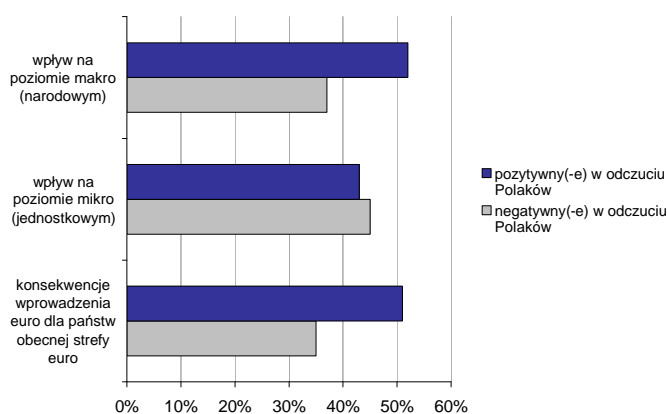


EUROBAROMETR – przeгляд wyników badań opinii publicznej nt. euro z lat 2004-2009 w zakresie wybranych zagadnień

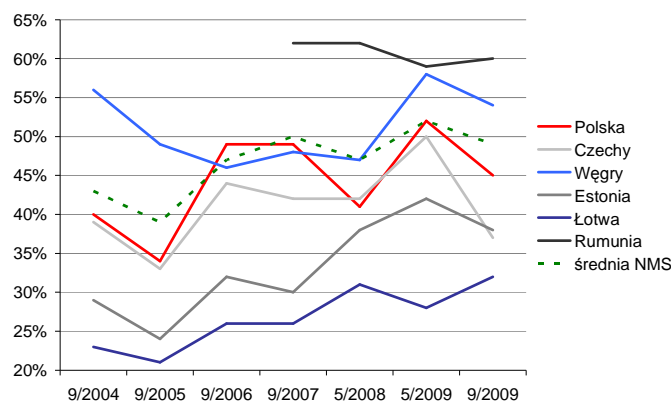
- ◆ Ocena konsekwencji wprowadzenia euro ◆ Poparcie dla euro
- ◆ Obawy związane z wprowadzeniem euro ◆ Poinformowanie nt. euro
- ◆ Ocena procesu wprowadzenia euro w NMS-4

OCENA KONSEKWENCJI WPROWADZENIA EURO

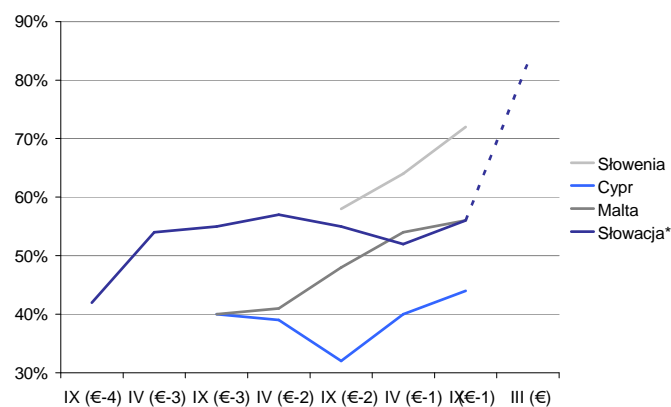


- Polacy spodziewają się zdecydowanie pozytywnego wpływu wprowadzenia euro dla naszego kraju – 52% ankietowanych deklaruje, że wpływ ten będzie bardzo lub raczej pozytywny. Jest to **bardzo dobry wynik** – większą przewagę optymistów można znaleźć tylko w Rumunii (62%).
- Polacy są podzieleni jeśli chodzi o ocenę wpływu wprowadzenia euro z ich osobistej perspektywy. W ostatnich latach średnio ok. 40-45% Polaków oceniało, że wprowadzenie euro byłoby dla nich pozytywne.
- Od 2007 r. konsekwentnie **ponad połowa Polaków uważa, że wprowadzenie euro było korzystne dla państw, które przystąpiły do strefy euro**. Jest to wynik bliski średniej dla NMS¹. Przeciwnego zdania jest ok. 35% Polaków, co nieznacznie przekracza średnią w NMS.

