

3. Uwagi ogólne

3.1 Propozycje te powinny umożliwić poprawę funkcjonowania czterech programów wieloletnich w dziedzinie kształcenia, młodzieży i kultury.

3.2 W swoich wcześniejszych opiniach Komitet zachęcał Komisję, by uprościła dostęp do programów i dotacji dla organizacji przedstawiających projekty oraz zacieśniła kontakty z państwami członkowskimi w celu nakłonienia ich do konsultowania się z organizacjami w czasie opracowywania rocznych wytycznych; by skróciła terminy przyznawania dotacji i nie utrudniała realizacji projektów, zwłaszcza wskutek nadmiernie wydłużonych terminów, które powodowały nawet, że studia wykonalności traciły ważność, gdyż były sporządzone zbyt długo przed realizacją projektu.

4. Uwaga szczegółowa

Biorąc pod uwagę uzasadnienie (punkty 9, 11, 15 i 17) obecnej decyzji, Komitet stwierdza, że z uwagi na przejrzystość, dobre

zarządzanie i informację publiczną byłoby pożądane, żeby Komisja powtórzyła swoją deklarację zobowiązania się do bezzwłocznego informowania komitetu programowego i Parlamentu Europejskiego o decyzjach, które podejmuje na mocy zmienionego art. 9 ust. 1a) decyzji 1720/2006/WE.

Komitet zaleca następującą zmianę nowego artykułu 9 ustęp 1a): „[...] Komisja stanowi bez udziału komitetu i bezzwłocznie informuje o tych decyzjach komitet programowy i Parlament Europejski”.

Przyjmuje do wiadomości, że Komisja nie proponuje tej modyfikacji, ponieważ uważa ona, że zmieniloby to wniosek w kierunku, który nie byłby ściśle zgodny z przepisami dotyczącymi procedury komitetowej określonymi w artykule 202 TWE, i że uzasadnienie obecnej decyzji wystarcza jako podstawa stosownego zobowiązania Komisji.

Bruksela, 29 maja 2008 r.

Przewodniczący
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego
Dimitris DIMITRIADIS

Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie korzyści i pożytków związanych z euro — pora na podsumowanie

(2008/C 224/27)

Dnia 27 września 2007 r. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny postanowił, zgodnie z art. 29 ust. 2 regulaminu wewnętrznego, sporządzić opinię z inicjatywy własnej w sprawie

korzyści i pożytków związanych z euro — pora na podsumowanie

Sekcja ds. Unii Gospodarczej i Walutowej oraz Spójności Gospodarczej i Społecznej, której powierzono przygotowanie prac Komitetu w tej sprawie, przyjęła swoją opinię 30 kwietnia 2008 r. Sprawozdawcą był Umberto BURANI.

Na 445. sesji plenarnej w dniach 28 i 29 maja 2008 r. (posiedzenie z 29 maja) Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny 130 głosami — nikt nie był przeciw, 3 osoby wstrzymały się od głosu — przyjął następującą opinię:

1. Wnioski i zalecenia

1.1 Komitet uważa, że po dziesięciu latach od wprowadzenia wspólnej waluty właściwe byłoby sporządzenie podsumowania korzyści i pożytków płynących dla obywateli oraz przedsiębiorstw z euro, nie tyle z ekonomicznego i finansowego punktu widzenia — co czynią ekonomiści, politycy oraz komentatorzy środków masowego przekazu — **ile z punktu widzenia użytkowników**. Innymi słowy, dziesięcioletnie doświadczenie pokazało, że euro się sprawdziło i że wprowadzenie tej prestiżowej i stabilnej waluty umożliwiło Europie zdobycie solidnej pozycji na arenie międzynarodowej, **lecz w jaki sposób jest ono postrzegane przez użytkowników?**

1.2 Niniejszy dokument wychodzi od syntetycznej analizy korzyści, jakie przyniosło wprowadzenie euro — jest to obraz o

pozytywnych i negatywnych aspektach, zależnych od koniunktury światowej; skupia się on zatem na wynikach badań okresowych, jakie Eurobarometr prowadzi wśród obywateli w celu sprawdzenia, czy i w jakim stopniu osiągnięte korzyści są doceniane przez obywateli europejskich.

