

**Czy kampania informacyjna w procesie wprowadzenia euro w Polsce będzie
uwzględniała potrzeby osób niepełnosprawnych?**

Celem kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro będzie odpowiednie przygotowanie do procesu wymiany waluty narodowej na euro nie tyle większości społeczeństwa, co jego całości. W związku z tym w sposób szczególny podczas kampanii informacyjnej zostaną uwzględnione grupy społeczne o specjalnych wymaganiach informacyjnych, w tym również osoby niepełnosprawne.

W państwach członkowskich UE, które do tej pory przyjęły wspólną walutę, narodowa strategia komunikacyjna w procesie wprowadzania euro uwzględniała potrzeby osób niepełnosprawnych. Ponieważ kampania informacyjna adresowana do ogółu społeczeństwa mogła nie być właściwie przystosowana do potrzeb osób niepełnosprawnych, ważnym elementem strategii komunikacyjnych było zapewnienie dostarczenia tzw. wrażliwym grupom społecznym (w tym także osobom niepełnosprawnym) informacji w odpowiedni sposób dostosowanych do ich potrzeb. Przykładowo, na Słowacji – która przyjęła euro 1 stycznia 2009 r. – wśród najważniejszych elementów kampanii informacyjnej, wychodzących naprzeciw specyficznym potrzebom osób niepełnosprawnych, należy wymienić np.: materiały informacyjne napisane alfabetem Braille’a, specjalne szablony do nauki rozpoznawania monet i banknotów euro, skierowane do osób niewidomych i słabowidzących, mówiące eurokalkulatory, materiały informacyjne na płytach CD – dostosowane do potrzeb osób niewidzących oraz na płytach DVD – dla osób niesłyszących.

Narodowa strategia komunikacyjna w procesie wprowadzenia euro w Polsce zostanie wypracowana w ramach Zespołu Roboczego ds. Strategii Komunikacyjnej, którego przewodniczącym jest przedstawiciel Sekretarza Komitetu Integracji Europejskiej, wiceprzewodniczącymi – przedstawiciel Ministerstwa Finansów oraz przedstawiciel Narodowego Banku Polskiego, a jednym z członków Zespołu – przedstawiciel Pełnomocnika Rządu ds. Osób Niepełnosprawnych.