



Ministerstwo Finansów

Departament Polityki Finansowej, Analiz i Statystyki

Numer
2 / 2010

Biuro Pełnomocnika Rządu ds.
Wprowadzenia Euro przez Rzeczpospolitą
Polską

Monitor opinii publicznej

Kontakt:

tel.

(+48 22) 694 36 00
694 36 04

fax

(+48 22) 694 41 77

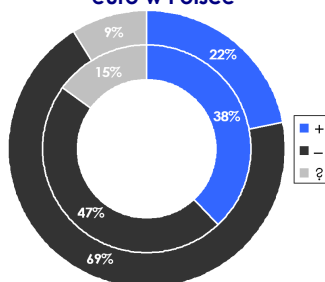
e-mail:

dziennikarze
@mofnet.gov.pl

Ministerstwo
Finansów

Ul. Świętokrzyska 12
00-916 Warszawa

Poinformowanie Polaków nt. euro
i poparcie dla wprowadzenia
euro w Polsce



Pierścień zew. – poinformowanie o euro*
Pierścień wew. – poparcie dla euro**

Uwaga: dane zagregowane – por.:
* – wykres 12,
** – wykres 1.

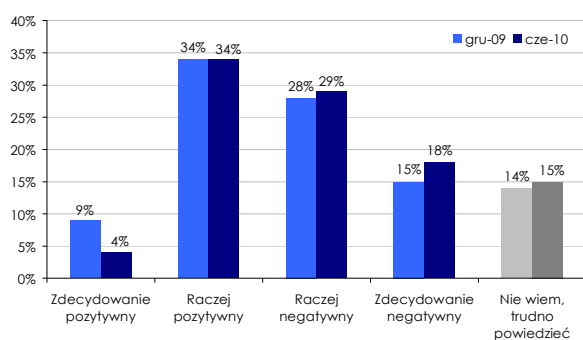
Źródło: Ipsos/MF.

- Badania przeprowadzone przez Ipsos Observer Sp. z o.o. w czerwcu br. na zlecenie Ministerstwa Finansów (Ipsos/MF) na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej, liczącej 1005 osób w wieku 15 lat i więcej, wskazują na **spadek poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce. Odsetek osób o negatywnym stosunku do wprowadzenia euro wzrósł o 4 pkt. proc., do 47%, podczas gdy odsetek zwolenników spadł o 5 pkt. proc., do 38%.**
- Obecnie **najczęściej wskazywaną korzyścią z wprowadzenia euro w Polsce są lepsze warunki dla polskiego handlu zagranicznego, ułatwione podróżowanie i dokonywanie zakupów w innych państwach strefy euro oraz euro jako silniejsza i stabilniejsza waluta**, aczkolwiek w tym ostatnim przypadku odnotowano spadek wskazań o 5 pkt. proc. **Jednocześnie do 21% (o 4 pkt. proc.) wzrósł odsetek osób uważających, że z wprowadzeniem euro nie będą się wiązały żadne korzyści.** Podobnie jak w poprzednim badaniu, **co piąty Polak, choć nie neguje pozytywnych stron wprowadzenia euro, to jednak nie potrafi ich wskazać.**
- **W związku z wprowadzeniem euro Polacy najczęściej obawiają się pogorszenia własnej sytuacji finansowej, wzrostu cen w wyniku ich zaokrąglania i podnoszenia przez sprzedawców oraz wzrostu biedy i nierówności społecznych.** Jedyne 15% ankietowanych uważa, że wprowadzenie euro nie przyczyni się do skokowego wzrostu cen lub przyczyni się do niego tylko w bardzo małym stopniu. W porównaniu do poprzedniego badania o 3 pkt. proc. wzrósł odsetek ankietowanych obawiających się utraty przez Polskę kontroli nad polityką gospodarczą w wyniku wejścia do strefy euro.
- **Przedstawione wyniki badań najprawdopodobniej odzwierciedlają reakcję polskiej opinii publicznej na ostatnie zawirowania w strefie euro związane z kryzysem finansów publicznych w Grecji oraz będącą jego efektem koniecznością szybkich i zakrojonych na szeroką skalę działań naprawczych, które spotkały się z gwałtownymi protestami społeczeństwa greckiego.** Wpływ tych wydarzeń na polską opinię publiczną wyraża się przede wszystkim w częściowym spadku poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce oraz spadku odsetka badanych przekonanych o korzystnym wpływie wprowadzenia wspólnej waluty na gospodarkę państw strefy euro.
- Aktualne wyniki badań potwierdzają wcześniejszy wniosek o **dużych potrzebach informacyjnych polskiego społeczeństwa w zakresie tematyki związanej z euro i jego wprowadzeniem w Polsce.** Wskazuje na to fakt, iż **jedynie co piąty badany czuje się dobrze poinformowany o euro, a prawie 70% Polaków odczuwa deficyt informacji w tym zakresie lub ich całkowity brak.** Jako preferowane źródła informacji nt. wprowadzenia euro w Polsce badani najczęściej wskazywali media (56%) oraz administrację rządową w osobie Pełnomocnika Rządu ds. Wprowadzenia Euro (spadek o 1 pkt. proc., do 21%), a także NBP i władze lokalne (po 15%, spadek o 2 pkt. proc.).
- W kontekście przyszłej narodowej kampanii informacyjnej, będącej częścią procesu wprowadzenia euro oraz w obliczu kryzysu greckiego w przekazie informacyjnym do społeczeństwa istotną uwagę należy poświęcić kwestiom stabilności finansowej i makroekonomicznej gospodarki. W tym zakresie **szczególne miejsce powinna zajmować tematyka reform strukturalnych, których zaniechanie, oznaczające niedostateczne przygotowanie do przyjęcia euro (strategia integracji oparta w dużej mierze na dostosowaniach jednorazowych), uznaje się za bezpośrednią przyczynę greckiego kryzysu.**

