



Ministerstwo Finansów

Departament Polityki Finansowej,
Analiz i StatystykiNumer
3 / 2011

Monitor opinii publicznej

Kontakt:

tel.

(+48 22) 694 36 00
694 36 04

fax

(+48 22) 694 41 77

e-mail:

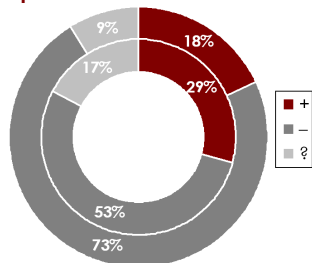
dziennikarze
@mofnet.gov.pl

Ministerstwo Finansów

Ul. Świętokrzyska 12
00-916 Warszawa

- Badania przeprowadzone przez Ipsos Observer Sp. z o.o. we wrześniu br. na zlecenie Ministerstwa Finansów (Ipsos/MF) na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej, liczącej 1013 osób w wieku 15 lat i więcej, wskazują na dalszy **spadek poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce. Odsetek osób o negatywnym stosunku do wprowadzenia euro wzrósł od ostatniego badania (czerwiec 2010 r.) o 6 pkt. proc., do 53%, podczas gdy odsetek zwolenników spadł o 9 pkt. proc., do 29%.**
- Równocześnie, **od ostatniego badania o 5 pkt. proc. wzrósł odsetek respondentów uważających, że z wprowadzeniem euro nie będą wiązały się żadne korzyści. Obecnie taką opinię podziela co czwarty ankietowany.** Jednocześnie, spośród osób, których zdaniem wprowadzenie euro będzie korzystne dla Polski, mniej ankietowanych niż w poprzednich dwóch badaniach wskazało na odpowiedź „euro jako silniejsza i stabilniejsza waluta”.
- **Przedstawione powyżej wyniki badań odzwierciedlają naszym zdaniem reakcję polskiej opinii publicznej na trwające przez ostatnie kilkanaście miesięcy zawirowania w strefie euro i na europejskich rynkach finansowych, związane z kryzysem finansów publicznych w niektórych państwach strefy euro i niepewnością co do perspektyw ich rozwiązania.**
- 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.** Ponadto, **co piąty Polak, choć nie neguje pozytywnych stron wprowadzenia euro, to jednak nie potrafi ich wskazać.**
- Jako preferowane źródła informacji nt. wprowadzenia euro w Polsce badani najczęściej wskazywali media (54%) oraz administrację rządową w osobie Pełnomocnika Rządu ds. Wprowadzenia Euro (23%), a także NBP (18%) i władze lokalne (14%). Należy przy tym zauważyć, że **przeprowadzone badania determinant poparcia społecznego dla euro¹ wskazują, że stopień poinformowania respondentów jest jedną z kluczowych zmiennych wyjaśniających poziom poparcia dla wprowadzenia euro**, która dodatkowo zyskała na ważności podczas trwających zawirowań w strefie euro.
- W kontekście przyszłej narodowej kampanii informacyjnej, będącej częścią procesu wprowadzenia euro oraz w obliczu obecnych zawirowań w gospodarce europejskiej **w przekazie informacyjnym do społeczeństwa istotną uwagę należy poświęcić kwestiom stabilności finansowej i makroekonomicznej gospodarki.** W tym zakresie szczególnie 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 kryzysu w Grecji, znajdującej się w najpoważniejszej sytuacji wśród państw przeżywających trudności finansowe.
- **Istotne miejsce w kampanii informacyjnej** powinna zajmować również **tematyka środków ochrony konsumentów w procesie wprowadzenia euro.** Badania wskazują, że **najsilniejsze obawy Polaków związane z wprowadzeniem euro dotyczą jego wpływu na wzrost cen – obawia się go prawie ⅓ ankietowanych.** Często wskazywano również na obawy przed pogorszeniem własnej sytuacji finansowej oraz wzrostem biedy i nierówności społecznych, natomiast dużo rzadziej wymieniano obawy związane z utratą części tożsamości narodowej czy kontroli nad polską polityką gospodarczą.

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,

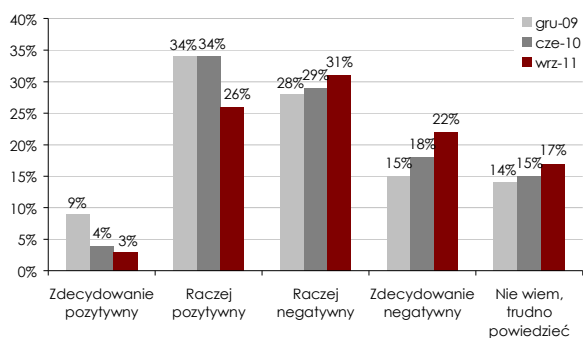
** – wykres 1.