POPARCIE DLA EURO



- W grupie NMS poparcie dla euro² w okresie 2006-2009 kształtowało się w granicach 45-50% (w początkowym okresie, 2004-2005, było nieco niższe). Wynik ten jest porównywalny z odsetkiem osób w grupie NMS, które spodziewają się pozytywnych skutków przyjęcia euro na poziomie makro (narodowym) i mikro (jednostkowym).
- W Polsce w latach 2004-2008 poparcie dla euro generalnie kształtowało się między 40% a 50%³, przejściowo osiągając w maju 2009 r., podobnie jak w Czechach i na Węgrzech, rekordowo wysoki poziom, wynoszący 52%. Dane za wrzesień br. pokazują ponowny spadek poparcia do 45%.
- Polski wynik jest relatywnie dobry na tle grupy NMS-8 – najwyższym poparciem euro cieszy się w Rumunii (ok. 60%) i na Węgrzech (ok. 50%), najniższe jest na Łotwie (ok. 30%).
- Przykład NMS, które już wprowadziły euro (Słowenia, Cypr, Malta, Słowacja) pokazuje, że poparcie dla euro wzrasta wraz z intensyfikacją kampanii informacyjnej nt. wprowadzania euro.



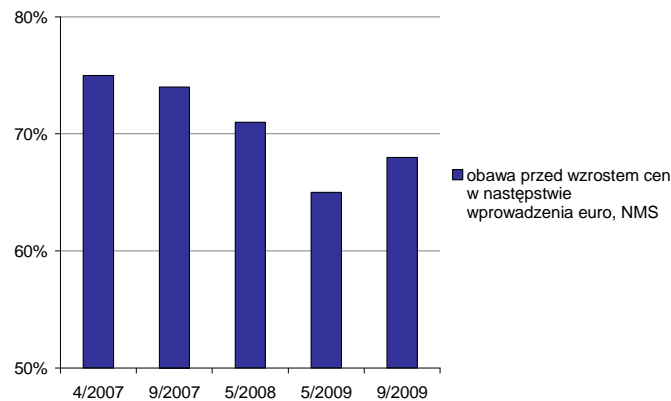
Uwaga: cyframi rzymskimi oznaczono miesiące, w nawiasie podana jest liczba lat przed wprowadzeniem euro, np. IX(€-4) oznacza wrzesień na 4 lata przed datą wprowadzenia euro.

* Linia przerywaną zaznaczono dane pochodzące z badań słowackiego urzędu statystycznego.

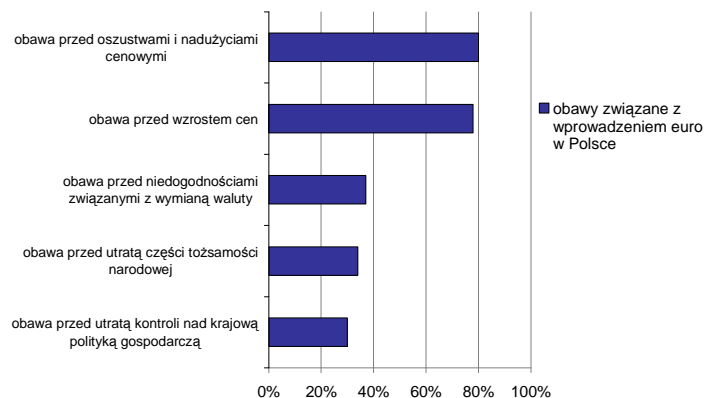
- Kryzys finansowy umocnił poparcie dla wspólnej waluty w państwach strefy euro – szczególnie w tych tradycyjnie eurosceptycznych⁴. Natomiast w przypadku grupy NMS wpływ kryzysu finansowego na poziom poparcia dla euro jest niejednoznaczny.