1.3 W wielu krajach wyniki są pozytywne, lecz w niektórych krajach wysoki odsetek badanych wskazuje wciąż na trudności z posługiwaniem się „nową” walutą, przelicza ceny na starą walutę swego kraju, obwinia euro za wzrost cen, a tylko połowa uważa, że w ostatecznym rozrachunku wprowadzenie wspólnej waluty było korzystne dla wzrostu gospodarczego. Zasadniczo badania prowadzą do konkluzji, że nie zawsze i nie we wszystkich krajach euro odniosło wśród obywateli zadowalający sukces.

1.4 Pierwszą reakcją na te wyniki mogłoby być zakwestionowanie obiektywności i stopnia poinformowania badanych, lecz EKES odrzuca takie podejście. Zamiast cieszyć się z sukcesu, należy **zrozumieć skomplikowane podłoże negatywnych postaw** i zastanowić się, co można zrobić w celu wyeliminowania — obiektywnych czy też subiektywnych — przyczyn niezadowolenia.

1.5 Obiektywnie uzasadnione przekonania można wyeliminować lub złagodzić za pomocą **ukierunkowanych nurtów polityki lub działań**, tak jak w wypadku ulepszonych **systemów płatności (SEPA)**, lub za pomocą odpowiednich **środków kontrolowania wzrostu cen**, które muszą być zgodne z zasadami wolnego rynku i konkurencji.

1.6 **Subiektywne przekonania** są trudniejsze; należy możliwie jak najbardziej szanować te opinie i poszukać **głębszych przyczyn negatywnych postaw**. Konieczna jest z pewnością strategia komunikacyjna, lecz sposoby jej realizacji powinny **brać pod uwagę różnorodność priorytetów krajowych i społecznych odbiorców**, do których jest ona skierowana.

1.7 Badania Eurobarometru pokazały, jakie głębokie różnice postaw istnieją w różnych państwach członkowskich, co prowadzi do **odrzućcia rozwiązań opartych na standardowych schematach**. Bardziej szczegółowo rzecz ujmując, ujawniły się duże **różnice w postrzeganiu euro w zależności od warstwy społecznej i poziomu wykształcenia**. Strategie komunikacyjne muszą być zatem **ukierunkowane** na osiągnięcie jak najlepszych wyników przy użyciu dostępnych środków.

1.8 Należy ponadto podkreślić, że strategia komunikacyjna na rzecz euro nie wystarcza, by uzyskać optymalne wyniki, gdyż analiza Eurobarometru wyraźnie uświadamia, że bardzo często euro postrzegane jest jako symbol Europy, a zatem w przypadku niektórych osób nie euro jako takie jest przedmiotem niechęci, lecz sama idea „Europy”. Skłania to do konkluzji, że konieczne jest uznanie strategii komunikacyjnej na rzecz euro za część długofalowego i szeroko zakrojonego planu politycznego, który zostanie zrealizowany wówczas, gdy obywatele utożsamiają się z ideą „Europy” do tego stopnia, że przeważą ona nad eurosceptycyzmem.

1.9 Koncepcja Europy rozumianej nie tylko jako twór gospodarczy, lecz również polityczny i społeczny jest również zależna od stopniowego tworzenia warunków życia opartych na sprawiedliwości, współpracy i pokoju społecznym, co jest możliwe do osiągnięcia jedynie dzięki ukazaniu obywatelom **konkretnych faktów**. Żadna kampania komunikacyjna nie odniesie sukcesu, jeżeli te warunki nie zostaną spełnione.

1.10 Najważniejszym warunkiem wstępnym dla zwiększenia akceptacji euro jest zatem polityka gospodarcza i społeczna w UE wspierająca zatrudnienie i dochody oraz oferująca odpowiedni system zabezpieczenia socjalnego. Dopiero wtedy obywatele docenią w praktyce projekt europejski i w rezultacie zaakceptują także euro.

1.11 Komitet jest świadom swej odpowiedzialności i misji, gdyż jako przedstawiciel partnerów społecznych jest instytucją bliską obywatelom, pracownikom i podmiotom gospodarczym. Uważa, że musi **prowadzić praktyczną współpracę przy inicjatywach, które zostaną zainicjowane, jeżeli to**

konieczne również za pomocą działań w terenie. Szczególnie przydatne będą więzi z podobnymi organami na szczeblu krajowym, a także działalność poszczególnych członków EKES-u w ich własnych europejskich i krajowych organizacjach.

2. Wstęp

2.1 Po sześciu latach od wprowadzenia euro EKES uznał za właściwe sporządzenie podsumowania dotyczącego wpływu nowej waluty na sytuację obywateli państw, które ją przyjęły. Wydaje się to z pozoru łatwym zadaniem, ponieważ istnieje już wiele materiałów na ten temat opracowanych przez liczne źródła: Komisję, EBC, PE, uniwersytety, ośrodki badawcze, prasę specjalistyczną i ogólną, naukowców i partnerów społecznych.