¹ Zob.: A. Torój, J. Osińska, *Greek ricochet? What drove Poles' attitudes to the euro in 2009-2010*, MF Working Paper Series, nr 9-2011, http://www.mf.gov.pl/files/euro/publikacje_naukowe/working_papers/mf_wp_9.pdf

Poparcie dla wprowadzenia euro

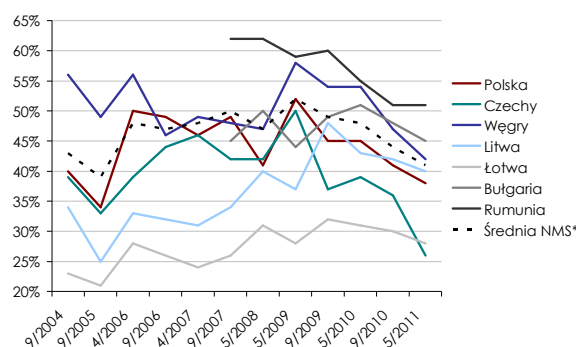
- **W porównaniu do ostatniego badania z czerwca 2010 r. odnotowano silny spadek poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce.** Odsetek osób o pozytywnym stosunku do przyjęcia wspólnej waluty spadł o 9 pkt. proc., z 38% do 29%, podczas gdy przeciwników euro przybyło o 6 pkt. proc., z 47% do 53% (por. wykres 1). W szczególności odnotowano wzrost postaw „zdecydowanie negatywnych”, przy jednoczesnym silnym spadku odsetka respondentów najliczniejszej dotychczas grupy o „raczej pozytywnym” stosunku do wprowadzenia euro. **17% badanych**, a więc nieco więcej niż w poprzednich badaniach, **nie ma wyrobionej opinii w tym zakresie.**
- Zdecydowanych przeciwników wprowadzenia euro w Polsce częściej można spotkać wśród mieszkańców regionu wschodniego, rolników, osób dysponujących najniższymi dochodami oraz osób z najstarszej grupy wiekowej (60+), emerytów i rencistów, a także bezrobotnych.
- **Spójny z powyższymi wynikami obraz sytuacji** wyłania się również z ostatniego badania z serii **Flash Eurobarometer**, prezentującego dane z maja 2011 r. Zgodnie z jego wynikami, **poparcie dla wprowadzenia euro w Polsce w ciągu ostatniego roku spadło o 7 pkt. proc., do 38%**, co stanowi **wynik bliski najniższemu w historii, który odnotowano w 2005 r.** (por. wykres 2). **Również w pozostałych państwach z grupy NMS² w ww. okresie odnotowano silny spadek poparcia.** Spadek ten był szczególnie duży w przypadku Czech i Węgier (odpowiednio o 13 i 12 pkt. proc. w porównaniu do danych z maja 2010 r., prezentowanych w poprzednim Monitorze), co może się wiązać z rosnącym eurosceptycyzmem przywódców politycznych w tych krajach. Jednocześnie, najmniejszy spadek poparcia odnotowano w – tradycyjnie euroentuzjastycznej – Rumunii, gdzie wprowadzenie euro jest planowane na rok 2015.
- **Jak wskazują badania determinant poparcia społecznego dla euro, jego poziom wiąże się ze stopniem poinformowania nt. wspólnej waluty i procesu jej wprowadzenia³.** Spadek poparcia dla euro można natomiast najprawdopodobniej przypisać reakcji opinii publicznej na przeciągający się „kryzys grecki” oraz napiętą sytuację w innych państwach strefy euro.

Wykres 1. Stosunek Polaków do wprowadzenia euro



Źródło: Ipsos/MF.

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



* Por. przypis 4 na tej stronie.

Źródło: Flash Eurobarometer.