Poparcie dla wprowadzenia euro

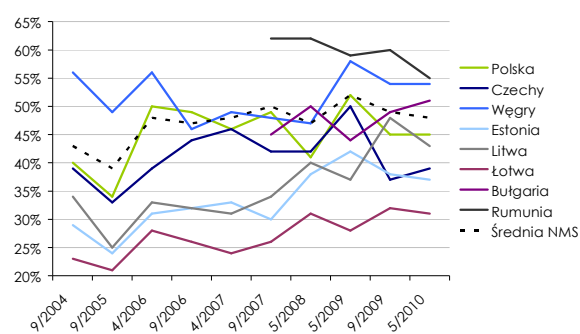
- **Nowe badania Ipsos/MF wskazują na wzrost liczby osób o negatywnym stosunku do wprowadzenia euro w Polsce.** Na poziomie zagregowanym, ich odsetek wzrósł z 43% do 47%, zaś odsetek zwolenników spadł z 43% do 38% (por. wykres 1). Przy dezagregacji danych na poszczególne odpowiedzi okazuje się natomiast, że postawy umiarkowane („raczej negatywny” i „raczej pozytywny” stosunek do wprowadzenia euro) utrzymały się bez zmian, natomiast wzrósł odsetek zdecydowanych przeciwników i spadł odsetek zdecydowanych zwolenników przyjęcia wspólnej waluty europejskiej. Jednocześnie, podobnie jak w poprzednim badaniu, **15% badanych nie ma wyrobionej opinii w tej kwestii.**
- Zdecydowanymi zwolennikami wprowadzenia euro są przede wszystkim osoby z najmłodszej grupy wiekowej (15-17 lat), studenci oraz przedstawiciele inteligencji, a zdecydowanymi przeciwnikami – osoby z najstarszej grupy wiekowej (60+) i emeryci oraz osoby z wykształceniem podstawowym i zawodowym. **Poziom poparcia dla euro może wiązać się ze stopniem poinformowania nt. wspólnej waluty i procesu jej wprowadzenia** (por. część „Poinformowanie nt. euro”).
- **Spadek poparcia dla euro najprawdopodobniej przypisać można reakcji opinii publicznej na ostatnie zawirowania w strefie euro związane z kryzysem greckich finansów publicznych oraz będącą jego efektem napiętą sytuacją społeczną w tym kraju.**
- Sytuacja wygląda nieco inaczej w przypadku ostatniego badania z serii **Flash Eurobarometer** z maja 2010 r., zgodnie z wynikami którego **poziom poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce nie zmienił się od ostatniego badania i nadal wynosi 45%** (por. wykres 2). **Polski wynik jest relatywnie dobry na tle grupy NMS¹, bliski średniej w tej grupie.** Zwraca natomiast uwagę niski poziom poparcia dla wprowadzenia euro w Estonii, która przyjmie euro 1 stycznia 2011 r.

Wykres 1. Stosunek Polaków do wprowadzenia euro



Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 2. Stosunek do wprowadzenia euro w NMS – odsetek osób „bardzo” i „raczej” zadowolonych

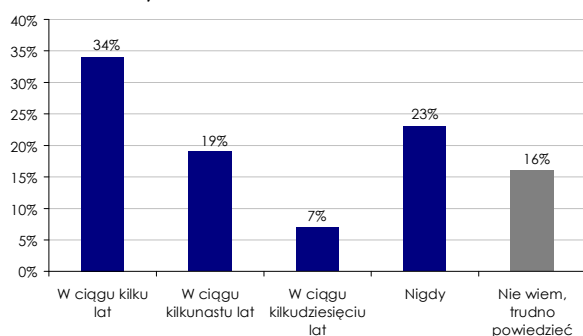


Źródło: Flash Eurobarometer.