2.2 Skądinąd ma się wrażenie, że większość istniejących opracowań na ten temat jest wynikiem **jednostronnych doświadczeń i punktów widzenia**, czy też owocem **wniośków wypośredkowanych** między różnymi, czasami sprzecznymi, opiniami. Tego typu podejście jest zgodne z zasadami demokracji, ale często istota problemu zostaje zaciemniona przez pewne niuanse podyktowane okolicznościami czy też, i to zbyt często, poglądami głoszonymi wewnątrz danego państwa członkowskiego.

2.3 Komitet uważa, że prawdziwy postęp jest możliwy jedynie wówczas, gdy **patrzy się na rzeczywistość bez uprzedzeń**. Wychodząc z założenia, że euro osiągnęło w zasadzie niezaprzeczalny sukces, trzeba zrozumieć, **dłaczego** jest nadal **przedmiotem krytyki** mniej lub bardziej licznych grup opinii społecznej, **znaleźć tego przyczyny** i, jeżeli to możliwe, **zapropnować rozwiązania**. Nie aspiruje się tutaj do niezwykłych odkryć czy tym bardziej nie zamierza się stwarzać wrażenia inicjowania nowych kampanii kształtujących opinię publiczną. Cel tego dokumentu jest skromniejszy, a mianowicie polega na wywołaniu nowej dyskusji na temat starych i znanych problemów.

3. Metodologia pracy

3.1 Opracowanie rozpoczyna się od przedstawienia korzyści związanych z euro na podstawie osiągniętych już wyników i „oficjalnych”, ogólnie przyjętych, opinii; następnie przechodzi do analizy krytycznej tych wyników i opinii zebranych w trakcie badań prowadzonych w terenie; na zakończenie zawiera własną analizę powodów krytyki i negatywnych osądów wobec nowej waluty. Jak już powiedziano, ewentualne propozycje należy rozumieć jako **punkt wyjścia do dalszego pogłębienia tematu**.

3.2 Posłużono się głównie dokumentem Flash Eurobarometer nr 193 „The eurozone, 5 years after the introduction of euro coins and banknotes — Analytical report” („Strefa euro pięć lat po wprowadzeniu monet i banknotów euro — sprawozdanie analityczne”) z listopada 2006 r. Sondaż ten został przeprowadzony przez Instytut Gallupa pod kierownictwem zespołu ds. Eurobarometru z DG ECFIN Komisji. Przeprowadzono również wywiady z kompetentnymi osobami z państwa, które przyjęło euro w 2007 r., to znaczy ze Słowenii i z państw, które przyjęły je w 2008 r. (Malta i Cypr). Celowo unikano opierania się na źródłach z państw nienależących do strefy euro, gdyż uznano, że do celów tego badania znaczące są tylko doświadczenia bezpośrednio zainteresowanych stron.

3.3 Uzupełnieniem jest sondaż Eurobarometru z września 2007 r. ⁽¹⁾ przeprowadzony w nowych państwach członkowskich: w wielu punktach może on być źródłem ciekawych refleksji płynących z porównania „doświadczeń” i „oczekiwań”.

4. Korzyści związane z euro według oficjalnych danych i opinii

4.1 Zgodnie z literaturą wspólnotową i zdaniem zwolenników wspólnej waluty, **euro przyniosło szereg korzyści i pożytków, które zostały przytoczone poniżej dla informacji**: lista nie omawia przyczyn, które są obecnie dobrze znane, i pomija również uwagi krytyczne, przywoływane w razie konieczności w części dotyczącej opinii obywateli.

4.2 Euro przyniosło następujące korzyści i pożytki (nie opatrzone ich komentarzem):

- jest ono głównym i praktycznym nośnikiem tożsamości europejskiej;
- jest narzędziem umożliwiającym porównywanie międzynarodowych cen i ożywiającym konkurencję;
- eliminuje ryzyko wymiany i koszty transakcji w obcej walucie;
- wyklucza możliwość wykorzystywania dewaluacji waluty jako czynnika stymulującego działania konkurencyjne lub kształtowania strategii handlowych na podstawie prognozy dewaluacji;
- lepiej chroni kraje strefy euro przed szokiem zewnętrznym;
- przyczyniło się do obniżenia inflacji i stóp procentowych (na te drugie w pewnym stopniu wpłynęły premie za ryzyko inflacyjne);
- jest czynnikiem wzrostu i zatrudnienia w kontekście strategii lizbońskiej;
- odgrywa w Europie pierwszoplanową rolę w sferze polityki pieniężnej i zdobyło pozycję waluty rezerwowej;
- jest czynnikiem stabilności światowej gospodarki;
- w dużym stopniu ułatwiło turystykę i podróże służbowe, a także zmniejszyło ich koszty, szczególnie w strefie euro.