OBAWY ZWIĄZANE Z WPORWADZENIEM EURO

- Najsilniejsze obawy związane z wprowadzeniem euro w grupie NMS dotyczą oszustw i nadużyć w zakresie przeliczania cen na euro (wyraża je ok. 70% ankietowanych) oraz lęku przed wzrostem cen po wprowadzeniu euro (ok. 70-75%). **Jednak obawa przed wzrostem cen po wprowadzeniu euro w NMS stopniowo się zmniejsza.**



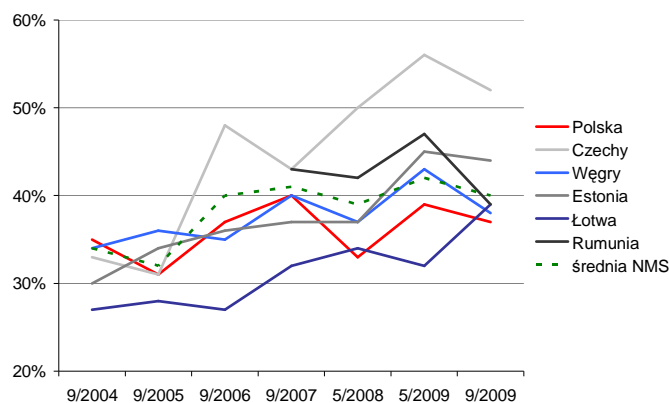
- W Polsce społeczeństwo najsilniej obawia się oszustw i nadużyć cenowych. Takie obawy wyraża ok. 80% ankietowanych. Podobnie silna jest obawa przed wzrostem cen. **Obok Estonii jest ona najsilniejsza w całej grupie NMS-8.**



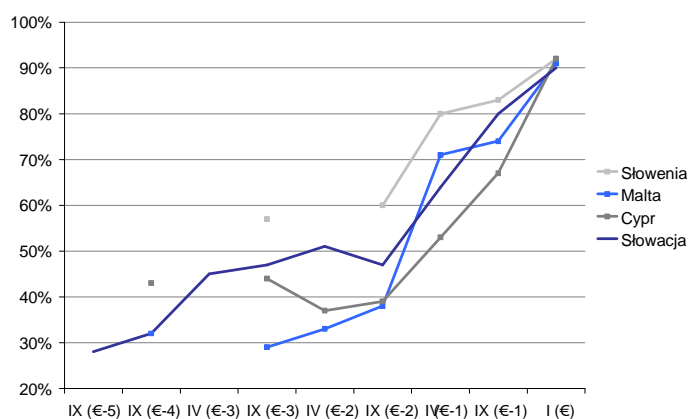
- W Polsce obawy dot. utraty tożsamości narodowej w wyniku wprowadzenia euro są **relatywnie słabe** – wyraża je ok. 30% ankietowanych, przy średniej dla grupy NMS wynoszącej ok. 35%. Obawy związane z utratą tożsamości narodowej są szczególnie silne w państwach bałtyckich (Łotwa – ponad 60%, Litwa – ok. 50%, Estonia – ok. 40%) i w Czechach (ponad 50%). Tymczasem aż ok. 60% Polaków deklaruje, że **wprowadzenie euro wzmocni ich europejską tożsamość.**

POINFORMOWANIE NT. EURO

- W Polsce ok. 35-40% społeczeństwa czuje się dobrze poinformowana nt. euro, podczas gdy ok. 60% ankietowanych deklaruje niedostateczny stopień poinformowania nt. euro. Jest to wynik zbliżony do średniej w grupie NMS.



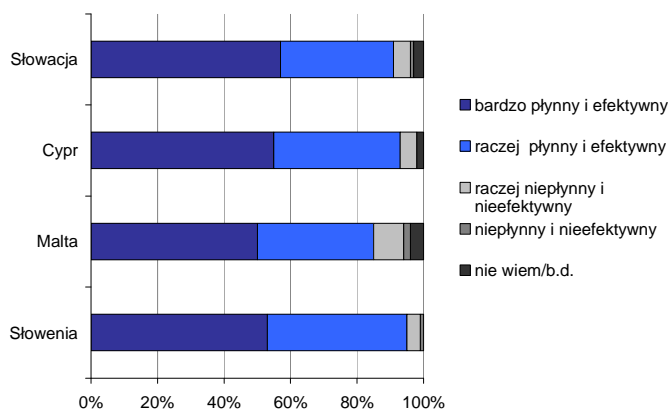
- Przykład Słowenii, Cypru, Malty i Słowacji pokazuje, że subiektywny poziom poinformowania znacząco wzrasta wraz z intensyfikacją kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro. W okresie wprowadzenia euro, dobrze poinformowane czuło się w każdym z tych krajów 90% społeczeństwa, co potwierdza efektywność kampanii informacyjnych.