Perspektywa wprowadzenia euro w Polsce

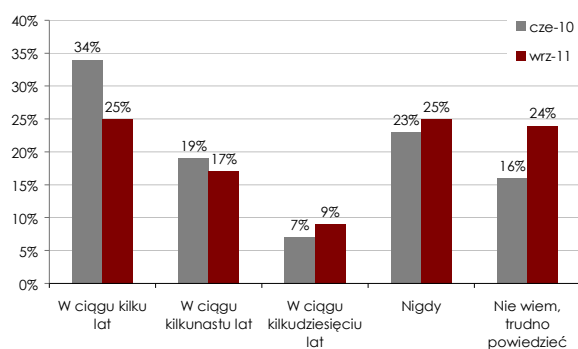
- **W porównaniu do poprzedniego badania Ipsos/MF odnotowano silny spadek odsetka respondentów, wskazujących na „kilka lat” jako perspektywę, w której euro powinno zostać wprowadzone w Polsce.** Odsetek ten zmniejszył się o 9 pkt. proc., do 25%, przy jednoczesnym wzroście – o 2 pkt. proc., analogicznie do 9% i 25% – liczby respondentów uważających, iż powinno to nastąpić dopiero w ciągu kilkudziesięciu lat oraz osób kategorycznie negujących zmianę waluty (por. wykres 3).
- **Na analogiczne odsunięcie w czasie preferowanej perspektywy wprowadzenia euro w Polsce wskazują badania Eurobarometru.** Odsetek Polaków opowiadających się za możliwie jak najpóźniejszym wprowadzeniem euro wzrósł od maja ub. r. o 8 pkt. proc., do 46%, stając się dominującą kategorią wśród wskazywanych odpowiedzi (do tej pory najwięcej badanych chciało wprowadzenia euro w Polsce „za jakiś czas”; por. wykres 4). Jednocześnie, odsetek wskazań odpowiedzi „tak wcześnie, jak to możliwe” w przypadku Polski znajduje się niezmiennie poniżej średniej dla grupy NMS⁴.

² NMS to grupa nowych państw członkowskich UE, które nie przystąpiły jeszcze do strefy euro. W latach 2004-2011 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.), Słowacji (2009 r.) i w Estonii (2011 r.). Liczebność grupy państw NMS kształtowała się zatem następująco: 2004-2006 – NMS-10, 2007 – NMS-11, 2008 – NMS-9, 2009-2010 – NMS-8, od 2011 r. – NMS-7.

³ Zob. przypis 1 na str. 1.

⁴ Średnia ważona, uwzględniająca dane dla wszystkich państw zaliczanych do grupy NMS w danym roku (por. przypis 2).

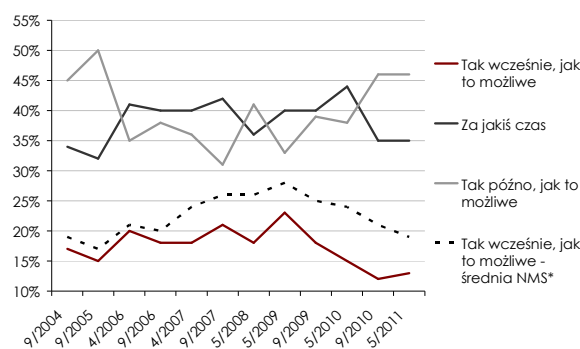
Wykres 3. Preferowana perspektywa wprowadzenia euro w Polsce*



* Od 2010 r. zakres możliwych odpowiedzi obejmuje 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



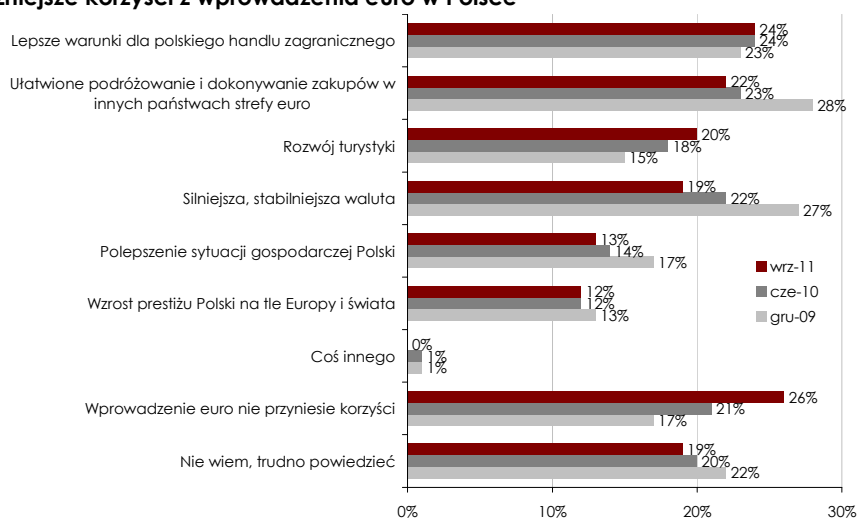
* Por. przypis 4 na str. 2.

Źródło: Flash Eurobarometer.