4.3 Oprócz tych korzyści, które nieczęsto są przedmiotem dyskusji, pomijając pewne uwagi kwestionujące ich niepodważalność, należy wymienić **czasami kontrowersyjne aspekty dotyczące korzyści płynących z „silnej” waluty**.

4.4 Trzeba jasno powiedzieć: silna waluta **jest korzystna dla jednych, a niekorzystna dla innych**, ale ważna jest ocena czystych korzyści dla gospodarki: korzyści, które w przypadku euro nie podlegają dyskusji. **Waluta** powinna być także **stabilna**, a euro jest taką, gdyż reprezentuje stabilną i rozwijającą się gospodarkę, pomimo wstrząsów koniunkturalnych, a jej wartość zewnętrzna jest uzależniona od wydarzeń, z których skutkami można walczyć — choć z pewnością nie w pełni je

wyeliminować — przy pomocy odpowiedniej polityki gospodarczej i pieniężnej.

5. Korzyści i niedogodności związane z euro według opinii obywateli

5.1 **Euro jako gotówkowy środek płatniczy**. Wydaje się zadziwiające, że w siedem lat po wprowadzeniu euro **41 % osób uczestniczących w sondażu oświadczyło, że napotyka „pewne trudności” lub „poważne trudności” przy posługiwaniu się tą walutą**. Odsetek ten zmniejsza się, ale nadal pozostaje na dość wysokim poziomie. Sondaż nie precyzuje, jakiego typu są to problemy. Można jednak uznać, że **negatywne podejście wypływa raczej z przyczyn emocjonalnych**, a nie racjonalnych, jeżeli weźmie się pod uwagę, że znaczna większość (od 93 % do 63 % w zależności od kraju) oświadcza, iż nie ma trudności z rozpoznaniem monet i banknotów. Możliwe, że osoby mówiące o trudnościach to w znacznej mierze te same, które niechętnie przyjęły wprowadzenie nowej waluty i których część należy do mniej uprzywilejowanych klas społecznych. W każdym razie statystycznie odpowiedzi dotyczące trudności nie zgadzają się z odpowiedziami dotyczącymi stosowania euro.

5.1.1 Wątpliwości te nasilają się tym bardziej po porównaniu z sondażem przeprowadzonym w nowych państwach członkowskich we wrześniu 2007 r.: około trzech czwartych badanych widziało banknoty i monety euro, a 44 % ich używało. Trudno wyjaśnić, jak to jest możliwe, że w krajach euro 41 % obywateli od dziecięciu lat używających tej waluty, twierdzi, że napotyka trudności, natomiast nie dzieje się tak w nowych państwach członkowskich, gdzie 44 % osób używa (lub miało okazję użyć) euro i nie sygnalizuje żadnych problemów.

5.1.2 Działania o czysto komunikacyjnym charakterze raczej nie są w stanie spowodować zmiany w tego typu podejściu. Jeżeli, jak się wydaje, ewentualne trudności są relatywnie niewielkie lub minimalne, należałoby raczej przyjąć strategię **ukierunkowanych działań na szczeblu krajowym**. W tym względzie decydujące znaczenie ma raczej edukacja niż komunikacja. Ale gdyby na koniec stwierdzono, że rzekome „trudności” to nic innego jak zakamufłowany wyraz niechęci do wszystkiego, co stanowi „Europę”, specjalne środki nie przyniosłyby żadnego rezultatu. Zmiana podejścia do euro dokona się jednocześnie ze stopniową akceptacją idei integracji europejskiej.

5.2 **Euro: podstawa do obliczenia cen i czynnik wpływający na decyzje konsumentów**. Od samego początku przewidywano, że jeszcze przez długi czas pewna część ludności (większa lub mniejsza w zależności od kraju) **będzie nadal „myśleć” w walucie krajowej**. Sondaż potwierdził te przewidywania: obliczając ceny, około 40 % konsumentów opiera się nadal — zawsze lub „czasami” — na walucie krajowej, zarówno przy zakupach codziennych, jak i przy zakupach o wyższej wartości.