Perspektywa wprowadzenia euro w Polsce

- **Według badań Ipsos/MF, najwięcej Polaków (34%) sądzi, że euro powinno zostać wprowadzone w Polsce w ciągu kilku lat** (por. wykres 3). Zdaniem jednej czwartej badanych perspektywa ta powinna natomiast wynosić kilkanaście lub nawet kilkadziesiąt lat. **Po dodaniu do zakresu możliwych odpowiedzi opcji „nigdy”, okazało się, że takiego zdania jest prawie jedna czwarta ankietowanych. 16% badanych nie potrafiło określić swoich preferencji w tym zakresie.**
- **Według badań Eurobarometru** odsetek Polaków opowiadających się za możliwie jak najwcześniejszym wprowadzeniem euro spadł do 15% i jednocześnie wynik ten jest w Polsce znacząco niższy niż średnio w pozostałych państwach z grupy NMS (por. wykres 4). Dwa razy więcej badanych chciałoby wprowadzenia euro w Polsce natomiast jak najdłuższego odsunięcia w czasie tego momentu, jednak **najwięcej badanych (44%) chciałoby wprowadzenia euro w Polsce „za jakiś czas”.**

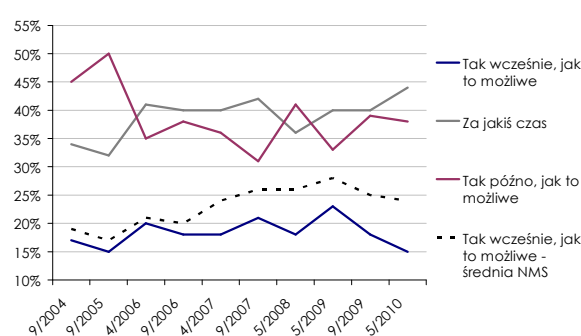
Wykres 3. Preferowana perspektywa wprowadzenia euro w Polsce, czerwiec 2010 r.*



* W 2010 r. dodano do zakresu możliwych odpowiedzi opcję „nigdy”. Danych z 2009 r. nie uwzględniono na wykresie z uwagi na brak porównywalności.

Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 4. Preferowana perspektywa wprowadzenia euro w Polsce



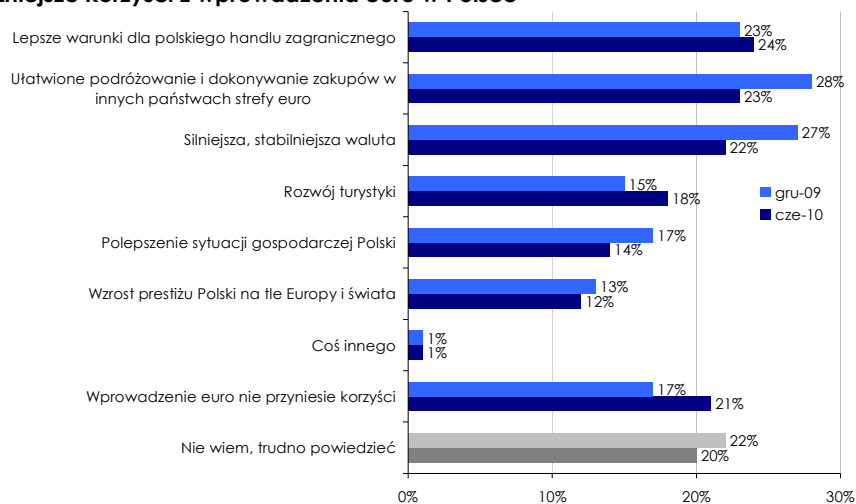
Źródło: Flash Eurobarometer.

¹ NMS to grupa nowych państw członkowskich UE, które nie przystąpiły jeszcze do strefy euro. W latach 2004-2009 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.

Korzyści z wprowadzenia euro

- **W oczach Polaków największymi korzyściami z wprowadzenia euro są wciąż: lepsze warunki dla polskiego handlu zagranicznego, ułatwione podróżowanie i dokonywanie zakupów w innych państwach strefy euro oraz silniejsza i stabilniejsza waluta** (por. wykres 5). Zwraca uwagę duży spadek (o odpowiednio 5 i 3 pkt. proc.) w zakresie wskazania „silniejszej, stabilniejszej waluty” oraz „polepszenia sytuacji gospodarczej Polski” jako jednych z najważniejszych korzyści z wprowadzenia euro. Wynik ten prawdopodobnie odzwierciedla reakcję opinii publicznej na zawirowania w strefie euro spowodowane kryzysem greckim. Badani dostrzegają także inne korzyści, jakie niesie ze sobą przyjęcie euro, takie jak rozwój turystyki, polepszenie sytuacji gospodarczej Polski czy wzrost prestiżu naszego kraju na tle Europy i świata.
- **W porównaniu z poprzednim badaniem o 4 pkt. proc. (do 21%) wzrósł odsetek badanych będących zdania, że z wprowadzeniem euro nie będą się wiązały żadne korzyści.** O braku korzyści z wprowadzenia euro częściej od innych są przekonane osoby o negatywnym stosunku do wprowadzenia euro, osoby w wieku powyżej 50 lat, emeryci i renciści oraz osoby z wykształceniem zawodowym i podstawowym. Jednocześnie **co piąty Polak nie neguje pozytywnych stron wprowadzenia euro, jednak nie potrafi ich wskazać.**