Korzyści z wprowadzenia euro

- **Najistotniejszą zmianą w porównaniu do poprzedniego badania, jest wzrost o 5 pkt. proc. odsetka osób wyrażających opinię, że wprowadzenie euro nie przyniesie żadnych korzyści – obecnie uważa tak co czwarty ankietowany (26%; por. wykres 5). Wynik ten w naszej opinii odzwierciedla reakcję opinii publicznej na trwające od dłuższego czasu zawirowania w strefie euro. Jednocześnie, tak jak przy poprzednich badaniach, **co piąty Polak choć nie neguje pozytywnych stron wprowadzenia euro, to jednak nie potrafi ich wskazać.****
- **Wśród osób, które uznają, że wprowadzenie euro przyniesie Polsce korzyści dominuje przekonanie o lepszych warunkach dla polskiego handlu zagranicznego w wyniku przyjęcia euro, ułatwionym podróżowaniu i dokonywaniu zakupów w innych państwach strefy euro, a także rozwoju turystyki.** Uwagę zwraca jednocześnie dalszy spadek w zakresie wskazania „silniejszej, stabilniejszej waluty” oraz „polepszenia sytuacji gospodarczej Polski” jako jednych z najważniejszych korzyści z wprowadzenia euro.

Wykres 5. Najważniejsze korzyści z wprowadzenia euro w Polsce*



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

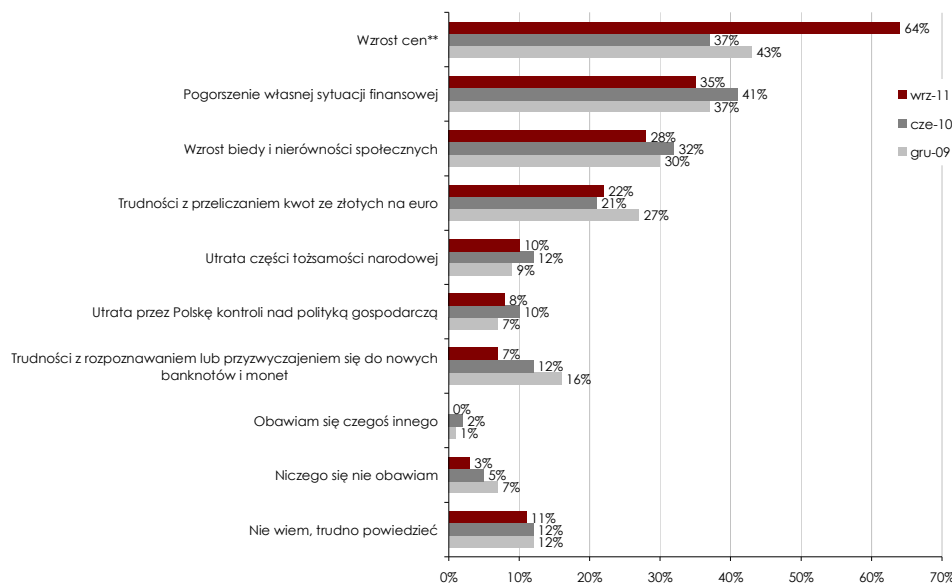
Źródło: Ipsos/MF.

Obawy związane z wprowadzeniem euro

- **Najsilniejsze obawy związane z wprowadzeniem euro w Polsce dotyczą jego wpływu na poziom cen. Aż 64% respondentów obawia się „wzrostu cen” w wyniku przyjęcia przez Polskę wspólnej waluty (por. wykres 6).** Na szczególną uwagę zasługuje fakt, iż w ostatnim badaniu po przeformułowaniu odpowiedzi „zaokrąglenia i podnoszenia cen przez sprzedawców” na „wzrost cen”, odsetek jej wskazań prawie się podwoił w porównaniu do ub. r. Może to oznaczać, że choć respondenci spodziewają się wzrostu cen w wyniku wprowadzenia euro, to jednak nie utożsamiają go wyłącznie z nieuczciwymi działaniami sprzedawców.
- Pozostałe najczęściej wyrażane obawy dotyczą – podobnie, jak w poprzednich latach – pogorszenia własnej sytuacji finansowej (35 %) oraz wzrostu biedy i nierówności społecznych (28%), są zatem także pośrednio związane ze spodziewanym wpływem wprowadzenia euro na poziom cen. Stosunkowo niewiele badanych obawia się natomiast utraty części tożsamości narodowej w wyniku zastąpienia złotego przez euro, utraty kontroli nad polityką

gospodarczą lub trudności w rozpoznawaniu lub przyzwyczajaniu się do nowych banknotów i monet. Do 3% (z 5% w ub. r. i 7% w 2009 r.) spadł odsetek respondentów niełączących z wprowadzeniem euro żadnych obaw.

Wykres 6. Obawy związane z wprowadzeniem euro w Polsce*



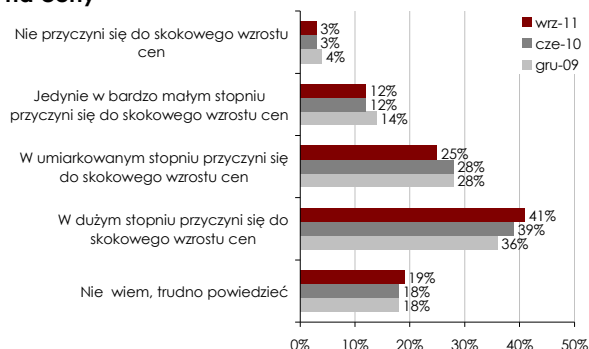
* Procenty nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać trzy najważniejsze jego zdaniem odpowiedzi.