⁽¹⁾ „Introduction of the euro in the new member States” („Wprowadzenie euro w nowych państwach członkowskich”), Flash Eurobarometer 2007, Instytut Gallupa, październik 2007 r.

5.2.1 Jeżeli chodzi o decyzje dotyczące zakupów, nadal wysoki odsetek (59 %) osób uznaje euro za czynnik zniechęcający raczej niż zachęcający do wydatków. Jednak odsetek osób, które oceniają **wspólną walutę jako element „obojętny”**, coraz bardziej rośnie (od 31 % w 2003 r. do 41 % w 2007 r.). Jednocześnie maleje odsetek osób twierdzących, że kupują mniej z obawy, iż wydadzą za dużo (z 39 na 33 %), natomiast pozostaje na niezmiennym poziomie odsetek osób, które, wręcz przeciwnie, twierdzą, że wydają za dużo, ponieważ nie są w stanie ocenić wartości pieniędzy (od 26 do 25 %).

5.2.2 Dwa omawiane aspekty — odniesienie do waluty krajowej i euro jako element „obojętny” — niekoniecznie się ze sobą wiążą, ani nie istnieje żaden sygnał pozwalający sądzić, że obydwie **grupy o podobnej liczebności (około 40 %)** obejmują te same osoby.

5.3 **Celowość podwójnego oznaczenia cen i preferencje konsumentów.** Dwie różne grupy osób, którym zostały zadane dwa różne pytania, tzn. czy potrzebne jest podwójne oznaczenie cen i czy takie oznaczenie jest oczekiwane przez konsumentów, dały zbieżne ze sobą odpowiedzi: **znacząca większość (około 60 %) uznała, że po upływie odpowiedniego okresu przejściowego takie środki nie są ani użyteczne, ani potrzebne.** Trzeba zaznaczyć, że odsetek osób przeciwnych podwójnemu oznaczeniu cen z biegiem czasu stopniowo wzrasta, co stanowi wyraźny znak, że wspólna waluta wchodzi (lub już weszła, zgodnie z bardziej optymistycznymi interpretacjami) w krąg przyzwyczajęń codziennego życia.

5.3.1 Odpowiedzi udzielone przez obywateli w sprawie podwójnego oznaczania cen nie dziwią, jeżeli weźmie się pod uwagę czas, który upłynął od wprowadzenia euro. Jednak aspekt ten powinny mieć szczególnie na uwadze **państwa, które niedawno przyjęły wspólną walutę** (Słowenia, Cypr i Malta) oraz **państwa, które przyjmą ją w najbliższej przyszłości** (kraje bałtyckie i Słowacja). Badanie przeprowadzone przez Eurobarometr w listopadzie 2007 r. wskazuje, że istnieją silne obawy przed podwyżką cen w wyniku wprowadzenia euro. Doświadczenie pokazało, że **podwójne oznaczenie cen może stanowić użyteczny czynnik powstrzymujący przed podwyżkami pod warunkiem, że towarzyszą temu kontrole i środki zniechęcające**, co nie zawsze miało miejsce w państwach, które przyjęły euro jako pierwsze. Komisja zajęła ostatnio stanowisko, zalecając, by podwójne oznakowanie cen **obowiązywało przez sześć miesięcy, lecz nie dłużej niż jeden rok.**

5.4 **Banknoty i monety.** Z sondażu dotyczącego zadowolenia z obecnych nominałów banknotów i gamy monet wynika, że jeżeli w odniesieniu do banknotów nie wydają się konieczne zmiany, **znaczący odsetek** osób uczestniczących w sondażu (choć wahający się od 80 % w Finlandii i Niemczech do 33-35 % w Irlandii i we Włoszech) opowiada się — kierując się wygodą i uproszczeniem płatności — za **ograniczeniem gamy monet poprzez wyeliminowanie** w praktyce monet o wartości 1 i 2 centymów. Z drugiej strony większość osób obawia się, że wyeliminowanie monet o niższej wartości może **przyczynić się do podwyżek cen**: obawa ta jest szeroko rozpowszechniona również w krajach, w których większość opowiada się za zlikwidowaniem tych monet.