Wykres 5. Najważniejsze korzyści z wprowadzenia euro w Polsce*



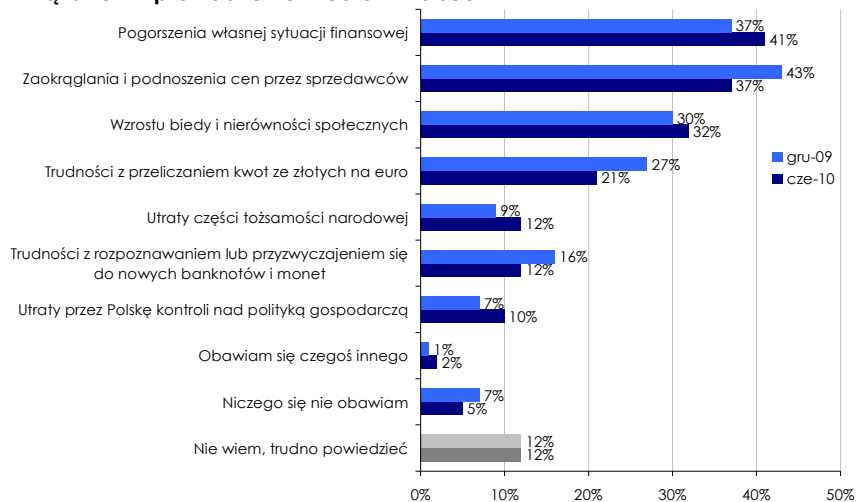
* Procenty nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać trzy najważniejsze jego zdaniem odpowiedzi.

Źródło: Ipsos/MF.

Obawy związane z wprowadzeniem euro

- **Najsilniejsze obawy związane z wprowadzeniem euro w Polsce wiążą się bezpośrednio lub pośrednio z jego wpływem na poziom cen.** Najczęściej wskazywano na obawy dotyczące pogorszenia własnej sytuacji finansowej (41%, wzrost o 4 pkt. proc.), zaokrąglania i podnoszenia cen przez sprzedawców (37%, spadek o 6 pkt. proc.) oraz wzrost biedy i nierówności społecznych (32%, wzrost o 2 pkt. proc.). Spadł odsetek osób obawiających się trudności związanych z przeliczaniem kwot ze złotych na euro oraz rozpoznawaniem lub przyzwyczajaniem się do nowych banknotów i monet. Dużo rzadziej badani wskazywali na obawy dotyczące utraty części tożsamości narodowej (aczkolwiek odnotowano w tym zakresie wzrost o 3 pkt. proc., do 12%) lub kontroli nad polityką gospodarczą w wyniku wprowadzenia euro (także wzrost o 3 pkt. proc., do 10%). Jedynie 5% badanych nie łączy żadnych obaw z wprowadzeniem euro w Polsce.

Wykres 6. Obawy związane z wprowadzeniem euro w Polsce*

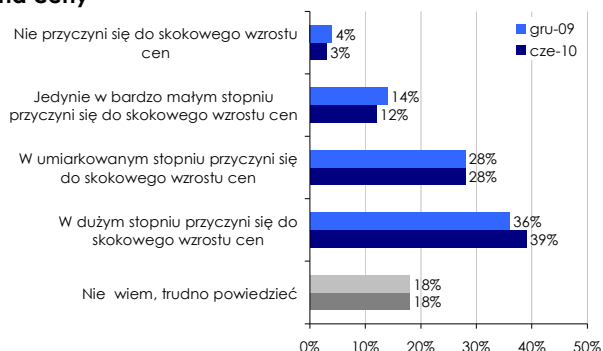


* Procenty nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać trzy najważniejsze jego zdaniem odpowiedzi.

Źródło: Ipsos/MF.

