

Muzeul Național al Satului "Dimitrie Gusti" din București a primit, vineri, certificatul "Brand de țară", fiind prima instituție românească ce primește această titlatură.

Asociația Brand de Țară a organizat, vineri, la Muzeul Național al Satului "Dimitrie Gusti", conferința publică "Produsul românesc - Brand de țară", sub egida programului "Suntem România".

La conferință au participat și au ținut prelegeri Ovidiu Dinescu, șef Serviciu Mărci - Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci (OSIM), Bogdan Stanoevici, secretar de stat în Ministerul Culturii, Sorin Mierlea, președinte al Asociației Naționale pentru Protecția Consumatorilor și Promovarea Programelor și Strategiilor din România (ANPCPPS), Daniela Popa, șef Serviciu Politici Calitate în Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale (MADR), Radu Puchiu, secretar de stat în Guvernul României, Cristina Ionescu, director departamentul de Analiză, Politici și Afaceri Publice la Camera de Comerț și Industrie a României, Mirela Grecu, director la Direcția de Diplomatie Publică și Cultural Științifică a Ministerului de Afaceri Externe (MAE), și Anca Popa, președinte Asociația Brand de Țară.

Cu acest prilej, Asociația Brand de Țară a înmânat certificatul "Brand de țară" Paulinei Popoiu, directorul general al Muzeului Național al Satului "Dimitrie Gusti".

"Suntem cu atât mai onorați, pentru că suntem prima dintr-un lung șir de instituții care vor deveni «Brand de țară». Eu vă asigur că noi vom onora această titlatură și, ca să asigurăm această titlatură, avem în continuare nevoie și de ajutorul dumneavoastră, și de al Ministerului Culturii, și al Ministerului de Externe, și de al Guvernului", a declarat directorul general al Muzeului Satului.

De asemenea, Paulina Popoiu a spus că românii se definesc prin cultură în Europa, iar străinii ar trebui să cunoască și lucrurile bune pe care locuitorii și instituțiile României le fac și nu doar pe cele rele.

"Modalitatea în care noi ieșim în lume și ne promovăm și în interior este și modalitatea în care vom reuși să spălăm și imaginea noastră, care cred că e în curs de spălare", a declarat Paulina

Popoiu, precizând că, în ultima perioadă, a observat o îmbunătățire a reacțiilor celor din străinătate față de România.

Paulina Popoiu a mai spus că Muzeul Satului este singura instituție publică înregistrată la OSIM.

"Suntem un brand de țară noi, Muzeul Satului. Dacă e vorba să ne păstrăm rădăcinile, dacă e vorba să ne impunem ca popor în Europă, atunci putem s-o facem prin respectul pe care noi înșine îl acordăm culturii, prin respectul pe care noi înșine îl acordăm tradițiilor populare, pentru că, până la urmă, dacă vrem să știm cine suntem, trebuie să ne ducem la rădăcini, iar rădăcinile sunt în sat, acolo unde s-a născut veșnicia", a mai spus Paulina Popoiu.

În primăvara anului 1936, a luat ființă Muzeul Satului Românesc, creație a Școlii Sociologice Române, înființată și condusă de profesorul Dimitrie Gusti. Acesta a fost al doilea muzeu în aer liber din țară, după secția în aer liber din Parcul Hoia a Muzeului Etnografic al Transilvaniei, din Cluj-Napoca, înființată în 1929, de Romulus Vuia. În anii '30, în Europa existau doar două muzee în aer liber - Muzeul Skansen, din Stockholm (Suedia, 1891), și Muzeul Bigdo, din Lillehammer (Norvegia).

La deschiderea sa, Muzeul Satului din București avea o suprafață de 5 hectare și cuprindea 30 de case țărănești, caracteristice diferitelor zone din țară. În anul 1977, el a primit denumirea de Muzeul Satului și de Artă Populară, prin contopirea cu Muzeul de Artă Populară, iar, în luna martie a anului 1990, a fost divizat în Muzeul Satului și Muzeul Țăranului Român.

În prezent, Muzeul Satului cuprinde peste 80 de gospodării, monumente și instalații, colecții de costume populare (13.258 de obiecte), obiecte textile de ordin practic, utilitar (7.576), scoarțe (2.019 de obiecte), obiecte religioase (în număr de 1.530), ceramică (8.565 de obiecte), obiecte din lemn (5.817), precum și 93.000 de fotografii documentare alb-negru și color.

Asociația Brand de Țară și primul program național demarat - "Suntem România" - reprezintă o inițiativă sprijinită de InfoCons - Asociația Națională pentru Protecția Consumatorilor și Promovarea Programelor și Strategiilor din România (ANPCPPS România), membră cu drepturi depline în Consumers International și Federația Asociațiilor de Consumatori, se arată pe site-ul suntemromania.ro.

Asociația Brand de Țară promovează proprietatea intelectuală românească, are ca scop crearea brandului de țară definit prin puterea comercială a națiunii - prin promovarea, încurajarea și celebrarea mărcilor românești, în ideea conservării ca moștenire națională a calităților, tradițiilor culturale și a mărcilor emblematice. Printr-o strategie clară de promovare, programul național "Suntem România" mediatizează mărcile românești și valorile la care românii se raportează ca popor. Prin acest proiect se creează un consens în ceea ce privește consumul produselor românești, prin depunerea unui efort susținut, de lungă durată și consistent în investirea încrederii românilor în mărcile locale.

Valoarea națională a României este alcătuită din proprietatea intelectuală românească - creații ale minții românilor: invenții, opere literare, artistice și simboluri, nume și imagini utilizate în comerț. Toate acestea contribuie la construirea identității naționale, se arată pe același site.

Printre obiectivele Asociației Brand de Țară se numără dezvoltarea conceptului de "Brand de țară", compus din mărcile românești, grupate pe ramuri de activitate, prin desfășurarea de activități în domeniul social, umanitar și educativ, prin promovarea valorilor, culturii, științei și civilizației românești.