** W 2011 r. odpowiedź „zaokrąglania i podnoszenia cen przez sprzedawców” przeformułowano na „wzrost cen”.

Źródło: Ipsos/MF.

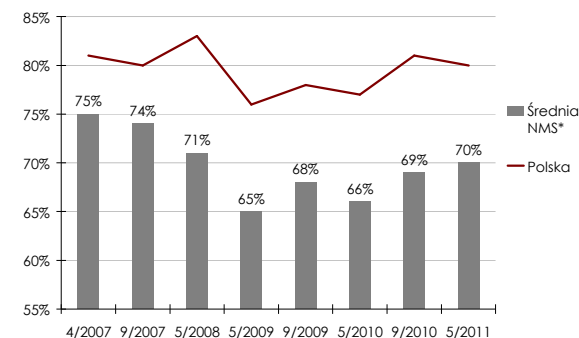
- Precyzując skalę obaw dotyczących wzrostu cen, 41% badanych wskazuje, że wprowadzenia euro przyczyni się w dużym stopniu do skokowego wzrostu cen (por. wykres 7). Natomiast zdaniem 37% badanych wpływ też będzie umiarkowany lub bardzo mały (odpowiednio 25% i 12%). **Nieźmiennie, prawie co piąty Polak nie potrafi ocenić, czy w wyniku wprowadzenia euro nastąpi skokowy wzrost cen.**
- **Wyniki badań Eurobarometru potwierdzają istnienie w Polsce silnych obaw dotyczących wzrostu cen w wyniku wprowadzenia euro** (por. wykres 8). Należy zauważyć, iż **obawy te są w Polsce najsilniejsze w grupie NMS.**
- 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 obliczu niskiego stopnia poinformowania Polaków nt. euro (por. część „Poinformowanie nt. euro”, s. 5). W tym kontekście należy podkreślić szczególną rolę, jaką w procesie wprowadzenia euro w Polsce będą pełniły środki ochrony konsumentów⁵ oraz kampania informacyjna, której rolą będzie m.in. wyjaśnienie, że przeliczenie wszystkich wartości pieniężnych ze złotych na euro nastąpi przy użyciu oficjalnego, nieodwołalnie ustalonego kursu wymiany oraz zgodnie z ogólnie obowiązującymi zasadami zaokrąglania. W związku z powyższym – przy założeniu braku nadużyć ze strony sprzedawców – wprowadzenie euro powinno być w zasadzie wydarzeniem neutralnym dla kształtowania się cen⁶.

Wykres 7. Ocena wpływu wprowadzenia euro w Polsce na ceny



Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 8. Obawa przed wzrostem cen w wyniku wprowadzenia euro



* Por. przypis 4 na str. 2.

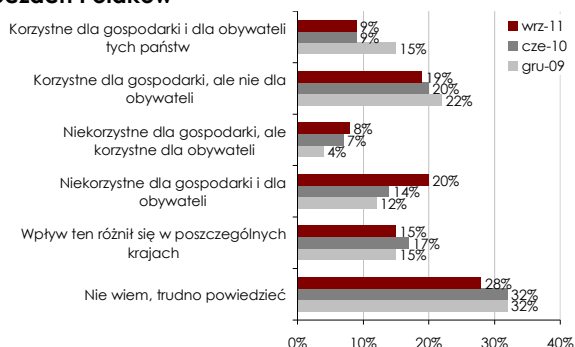
Źródło: Flash Eurobarometer.

⁵ Więcej na temat zasad regulujących przejście ze złotego na euro oraz środków ochrony konsumentów w tym procesie można znaleźć w opracowaniach: J. Osińska, *Ochrona konsumentów w procesie wprowadzania euro*, „Euroopracowania”, nr 5/2011 oraz Zespół Roboczy ds. Ochrony Konsumentów, *Analiza działań podjętych w innych państwach w związku z przyjęciem euro w zakresie: nieuczciwych praktyk rynkowych, podwójnej ekspozycji cen i opracowania zasad monitorowania cen*, „Euroopracowania”, nr 8/2011 dostępnych pod adresem: <http://www.mf.gov.pl/dokument.php?const=1&dzial=2912&id=187522>
⁶ Zob. szerzej na ten temat: http://www.mf.gov.pl/files/euro/faq/pytania/7_ceny.pdf.