5.4.1 Doświadczenie wykazało, że **znaczna część podwyżek w handlu detalicznym**, która miała miejsce jednocześnie z przyjęciem euro lub po jego przyjęciu, była spowodowana w dużym stopniu **zaokrągleniem cen**, które po przeli-

czeniu miały w pozycji ułamków dziesiętnych wartość niższą od 5. Sztuczki tej dokonano, wykorzystując słabą kontrolę ze strony władz i tych konsumentów, którzy uznali wartość „małych” monet za bardzo nieznaczną. Zjawisko to szczególnie odczuło w krajach, w których waluta krajowa charakteryzowała się niewielką wartością jednostkową (na przykład we Włoszech). EKES **zdecydowanie odradza** wycofanie monet o wartości 1 i 2 centymów: „wygodzie” przywoływanej przez niektóre segmenty rynku, przeciwstawiają się względy dotyczące interesu ogółu.

5.5 Na szczególną uwagę zasługuje pytanie dotyczące **posługiwania się euro w płatnościach dokonywanych przez osoby podróżujące poza strefą euro.** Średnio ponad 50 % zapytanych odpowiedziało, że posługuje się euro w większym lub mniejszym stopniu w trakcie podróży w państwach spoza strefy euro; odsetek ten jednak znacznie się zmienia w zależności od kraju, od 72 % w Grecji do 38 % w Finlandii. Można się cieszyć, że wspólna waluta, dzięki swojemu prestiżowi i liczным użytkownikom, jest dobrze przyjmowana w wielu krajach o rozwiniętej turystyce.

5.5.1 Jednak elementarna ostrożność skłaniałaby do przeprowadzenia **porównania między wygodą**, jaką stanowi możliwość niewymieniania waluty przed podróżą za granicę a jej **kosztem.** Sprawdzając to w praktyce, okazuje się, że w większości przypadków **kurs wymiany euro stosowany w handlu w krajach trzecich o „silnej walucie” jest często dużo wyższy od oficjalnego kursu wymiany.** Aspekt ten nie został wykazany w sondażu, ani nie wspomniano o nim osoby pytane, co jest wyraźnym znakiem, że koszt wymiany jest uznawany za kwestię drugorzędną czy też nie został w ogóle zauważony.

5.6 Rozdział dotyczący bieżącego posługiwania się wspólną walutą zostaje zakończony kluczowym pytaniem: **jak euro jest oceniane przez obywateli z globalnego punktu widzenia? Ma więcej zalet niż wad?** Analiza odpowiedzi na to pytanie nabiera zasadniczego znaczenia dla **przyszłych strategii w zakresie komunikacji**, ale nie tylko: zakłada **konieczność zastanowienia się nad wspólnotową polityką** dotyczącą euro, jak również nad **relacjami rządów krajowych z ich obywatelami.**

5.6.1 Odsetek obywateli, który uważa **wprowadzenie euro za korzystne**, wynosił, według ostatnich badań, **48 %, co stanowi znaczący spadek** w stosunku do badań przeprowadzonych we wrześniu 2002 r. (59 %), który staje się jeszcze bardziej znaczący — i niepokojący — jeżeli weźmiemy pod uwagę, że jest to tendencja postępująca i stała w czasie. Odsetek osób, które uważają przyjęcie nowej waluty za kwestię dla nich obojętną, jest niewielki i stabilny (7-8 %), natomiast stopniowo **rośnie grupa osób, które są przeciwnego zdania** (od 29 do 38 %).

5.6.2 Analiza **pozytywnych odpowiedzi** według poszczególnych państw wskazuje, że pierwsze miejsca zajmują: Irlandia (75 %), Finlandia (65 %) i Luksemburg (64 %), to znaczy państwa, które odnotowują znaczący wzrost gospodarczy. Natomiast większość **odpowiedzi negatywnych** udzielono we Włoszech (48 %), a następnie w Grecji (46 %) i Niemczech (44 %). Nieco ponad średnią plasuje się Francja (51 %). Należy zatem zachować **ostrożność** i nie ulec pokusie ustalenia bezpośredniego **związku między pozytywną oceną euro a wzrostem gospodarczym.** Jeżeli bowiem z jednej strony to

prawda, że wśród najbardziej sprzyjających nowej walucie krajów znajdują się te o zadowalającym poziomie wzrostu gospodarczego, a wśród państw najbardziej niechętnych nowej walucie te o przeciwnej tendencji (Włochy i Grecja), prawdą jest również, że z drugiej strony dwa największe państwa strefy euro, Niemcy i Francja, cieszą się pozytywnym wzrostem gospodarczym, a jednocześnie ich obywatele wyrażają względnie negatywne opinie w sprawie euro.

