

Când în Suedia se fac vizite de demnitate a celei facute de Casa Regală a României, presa este informată din timp, punându-i-se la dispoziție și materiale informative scrise despre țara respectivă. Ba mai mult, nu se pierde nici ocazia ca și prin Camera de presă a MAE al Suediei corespondenții străini să fie informați despre vizită, ca la rândul lor aceștia să aibe posibilitatea să sublinieze evenimentul în publicațiile pentru care sunt acreditați și astfel făcându-se, și pe această cale, publicitate țării respective.

Aceste lucruri elementare au fost omise de ambasadorul Adrian Constantinescu de asemenea și cu ocazia celor 2 vizite efectuate de Prim-Ministrul României, Adrian Năstase, cât și a vizitei Ministrului de Externe, Mircea Geoană. Acestea sunt exemple de lipsă de profesionalism, de incapacitate de a mediatiza România, ceea ce aduce prejudicii, în ultimă instanță, României.

Nici o altă conferință de presă n-a avut loc în legătură cu acest eveniment, căci, după afirmarea ambasadorului Constantinescu: "Nu s-a organizat nici o conferință de presă liberă, întrucât nu s-a considerat necesar."

Dar dacă publicațiile selectate după criteriul ambasadorului Adrian Constantinescu: "tirajul ziarelor respective și, în consecință, impactul acestora în rândul publicului suedez", ar fi scris despre acest eveniment măcar câteva rânduri și ar fi avut loc "impactul în rândul publicului suedez" despre care vorbea ambasadorul României, poate așa avea pe undeva un pic de înțelegere față de mofturile comuniste și atitudinea dictatorială a ambasadorului.

Dar, 5 din cele 6 publicații invitate nu au scris nici un rând despre această vizită. Publicațiile care au scris despre vizita Casei Regale în Suedia sunt:

\* Sydsvenska Dagbladet, cotidian (invitat), care



M.S. Regele Mihai I de vorbă cu oficialități suedeze și diplomați străini.

Foto: Octavian Ciupitu / © CR.

apare și este răspândit numai în sudul Suediei, în Skåne, restul populației Suediei nu are acces la această cotidian;

\* Miljömagasinet (neinvitat), săptămânal, organ al Partidul Mediului (Miljöpartiet), care se distribuie numai la membrii acestui partid;

\* Konstidningen (neinvitat), publicație care apare o dată pe lună, dar care atinge un cerc destul de restrâns de cititori;

\* Svensk Damtidning (neinvitat), revistă săptămânală, care se adresează categoriei de cititori dornici să afle care sunt ultimile amoruri ale stelelor de cinema și de fotbal.

Toate aceste 4 publicații au o răspândire limitată. Singura dintre aceste 4 publicații care se poate citi într-o bibliotecă este "Konstidningen"(3.000 ex. tiraj). Articolul din "Konstidningen" și "Miljömagasinet" au același autor, pe Lars Kollberg, editor responsabil al publicației "Konstidningen", unul din inițiatorii "Anului Cultural România".

A fost și o apariție la TV1-noutăți, dar nu știu dacă s-o menționez, căci a fost atât de scurtă, încât n-ai apucat nici să te desmeticești și să înțelegi despre ce este vorba, că s-a și terminat, iar la celelalte transmisii ale programului a fost soasă.

Deci, principiul enunțat de ambasadorul Constantinescu, privind "tirajul ziarelor respective și, în consecință, impactul acestora în rândul publicului suedez", a fost sublim, așa putea spune, dar a lipsit cu desăvârșire!

Pe data de 1 noiembrie, M.S. Regele Mihai I și Principele Radu au întâlnit reprezentanți ai guvernului și parlamentului suedez și s-au purtat discuții legate de scopul vizitei.

Pe 2 noiembrie, între orele 18-20, în localul Ambasadei României din Stockholm a fost organizată o întâlnire a M.S. Regele Mihai, Reginei Ana, Princesei Margareta și Principei Radu cu reprezentanți ai originarilor români stabiliți în Suedia.

Românii au venit de la mari distanțe să-L întâlnească pe Majestatea Sa. Din păcate au fost însă mulți care n-au avut acces la această întâlnire (deși spațiul din localul ambasadei ar fi acceptat mult mai multe persoane) și au regretat că nu L-au putut întâlni pe Majestatea Sa.