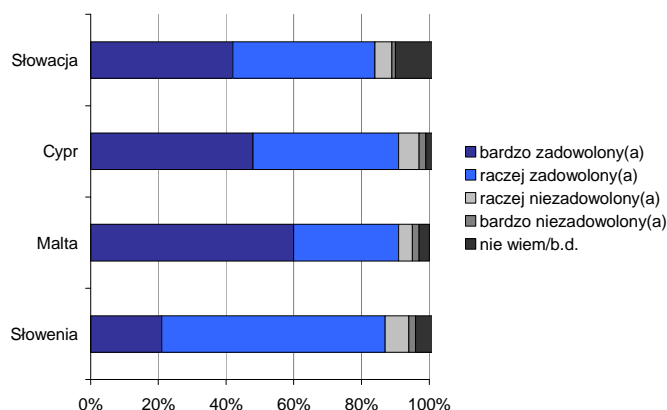
- Jedyne niecałe 20% Polaków jest świadomych, że Polska jest zobowiązana do przyjęcia euro. Wynik ten jest stabilny na przestrzeni ostatnich lat. Średnia dla NMS, która jest także stosunkowo niska, wynosi niecałe 30%, natomiast górna granica tego wskaźnika (na Węgrzech, w Czechach i w Bułgarii) przekracza nieznacznie 40%.
- Tylko niecałe 30% Polaków jest dobrze zorientowanych w zakresie aktualnej liczby państw członkowskich strefy euro. Średnia dla NMS jest także bardzo niska – od 2007 r. utrzymuje się w granicy ok. 30%.

OCENA PROCESU WPROWADZENIA EURO W NMS-4

- Proces wprowadzenia euro w Słowenii, na Malcie, Cyprze i Słowacji został oceniony pozytywnie przez obywateli tych państw. **Średnio 90% społeczeństw oceniło ten proces jako płynny i efektywny.** Można się pokusić o stwierdzenie, że na tak pozytywną ocenę całości procesu wymiany waluty ważny wpływ miały dobrze przeprowadzone kampanie informacyjne.



- Kampanie informacyjne** w procesie wprowadzenia euro w Słowenii, na Cyprze, Malcie i Słowacji **okazały się sukcesem** – **85-90% społeczeństw** tych państw była ex-post zadowolona z informacji nt. euro przekazywanych przez władze.



Materiał opracowano na podstawie badań Flash Eurobarometer *Introduction of the euro in the new Member States* z lat 2004-2009 oraz Flash Eurobarometr, dotyczących wprowadzenia euro w Słowenii, na Cyprze, Malcie i Słowacji. Badanie te są publikowane przez Komisję Europejską:

http://ec.europa.eu/public_opinion/euro_en.htm

O ile nie wskazano inaczej, przywoływane dane pochodzą z najnowszych badań, tj. z września 2009 r.



Więcej informacji nt. roli kampanii informacyjnej w procesie wprowadzania euro w opracowaniu: J. Osińska, *Strategia komunikacyjna w procesie wprowadzania euro. Wnioski dla Polski*, „Europracowania”, nr 1/2009

<http://www.mf.gov.pl/dokument.php?const=1&dzial=2912&id=187522>

Przypisy:

¹ NMS to grupa nowych państw członkowskich UE, które nie przystąpiły jeszcze do strefy euro. W omawianym okresie ich liczba zmieniała się w czasie z powodu akcesji do UE Bułgarii i Rumunii w 2007 r. oraz wprowadzenia euro w Słowenii (2007 r.), na Cyprze i Malcie (2008 r.) oraz Słowacji (2009 r.). Liczebność grupy państw NMS kształtowała się następująco: 2004-2006 – NMS-10, 2007 – NMS-11, 2008 – NMS-9, 2009 – NMS-8.

² Poparcie dla euro jest mierzone za pomocą odsetka osób „bardzo zadowolonych” i „zadowolonych” z faktu zastąpienia waluty narodowej przez euro.

³ Poziom poparcia dla euro w Polsce waha się w zależności od badań – wyniki polskich badań są często bardzo różne od wyników badań Eurobarometru.

⁴ Wnioski zaprezentowane w listopadzie 2009 r. na spotkaniu grupy DirCom, działającej pod auspicjami Komisji Europejskiej.