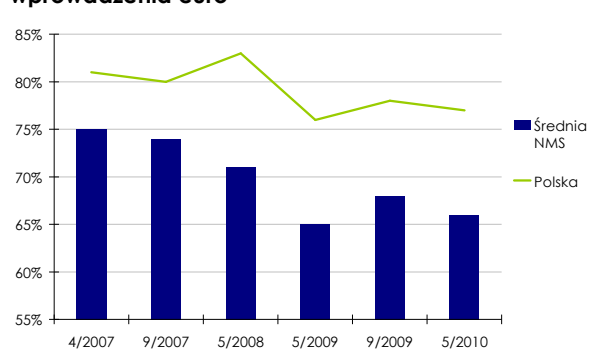
- **Prawie 80% Polaków obawia się, w mniejszym lub większym stopniu, skokowego wzrostu cen w wyniku wprowadzenia euro** (por. wykres 7). Do 39% (o 3 pkt. proc.) wzrósł odsetek badanych w opinii których wprowadzenie euro w dużym stopniu przyczyni się do wzrostu cen. Obawy takie najczęściej wyrażają przeciwnicy wprowadzenia euro, osoby z najstarszej grupy wiekowej (60+), emeryci i renciści, osoby bezrobotne oraz osoby z wykształceniem podstawowym i zawodowym. **Jednocześnie prawie co piąty Polak nie potrafi ocenić, czy w wyniku wprowadzenia euro nastąpi skokowy wzrost cen.**
- **Wyniki badań Eurobarometru potwierdzają istnienie silnych obaw przed wzrostem cen w wyniku wprowadzenia euro. Obok Estonii obawy te są w Polsce najsilniejsze w grupie NMS.** Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, iż **od roku 2007 w grupie NMS obawy przed wzrostem cen w wyniku wprowadzenia euro stopniowo się zmniejszają** (por. wykres 8).
- Analizując dane dotyczące obaw, jakie wyraża polskie społeczeństwo w kontekście wprowadzenia euro, należy mieć na uwadze fakt, że brak informacji często prowadzi do obawy przed tym, co nieznanne. Jest to ważne w kontekście niskiego stopnia poinformowania Polaków nt. euro (por. część „Poinformowanie nt. euro”, s. 5). Kampania informacyjna w procesie wprowadzenia euro w Polsce będzie miała na celu dostarczenie społeczeństwu niezbędnych informacji w odpowiednim czasie i w odpowiedniej formie. W kontekście silnych obaw dotyczących wzrostu cen w wyniku wprowadzenia euro należy także podkreślić szczególną rolę, jaką w procesie wprowadzenia euro w Polsce będą pełniły środki ochrony konsumentów².

Wykres 7. Ocena wpływu wprowadzenia euro w Polsce na ceny



Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 8. Obawa przed wzrostem cen w wyniku wprowadzenia euro

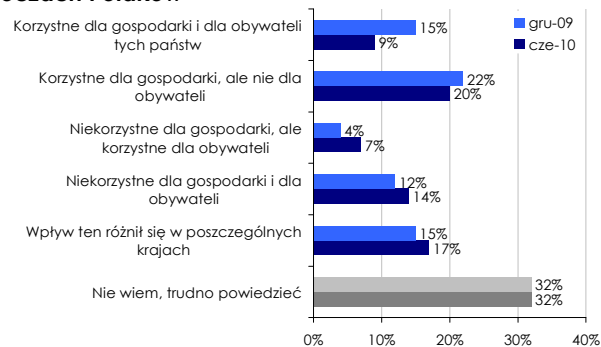


Źródło: Flash Eurobarometer.

Ocena konsekwencji wprowadzenia euro

- **Tak duży odsetek osób łączących obawy z wprowadzeniem euro w Polsce może wynikać również z faktu, iż – jak wskazują wyniki badań Ipsos/MF – co trzeci z Polaków nie potrafi ocenić konsekwencji wprowadzenia euro w innych krajach** (por. wykres 9). W porównaniu z wynikami ostatniego badania **silnie spadł (z 37% do 29%) odsetek osób przekonanych o korzystnym wpływie wprowadzenia euro na gospodarki państw strefy euro**, a jednocześnie o 2 pkt. proc. (do 14%) wzrósł odsetek badanych oceniających konsekwencje wprowadzenia euro w państwach strefy euro jako negatywne zarówno na poziomie makro (gospodarki), jak i mikro (jednostkowym). Co piąty Polak łączy korzystny wpływ wprowadzenia euro dla gospodarek państw obecnej strefy euro z niekorzystnym wpływem dla ich obywateli. O 2 pkt. proc. (do 17%) wzrósł odsetek ankietowanych, których zdaniem wpływ wprowadzenia euro na gospodarkę i dla obywateli był różnił się pomiędzy krajami.
- **Również badania Eurobarometru wskazują na wyraźną zmianę oceny konsekwencji wprowadzenia euro dla państw obecnej strefy euro, co silnie odzwierciedla reakcję opinii publicznej na sytuację gospodarczą Grecji. Odsetek badanych oceniających ten wpływ jako negatywny wzrósł do 39% (aż o 7 pkt. proc.), natomiast odsetek będących przeciwnego zdania spadł do 47%** (o 4 pkt. proc., por. wykres 11).
- **40% badanych przez Ipsos/MF uważa, że wprowadzenie euro w Polsce będzie korzystne dla gospodarki** (por. wykres 10), co oznacza spadek o 4 pkt. proc. w porównaniu do poprzedniego badania. Jest to **wynik spójny z badaniami Eurobarometru** (por. wykres 11), z których wynika, że **Polacy spodziewają się pozytywnego wpływu wprowadzenia euro dla naszego kraju – 48%** badanych (także o 4 pkt. proc. mniej) deklaruje, że wpływ ten będzie bardzo lub raczej pozytywny. Odmienne zdanie ma 38% badanych. Wysoki wynik w zakresie pozytywnego wpływu wprowadzenia euro na gospodarkę odnotowany w poprzednim badaniu Eurobarometru spadł jednak obecnie do poziomu o 1 pkt. proc. niższego od średniej w grupie NMS.