Ocena konsekwencji wprowadzenia euro

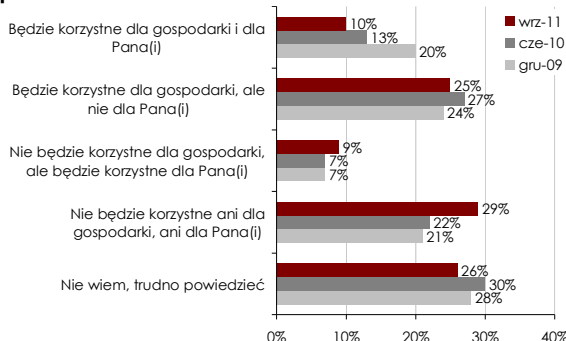
- **Tak duży odsetek osób łączących obawy z wprowadzeniem euro w Polsce może wynikać również z faktu, iż – jak wskazują wyniki badań Ipsos/MF – prawie co trzeci z Polaków nie potrafi ocenić konsekwencji wprowadzenia euro w innych krajach** (por. wykres 9). Ponadto, **co piąty jest przekonany o niekorzystnym wpływie wprowadzenia euro zarówno dla gospodarek państw strefy euro, jak i dla ich obywateli** (wzrost o 6 pkt. proc., do 20%). Odsetek ten jest aktualnie wyższy niż odsetek osób, które uważają, że wpływ ten różnił się w poszczególnych krajach (spadek o 2 pkt. proc., do 15%) i zbliżony do odsetka wskazań, że był korzystny dla gospodarek państw obecnej strefy euro, ale niekorzystny dla ich obywateli (19%).
- W badaniach Eurobarometru także **odnotowano wzrost odsetka badanych oceniających wpływ wprowadzenia euro dla państw obecnej strefy euro jako negatywny** (o 4 pkt. proc., do 43%), natomiast **odsetek będących przeciwnego zdania spadł** (o 8 pkt. proc., do 39%; por. wykres 11). **Naszym zdaniem ocena ta odzwierciedla reakcję opinii publicznej na przeciągający się „kryzys grecki”, który przełożył się na spadek zaufania do strefy euro jako całości.**
- **Zarówno w badaniach Eurobarometru, jak i Ipsos/MF widoczny jest także spadek odsetka osób spodziewających się pozytywnego wpływu wprowadzenia euro w Polsce dla gospodarki lub dla nich osobiście** (por. wykresy 10 i 11). Równocześnie, zgodnie z wynikami badań Ipsos/MF (por. wykres 10), **wciąż prawie jedna trzecia badanych nie potrafi ocenić, jaki będzie wpływ przyjęcia wspólnej waluty przez nasz kraj, co wskazuje na duży deficyt informacyjny w zakresie skutków wprowadzenia euro, zarówno tych pozytywnych, jak i negatywnych.** Jego istnienie potwierdzają także wyniki dotyczące poziomu poinformowania Polaków o euro. **Ważne jest więc dostarczanie społeczeństwu informacji poprzez prowadzenie działań edukacyjno-informacyjnych** (por. część „Poinformowanie nt. euro”).

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



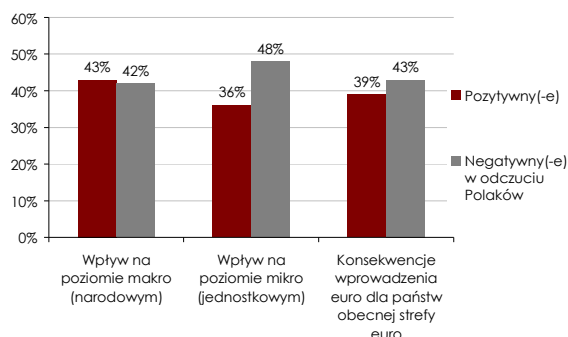
Źródło: Ipsos/MF.

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 2011 r.



Źródło: Flash Eurobarometer.