5.6.2.1 EKES uważa, że pytanie to stanowi **kluczowy element całego sondażu**: jak już wspomniano w punkcie 5.1.1, należałoby zbadać, czy istnieje i w jakim stopniu **związek między akceptacją euro jako wspólnej waluty a poparciem dla Unii Europejskiej. Inna ewentualność to związek z koniunkturą gospodarczą**, która po prostu byłaby utożsamiana z euro. Innymi słowy możliwe jest, że w ocenie euro jako waluty istnieje komponent emocjonalny lub ideologiczny, który nie ma nic wspólnego z walutą jako taką.

5.6.3 Przyczyny skromnego wzrostu gospodarczego są wielorakie, często występują wspólnie i wzajemnie na siebie oddziałują: oprócz czynników związanych z walutą (stopa inflacji, kurs wymiany, stopy oprocentowania) należą do nich produktywność, konkurencyjność, poziom wynagrodzeń, konsumpcja, bilans płatniczy, spokój społeczny, deficyt budżetowy i inne. To temat złożony będący przedmiotem debaty między politykami, ekonomistami i partnerami społecznymi. Natomiast przeciętny obywatel **ma tendencję do uproszczenia** i zwraca uwagę na konkretny element dotyczący z bliska jego codziennego życia, tzn. pieniądze.

5.6.4 W środowiskach fachowców istnieje tendencja do zrzucania winy za słaby wzrost gospodarczy na **politykę pieniężną**, która według niektórych specjalistów i partii politycznych w niewystarczającym stopniu przeciwdziała wzrostowi kursu wymiany i nie sprzyja wzrostowi i zatrudnieniu, tak jak to możliwe dzięki odpowiedniemu manewrowaniu stopami procentowymi. Nie jest to miejsce na dyskusję na ten temat, ale również w tym wypadku opinia publiczna postrzega euro jako przyczynę problemów.

5.6.5 Krytyka euro jest szczególnie widoczna w państwach o słabym wzroście gospodarczym oraz w pewnym stopniu pojawia się również w **państwach o wyższym wzroście**. Jednakże w tych ostatnich sprzeciw jest zaostrzony przez fakt, że jeszcze przed jego przyjęciem pewne warstwy opinii publicznej wykazywały **niechęć przed rezygnacją z własnej waluty**, silnej i cieszącej się prestiżem, będącej dla nich symbolem prestiżu i tożsamości narodowej. Z drugiej strony te powody jeszcze nadal są przywoływane w krajach, które nie zdecydowały się na wprowadzenie euro.

5.7 **Analiza pozytywnych opinii** na temat euro przynosi konkretne dowody uzasadniające hipotezę, o której mowa w

punkcie 5.6.3 i 5.6.4 ⁽²⁾. Kategorie najbardziej zadowolone to te, które w analizach społeczno-demograficznych określa się jako najlepiej poinformowane: raczej mężczyźni niż kobiety, raczej osoby pracujące na własny rachunek i pracownicy umysłowi niż robotnicy i bezrobotni, raczej osoby młode niż starsze, raczej mieszkańcy miast niż mieszkańcy wsi, raczej osoby o wyższym niż o niższym wykształceniu. **Lepsze poinformowanie często oznacza większą dojrzałość i zdolność krytyczną.**

5.7.1 Dużym uproszczeniem byłoby stwierdzenie, że sama komunikacja może pomóc w przezwycięzeniu niechęci do euro, a w każdym razie wszelkie decyzje należy rozważać w świetle indywidualnej sytuacji w każdym kraju. Istnieją kraje, gdzie informacja jest aż zbyt skuteczna, ale często charakteryzuje ją krytyczne nastawienie: partie polityczne, a czasami i rządy, mają znaczący wpływ na kształtowanie opinii publicznej. Nie chodzi tutaj o nieprawdziwe informacje, ale o komunikację opartą na przekonaniach, które należy szanować, zgodnie z zasadami demokracji. Z drugiej strony odnosi się wrażenie, że **większość „zwolenników” powinna wprowadzić w życie wyraźną, solidną, opartą na przekonaniach obronę euro.**

5.7.2 Niemniej działania promujące euro, oparte głównie na racjach politycznych, gospodarczych i walutowych wywarłyby słabe wrażenie na opinii publicznej: większe poparcie można uzyskać, przypominając i podkreślając, **aspekty praktyczne bliższe potrzebom obywateli**. Ten rodzaj komunikacji jest z pewnością **najodpowiedniejszy, by trafić do odbiorców**. Dotyczy on codziennego życia każdego z nas, bez potrzeby odwoływania się do abstrakcyjnych zasad. Innymi słowy, jest **to proste podejście**, ale nie powierzchowne. Oficjalne organy są mniej właściwe do rozpowszechniania tego typu komunikacji. Lepiej jest oprzeć się na **podmiotach gospodarczych i partnerach społecznych**, odpowiednio ich uwrażliwiając na tę tematykę, ponieważ są oni bliżej obywateli i z pewnością są bardziej przekonujący.