Wykres 9. Ocena konsekwencji wprowadzenia wspólnej waluty w państwach obecnej strefy euro w oczach Polaków



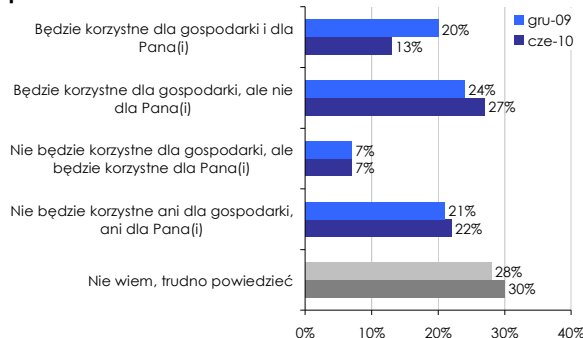
Źródło: Ipsos/MF.

² Więcej na temat ochrony konsumentów w procesie przejścia na euro można znaleźć w opracowaniu: J. Osińska, Ochrona konsumentów w procesie wprowadzania euro, „Europracowania”, nr 4/2010; wkrótce dostępnym na www.euro.mf.gov.pl.

Podczas gdy poprzednio większą liczbę optymistów można było znaleźć tylko w Rumunii, aktualnie w większym stopniu niż w Polsce pozytywnych efektów wprowadzenia euro oczekują także Węgry i Bułgaria.

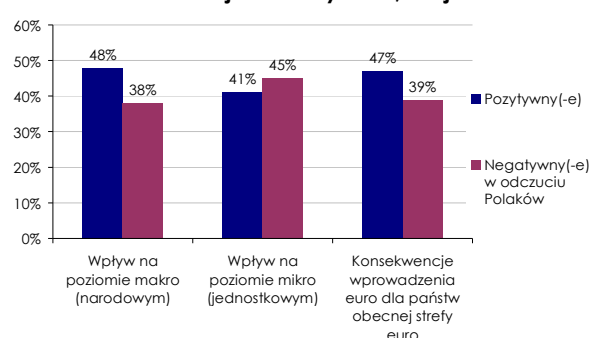
- Równocześnie, wg badań Ipsos/MF, prawie jedna trzecia badanych nie potrafi ocenić, jaki będzie wpływ przyjęcia wspólnej waluty w naszym kraju. Ponadto, podobnie jak w przypadku danych dotyczących poparcia dla euro (por. wykres 1), odnotowano spadek (z 20% do 13%, por. wykres 10) odsetka zdecydowanych optymistów (euro będzie korzystne dla gospodarki i dla obywateli). Odsetek zdecydowanych pesymistów (euro będzie niekorzystne dla gospodarki i dla obywateli) nie uległ znaczącym zmianom (wzrost o 1 pkt. proc.).
- Również w powyższych danych najprawdopodobniej znalazł odbicie kryzys grecki, który częściowo przełożył się na spadek zaufania do strefy euro jako całości. Generalnie przedstawione dane wskazują na **duży deficyt informacyjny w zakresie skutków wprowadzenia euro, zarówno tych pozytywnych, jak i negatywnych, co sprawia, że wiele osób nie potrafi ocenić bilansu netto wprowadzenia euro**. Deficyt informacji potwierdzają także wyniki dotyczące poziomu poinformowania Polaków o euro (por. wykres 12). **Ważne jest więc dostarczanie społeczeństwu informacji poprzez prowadzenie działań edukacyjno-informacyjnych.**

Wykres 10. Ocena spodziewanego wpływu wprowadzenia euro w Polsce



Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 11. Ocena konsekwencji wprowadzenia euro w Polsce oraz w krajach strefy euro, maj 2010 r.