Pe data de 4 noiembrie dimineața, Principele Radu a vizitat Colegiul Național de Apărare; în aceeași zi, între orele 18-20, în clădirea Ambasadei României a avut loc o recepție organizată de ambasadă la care au participat oficiali suedezi, responsabili cu problematica UE, corp diplomatic, etc., care au avut posibilitatea să discute cu M.S. Regele Mihai, Regina Ana, Princesea Margareta și Principele Radu.

Vizita Casei Regale a României în Suedia a avut o influență favorabilă României, după părerea mea, asupra persoanelor suedeze întâlnite de membrii Casei Regale cu această ocazie.

Din păcate, această vizită a fost foarte puțin mediatizată, iar publicul larg suedez nu a avut ocazia să primească informații nici despre cultura Română înainte de comunism, și nici despre această vizită și scopul ei, prin intermediul presei suedeze.

Silvia Constantinescu.

(Continuare din pagina 7: Christian Bolin.)

Așa că noi suntem din nou pe harta Rusiei. Expoziția a fost vizitată de enorm de multă lume și a arătat că există un interes deosebit în Rusia pentru firma de bijuterii Bolin, pe care într-un fel o tratează ca rusă. Când problemele de legislație și impozit se vor schimba, vom analiza din nou, căci Rusia este țara tuturor posibilităților acum.

S.C.: Bolin este, fără îndoială, alături de Cartier, Tiffany, Fabergé, etc. una din cele mai prestigioase firme din lume. Este Bolin reprezentată și-n alte țări, sau numai în Suedia?

C.B.: Firma W.A.Bolin este o firmă de familie. Noi lăsăm să se vândă obiecte cu numele nostru în unele buticuri, deși destul de limitat, dar noi nu avem magazine în alte țări. Noi dorim să avem controlul asupra afacerilor noastre. Renșterea firmei Bolin, constă tocmai în aceea că este o firmă de familie și este condusă de familie. Acest fapt îi dă caracterul și o face specială. Ceea ce este special cu firma Bolin, este aceea că noi putem să transmitem mai departe tradiția pe care o avem, ceea ce cere ca să ai o vedere în tot procesul: de la executarea obiectului până la contact cu clientul. Noi dorim să ne dezvoltăm încet, dar sigur. Dacă ne-am dezvoltat ca un "lanț de magazine", am pierde acest contact, cum se întâmplă în marile firme astăzi unde sunt investite sume enorme și sunt conduse de tot felul de grupuri. Noi considerăm că o dezvoltare prea rapidă



Ou care să aniverseze bicentenarul firmei Bolin. Aur, email, sodalit și diamante tăiate brilliant. 16x6 cm. Corpul din argint aurit cu email albastru guilloché, împodobit cu emblema rusească a familiei Bolin în diferite culori. Se deschide vertical, cuprinzând textul "2002" din diamante pe o bază din aur și email de culoare purpurie. Executat de Alexei Pomelnicov la comanda firmei Bolin, St. Petersburg, 1996. © W.A. Bolin.

s-ar face în detrimentul calității. Noi avem suficientă tradiție ca să lărgim activitatea atunci când considerăm că este momentul.

S.C.: Mă gândeam că ați putea păstra designul și producția în Suedia, dar desfacerea să fie internațională, ca să faceți mai cunoscută firma în toată lumea, să-i faceți reclamă.

C.B.: Noi n-am făcut niciodată reclamă firmei, căci bunul nostru renume era cea mai bună reclamă. Ca leverantori ai Casei Imperiale din St. Petersburg, nu am avut nevoie de reclamă. Iar în Suedia, chiar dacă este o țară mică ca populație, lumea este legată de clasa din care se trage și cei bogați își cumpărau oricum bijuteriile, ceea ce a făcut ca noi să rezistăm chiar și perioadele de criză, ca leverantori ai Casei Regale. Calitatea produselor noastre a fost reclama noastră, care ne-a păstrat clienții. Cum bine știți, a spune cine ești și cât de bun ești este vulgar în Suedia. Ajunge să arăți ce faci.

S.C.: O altă sursă de câștig pentru firma Bolin sunt licitațiile de bijuterii, pe care le țineți de două ori pe an. Cum au început aceste licitații și de ce?

C.B.: A existat întotdeauna dorința de a cumpăra bijuterii vechi, care au șarmul lor. Bukowskis avea foarte puține bijuterii vechi la licitațiile lor și s-a simțit nevoia de o desfacere mai largă și de aceea, în 1966, tatăl meu a început aceste licitații, care au succes și sunt așteptate.

☆