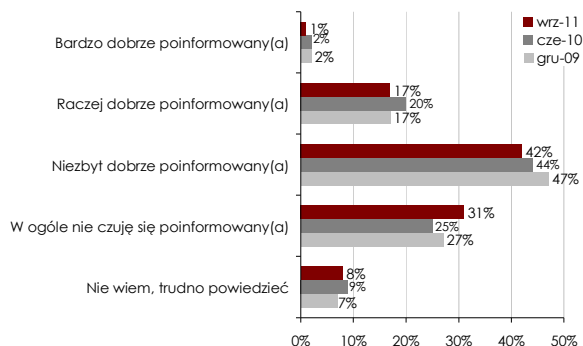
Poinformowanie nt. euro

- **Według badań Ipsos/MF, mniej niż co piąty badany czuje się dobrze poinformowany nt. zagadnień związanych z wprowadzeniem euro w Polsce** (18%; por. wykres 12). **Okolo 70% badanych odczuwa natomiast deficyt informacji w tym zakresie** (42%) **lub ich całkowity brak** (31%, wzrost o 6 pkt. proc.). Dalszy wzrost poczucia niedoinformowania miał miejsce mimo zwiększonej intensywności pojawiania się tematyki euro w mediach. Wydaje się, że przyczyną może być wysoki z punktu widzenia przeciętnego odbiorcy stopień skomplikowania wprowadzanych działań mających na celu rozwiązanie problemów w strefie euro oraz wciąż duża niepewność co do ostatecznego zażegnania kryzysu.
- W tym kontekście wydaje się, że ważną tematykę przekazu informacyjnego w ramach kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro w Polsce stanowić powinna geneza obecnego kryzysu w niektórych państwach strefy euro, a także wdrażane reformy instytucjonalne w strefie euro i UE. Wniosek ten jest szczególnie istotny w świetle wyników **badania determinant poparcia społecznego dla euro**⁷, które identyfikują **poziom poczucia**

⁷ Zob. przypis 1 na str. 1.

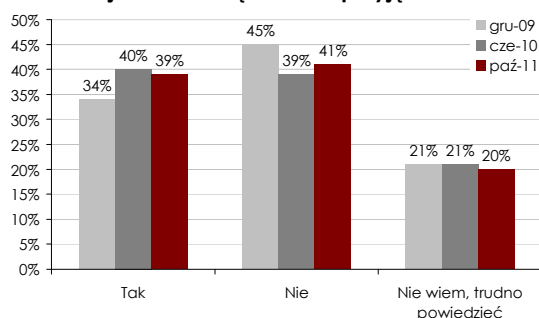
poinformowania nt. euro i jego wprowadzenia w Polsce, jako jedną z kluczowych zmiennych, wyjaśniających poziom poparcia dla euro w Polsce. Na uwagę zasługuje fakt, że zmienna ta dodatkowo zyskała na ważności w okresie eskalacji „kryzysu greckiego” pomiędzy 2009 a 2010 r.

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



Źródło: Ipsos/MF.

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



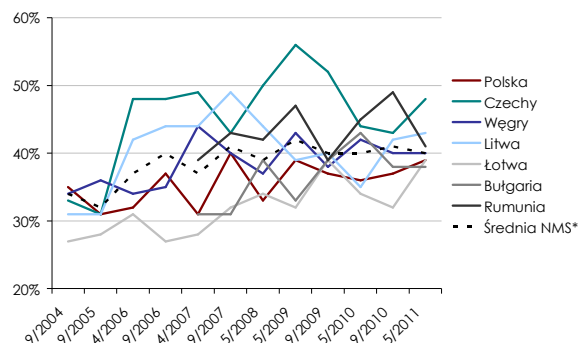
* W 2009 r. pytanie brzmiało „Czy Pana(i) zdaniem Polska może wybrać, czy przyjąć euro, czy nie?”. Odpowiedź „tak” oznacza więc, że Polska ma taki obowiązek (2010) lub że nie może wybrać, czy przyjąć euro (2009).

Źródło: Ipsos/MF.

- Również **wyniki badań Eurobarometru** wskazują na niski stopień poinformowania społeczeństwa polskiego nt. euro, chociaż w porównaniu do wyników badania z maja 2010 r. odnotowano jego nieznaczny wzrost (o 3 pkt. proc.). Podczas gdy 60% ankietowanych deklaruje niedostateczny stopień poinformowania nt. euro, ok. 40% badanych czuje się dobrze poinformowana (por. wykres 13). **Poczucie poinformowania nt. euro w Polsce należy do najniższych w grupie NMS.**

- Na znaczący **deficyt informacyjny** wśród polskiego społeczeństwa **wskazuje także rozkład odpowiedzi na pytanie dotyczące istnienia obowiązku przyjęcia euro przez Polskę – tak jak w ostatnim badaniu odpowiedzi co do jego istnienia lub braku rozkładają się po równo (ok. 40%; por. wykres 14). Również niezmiennie, co piąty ankietowany nie umiał udzielić odpowiedzi na to pytanie, co oznacza, że w sumie ok. 60% ankietowanych nie jest świadomych faktu, iż Polska jest zobowiązana do przyjęcia euro⁸. Z badań Eurobarometru płyną podobne wnioski – Polska wypada najgłębiej w zakresie poinformowania nt. istniejącego zobowiązania do przyjęcia euro oraz relatywnie słabo w zakresie orientacji w aktualnej liczbie członków strefy euro (por. wykres 15).**

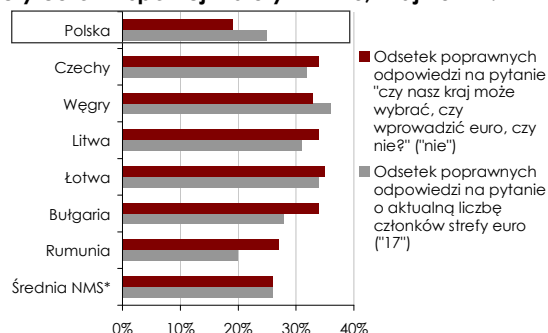
Wykres 13. Poczucie poinformowania nt. euro w NMS – odsetek osób „bardzo dobrze” i „raczej dobrze” poinformowanych



* Por. przypis 4 na str. 2.

