaget Securitas köp av franska Protection Service, möbeljätten IKEA:s nya varuhus nära Fosse-sur-Mer och Volvoägda Renault Trucks expansion vid fabriken i Bourg-en-Bresse.

Men Gita Paterson ser inte den svenska andraplatsen som bara en matematisk tillfällighet, hon talar om en trend utanför de etablerade svenska storföretagen och börjar

"Tanken var att öppna en imageaffär för att visa upp varumärket, men försäljningen har dragit i gång direkt. Vi har förstås räknat med att tjäna pengar här, men inte så fort."



CHRISTINA AHLERS,
ACNES FRANKRIKECHEF