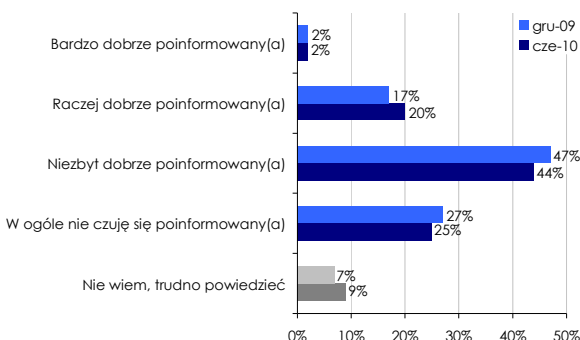


Źródło: Flash Eurobarometer.

Poinformowanie nt. euro

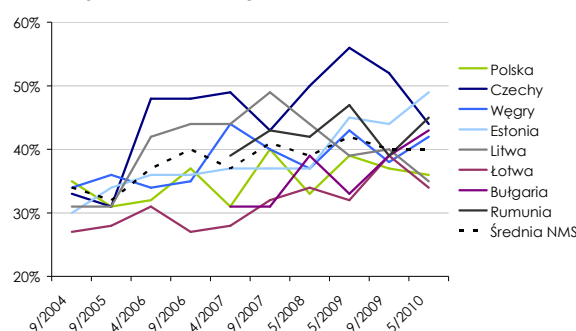
- Według badań Ipsos/MF, jedynie co piąty badany czuje się dobrze poinformowany nt. zagadnień związanych z wprowadzeniem euro w Polsce (por. wykres 12). **Prawie 70% badanych (69%) odczuwa deficyt informacji w tym zakresie lub ich całkowity brak**, co oznacza spadek poczucia niedostatku poinformowania o 5 pkt. proc., prawdopodobnie odzwierciedlający wywołaną sytuacją w Grecji zwiększoną intensywność tematyki euro w mediach. W kontekście przełożenia problemów Grecji na poziom poparcia dla euro, ważną tematykę przekazu informacyjnego stanowiąc będzie również geneza kryzysu greckiego. Za jego bezpośrednią przyczynę należy uznać zaniechanie reform strukturalnych oraz niedostateczne przygotowanie do przyjęcia euro, nie zaś sam fakt wprowadzenia wspólnej waluty.
- Wyniki badań Eurobarometru również wskazują na niski stopień poinformowania społeczeństwa polskiego nt. euro. Ok. 35% społeczeństwa polskiego czuje się dobrze poinformowana nt. euro (por. wykres 13), podczas gdy ok. 60% ankietowanych deklaruje niedostateczny stopień poinformowania. **Poczucie poinformowania nt. euro w Polsce należy do najniższych w grupie NMS.**

Wykres 12. Poczucie poinformowania nt. zagadnień związanych z wprowadzeniem euro w Polsce



Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 13. Poczucie poinformowania nt. euro w NMS – odsetek osób „bardzo dobrze” i „raczej dobrze” poinformowanych



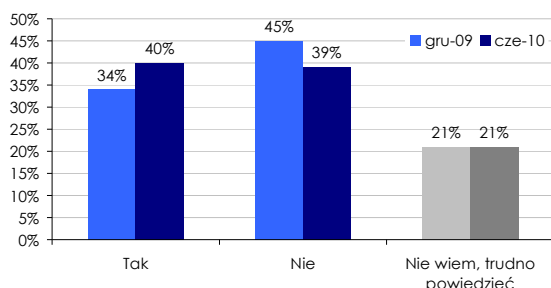
Źródło: Flash Eurobarometer.

- Na znaczący deficyt informacyjny w kwestiach związanych z euro i jego przyjęciem w Polsce wskazuje także rozkład odpowiedzi na pytanie o możliwość wyboru przez dany kraj, czy przyjąć euro, czy nie. Według badań Ipsos/MF, **40% badanych (wzrost o 6 pkt. proc.³) jest świadomych faktu, iż Polska jest zobowiązana do przyjęcia euro⁴, jednak co**

³ Taki wynik może wynikać z nasilenia dyskursu medialnego na temat euro w związku z kryzysem greckim, a częściowo także ze zmiany sformułowania pytania w porównaniu do poprzedniego badania (por. opis do wykresu 14).

piąty badany nie umiał udzielić odpowiedzi na to pytanie (por. wykres 14). Z badań Eurobarometru płyną podobne wnioski – obok Rumunii Polska wypada najstłabiej w zakresie poinformowania nt. istniejącego zobowiązania do przyjęcia euro oraz relatywnie słabo w zakresie orientacji w aktualnej liczbie członków strefy euro (por. wykres 15).