Źródło: Flash Eurobarometer.

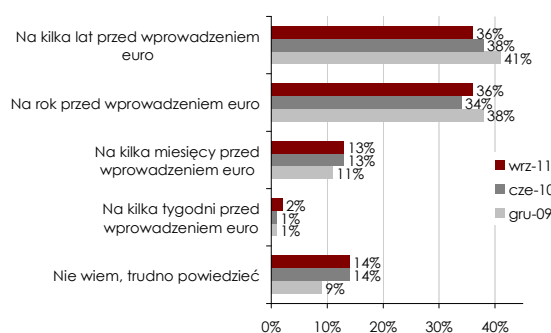
Wykres 15. Poziom poinformowania społeczeństwa nt. strefy euro i wspólnej waluty w NMS, maj 2011 r.



* Por. przypis 2 na str. 2.

Źródło: Flash Eurobarometer.

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

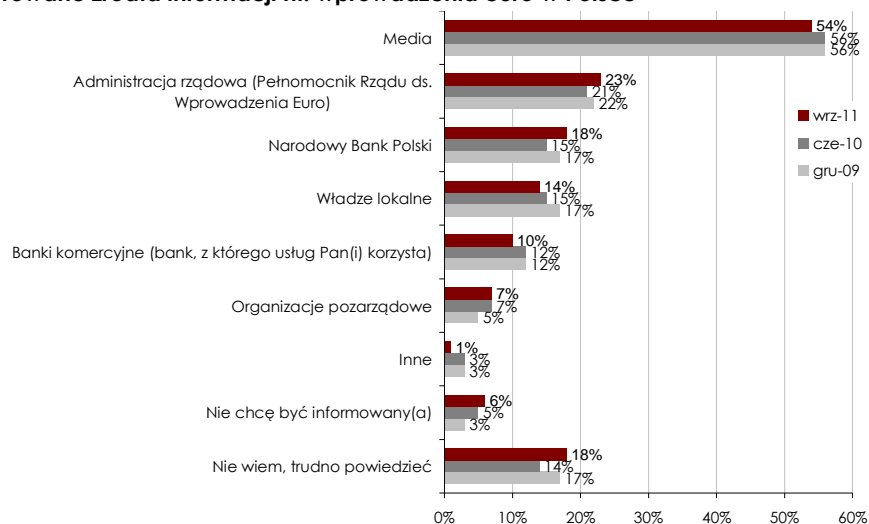


Źródło: Ipsos/MF.

⁸ 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.

- Na potrzebę odpowiednio wczesnego rozpoczęcia narodowej kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro wskazują także oczekiwania społeczeństwa. **Niezmiennie, zdaniem ponad 70% badanych przez Ipsos/MF kampania informacyjna powinna się rozpocząć przynajmniej na rok przed wprowadzeniem euro w Polsce⁹** (por. wykres 16). Jednocześnie, wciąż **najbardziej preferowanym źródłem informacji na ten temat są media (54%; por. wykres 17)**, a niezmiernie rosnącym zainteresowaniem **jako źródło informacji nt. wprowadzenia euro w Polsce cieszy się, reprezentujący administrację rządową, Pełnomocnik Rządu ds. Wprowadzenia Euro (23%) oraz Narodowy Bank Polski (18%)**. Polacy chcieliby także być informowani na temat wprowadzenia euro w Polsce przez władze lokalne (14%, spadek o 1 pkt proc.) oraz banki komercyjne (10%, spadek o 2 pkt. proc.).

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



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

Źródło: Ipsos/MF.

⁹ 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. opracowania: J. Osińska, *Strategia komunikacyjna w procesie wprowadzania euro. Wnioski dla Polski, „Europracowania”, nr 1/2009* oraz Zespół Roboczy ds. Strategii Komunikacyjnej, *Analiza strategii komunikacyjnych i przeprowadzonych na ich podstawie kampanii informacyjnych w państwach strefy euro, „Europracowania”, nr 7/2011*, dostępne pod adresem: <http://www.mf.gov.pl/dokument.php?const=1&dzial=2912&id=187522>.