

Rusza kampania na rzecz euro

Ponieważ politycy w zasadzie nie podejmują merytorycznej dyskusji na temat wejścia Polski do eurolandu, przedsiębiorcy sami wystąpili z taką inicjatywą. →**B2**

18-09-2007, Rzeczpospolita B

Finanse | Przedsiębiorcy chcą sprostować i rozwiązać nieuzasadnione obawy przed wejściem Polski do strefy euro

Rozpoczyna się kampania społeczna na rzecz wspólnej waluty

Trzy pytania

- Znamy już wszystkie argumenty za i przeciw przejściu wspólnej waluty. Jestem przekonany, że na dłuższą metę będzie to bardzo korzystne dla całego społeczeństwa - uważa ksiądz Adam Boniecki, redaktor naczelny „Tygodnika Powszechnego”, członek rady programowej kampanii społecznej Pro-Euro, której inicjatorem jest Business Centre Club.

Ponieważ politycy w zasadzie nie podejmują merytorycznej dyskusji na temat wejścia Polski do eurolandu, przedsiębiorcy sami wystąpili z taką inicjatywą. BCC wraz z partnerami chce przekonać społeczeństwo, że korzyści z przyjęcia euro przewyższają zagrożenia. Pomoc ma w tym kampania Pro-Euro, czyli akcja informacyjna, której celami są przyspieszenie wejścia Polski do strefy euro oraz wzrost przychylności społeczeństwa do tej operacji.

W skład rady programowej weszły osoby z różnych środowisk. - Doświadczenia innych krajów pokazały, że wspólna waluta niesie negatywne, krótkookresowe zjawiska

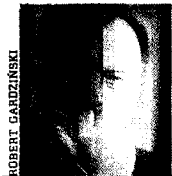
związane ze wzrostem cen, co jest szczególnie dotkliwie dla ludzi ubogich. Ale zamiast negocjować z tego powodu cały proces wymiany złotego na euro, lepiej zawczasu pomyśleć o działaniach, które uchronią ludzi przed tego typu konsekwencjami - mówi „Rz” ksiądz Boniecki.

Uczestnicy wczorajszej debaty, która oficjalnie zainaugurowała kampanię Pro-Euro, zgodnie stwierdzili, że w jej ramach równie ważne będzie dostarczenie społeczeństwu merytorycznej wiedzy na temat euro, jak i zwalczanie nieuzasadnionych obaw. - Ten aspekt psychologiczny będzie niezwykle ważny. Nie mówmy, że wszystko będzie dobrze, pokażmy też zagrożenia. Musimy przekonać ludzi, że bilans zalet i mankamentów przyjęcia euro wychodzi w sumie na plus - podkreślał Jerzy Buzek, były premier, obecnie eurodeputowany (z ramienia PO).

Jak wynika z badań „Nastawienie Polaków do waluty euro”, przeprowadzonych przez GfK Polonia na zlecenie BCC, właśnie w ramach

► **Marek Goliszewski**

Musimy zacząć mówić prostym językiem



prezes Business Centre Club

▼: **Jak poprowadzić kampanię informacyjną, by nie trafiła tylko do tych, którzy są już przekonani do euro?**

MAREK GOLISZEWSKI: To jest rzeczywistość wyzwania. Argumenty za przyjęciem euro, część zagrożeń zresztą także, są natury ekonomicznej. Musimy je teraz przełożyć na prosty, zrozumiały dla wszystkich język. Dziś przedsiębiorcy wiedzą, że euro dla nich i dla gospodarki jest korzystne, trzeba przekonać o tym również konsumentów.

kampanii Pro-Euro, aż ok. 70 proc. Polaków uważa, że nie są dobrze poinformowani o euro, 44 proc.

Ale na razie konsumenci się boją, że wspólna waluta przyniesie np. wzrost cen.

Jeśli chcemy naprawdę przekonać całe społeczeństwo, musimy mówić prawdę, przeprowadzić rzetelny bilans zysków i strat. Jeśli chodzi o ceny, trzeba powiedzieć, kiedy i o ile mogą zdrożeć niektóre usługi i towary. Ale ważne jest też, żeby uświadomić ludziom, że te zwyczajki nie mają znaczącego wpływu na inflację. Badania pokazują, że w innych krajach euro „dodały” do inflacji raptem od 0,1 do 0,3 pkt

uważa, że wymiana walut będzie niekorzystna dla kraju, a prawie 50 proc. - że negatywnie wpłynie na

proc. Inna sprawa, że w odczuciu społecznym ten wpływ był znacznie większy.

Obawy społeczne chętnie podchwytują i rozdmuchują przeciwnicy euro. Jak zamierzacie z tym walczyć?

Argumentami merytorycznymi, podkreślaniami, jak jest naprawdę. Polacy, jeśli chodzi o ich portfele, jak zauważyła jedna z naszych panelistek, potrafią liczyć i rozumować bardzo racjonalnie. Inna sprawa, że np. populistyczni politycy mają większy niż my dostęp do niektórych mediów. Dlatego zażądamy od telewizji publicznej, by w ramach misji poinformowała społeczeństwo, jakie konsekwencje przyniesie przyjęcie euro.

-rozmawiała acw

ich sytuację osobistą (o badaniach pisaliśmy szerzej w poniedziałkowym wydaniu „Rz”). -acw