Wykres 14. Odpowiedzi na pytanie „Czy Pana(i) zdaniem Polska jest zobowiązana do przyjęcia euro?”*



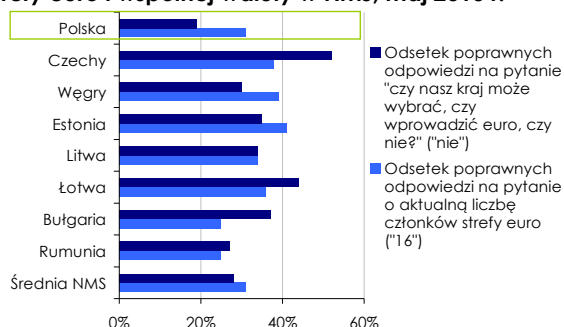
* W 2009 r. pytanie brzmiało „Czy Pana(i) zdaniem Polska może wybrać, czy przyjąć euro, czy nie?”. Odpowiedź „tak” oznacza więc, że Polska ma taki obowiązek (2010) lub że nie może wybrać, czy przyjąć euro (2009).

Źródło: Ipsos/MF.

- Na potrzebę odpowiednio wczesnego rozpoczęcia narodowej kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro wskazują także oczekiwania społeczeństwa. **Zdaniem ponad 70% badanych przez Ipsos/MF kampania informacyjna powinna się rozpocząć przynajmniej na rok przed wprowadzeniem euro w Polsce⁵** (por. wykres 16). W tym kontekście ważne jest także, przez kogo Polacy chcieliby być informowani na temat wprowadzenia euro w Polsce. Z badań Ipsos/MF wynika, że wciąż **najbardziej preferowanym źródłem informacji na ten temat są media** (wskazało na nie 56% badanych, por. wykres 17), a **stosunkowo dużym zainteresowaniem jako źródło informacji nt. wprowadzenia euro w Polsce cieszy się, reprezentujący administrację rządową, Pełnomocnik Rządu ds. Wprowadzenia Euro (21%)**. Polacy chcieliby także być informowani na temat wprowadzenia euro w Polsce przez Narodowy Bank Polski i władze lokalne (po 15%) oraz banki komercyjne (12%).

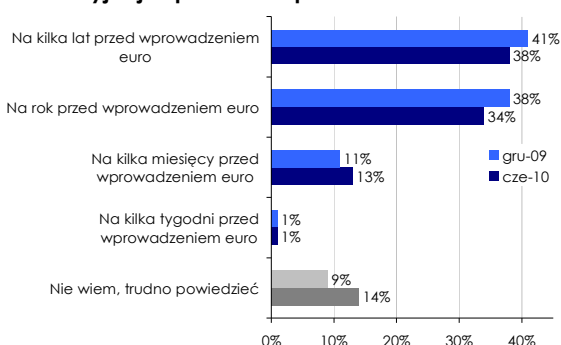
Wykres 16. Preferowany termin rozpoczęcia kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro w Polsce

Wykres 15. Poziom poinformowania społeczeństwa nt. strefy euro i wspólnej waluty w NMS, maj 2010 r.



Źródło: Flash Eurobarometer.

Wykres 17. Preferowane źródła informacji nt. wprowadzenia euro w Polsce*



Źródło: Ipsos/MF.



* Procenty nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać trzy najważniejsze jego zdaniem odpowiedzi.

Źródło: Ipsos/MF.

⁴ Jedynie Wielka Brytania i Dania posiadają tzw. klauzulę opt-out, która zapewnia im możliwość wyboru w kwestii przyjęcia wspólnej waluty. Pozostałe państwa członkowskie UE dokonały już wyboru w momencie przystąpienia do UE. Podpisując i ratyfikując Traktat Akcesyjny Polska nabyła prawo do przystąpienia do strefy euro oraz jednocześnie zobowiązanie do przyjęcia euro.

⁵ Kampania informacyjna w procesie wprowadzenia euro rozpocznie się na odpowiednim etapie przygotowań. Za przygotowanie jej założeń oraz koordynację jej realizacji odpowiedzialny jest Zespół Roboczy ds. Strategii Komunikacyjnej, będący jednym z organów międzyinstytucjonalnej struktury organizacyjnej ds. wprowadzenia euro w Polsce. Ważnym aspektem dotyczącym kampanii informacyjnej jest jej odpowiednia skala i intensywność, która początkowo jest niewielka, a następnie rośnie w czasie, osiągając etap kulminacyjny w okresie pomiędzy decyzją o uchyleniu derogacji a dniem wprowadzenia euro do obiegu gotówkowego. Por. opracowanie: J. Osińska, *Strategia komunikacyjna w procesie wprowadzania euro. Wnioski dla Polski*, „Europracowania”, nr 1/2009, dostępne pod adresem: http://www.mf.gov.pl/files/euro/analizy/europracowania/1_strategia_komunikacyjna.pdf