5.7.3 Kiedy analizujemy pozytywną motywację dotyczącą aspektów praktycznych, na pierwszym miejscu wymieniana jest **turystyka: łatwiejsze i tańsze podróże zagraniczne** (szczególnie w strefie euro, ale również do państw trzecich), do czego dochodzi możliwość **porównania cen** ⁽³⁾. Na ten właśnie „plus”, a w szczególności na brak prowizji za wymianę oraz na pewność dotyczącą kwot, którymi zostanie obciążone nasze konto, mogłyby położyć nacisk agencje turystyczne i agencje nieruchomości, ogólnie przedsiębiorcy z branży turystycznej oraz emitenci kart płatniczych. Sektor finansowy odgrywa ważną rolę: ostatnie zmiany w zakresie transferu środków (jednolity obszar płatności w euro — SEPA) zapewniły, że płatności w obszarze euro są tak samo bezpieczne, szybkie i nieobciążone opłatami jak przelewy krajowe. Potrzebny jest jednak **ważny nadzór** ze strony organów kontrolnych, by zapewnić ściśle przestrzeganie przepisów przez sektor finansowy.

⁽²⁾ Ze względu na brak specjalnych analiz społeczno-demograficznych dla każdego kraju, nie można skomentować hipotezy przedstawionej w punkcie 5.6.4.

⁽³⁾ Ten powód, wymieniany przez 30 % osób uczestniczących w sondażu, odnosi się prawdopodobnie do rynku krajowego, ale może zostać analogicznie rozszerzony na całą strefę euro.

5.7.4 Na pierwszy rzut oka mniej oczywiste wydaje się oparcie na trzecim z powodów (według ważności) wymienianych przez zwolenników euro, a mianowicie **wzmocnienie prestiżu Europy**. Zagadnienie to, o charakterze ogólnym i teoretycznym, wchodzi w zakres działań o dużo szerszym zasięgu i ogólnym charakterze.

5.8 Jeszcze bardziej interesująca jest analiza **opinii krytycznych na temat euro**. Znaczna większość obywateli (81 % w 2006 r. i liczba ich stale się zwiększa) uważa, że ponosi ono **odpowiedzialność za podwyżkę cen**. Takie podejście pojawiło się jeszcze przed wejściem w życie wspólnej waluty; już wówczas obawiano się, że dostawcy dóbr i usług — a handel w szczególności — skorzystają z przeliczenia waluty krajowej, by bezprawnie zaokrąglić i podwyższyć ceny. Komisja zapewniała, że tak się nie stanie; rządy ze swojej strony, zaangażowały się w tę sprawę poprzez porozumienia z sektorem handlu; stowarzyszenia konsumentów zalecały czujność.

5.8.1 To co wydarzyło się w rzeczywistości należy już do najnowszej historii: w niektórych krajach porozumienia zostały dotrzymane (EKES uważa, że przypadek Austrii powinien służyć za przykład), w innych mniej, a w jeszcze innych wcale. Nie jest to odpowiednie miejsce, ani chwila do rozpoczęcia dyskusji w sprawie odpowiedzialności. Wystarczy stwierdzić, że **w wielu krajach podwyżki cen zaczęły się właśnie wraz z wprowadzeniem euro**. Tym spowodowane jest wrażenie opinii publicznej, że podwyżki cen zostały „wywołane” wprowadzeniem euro, wrażenie, które do tej pory istnieje i coraz bardziej się zakorzenia ze względu na brak **komunikacji, która przedstawiłaby tę sprawę we właściwy sposób**: wprowadzenie euro dało niektórym osobom dobrą okazję do zarobku, ale samo w sobie jest, i pozostanie, „neutralnym” instrumentem. Jeszcze nikt nie podjął próby przedstawienia tego w tym świetle lub próby te były zbyt słabe.

5.8.2 Podwyżki, które miały miejsce później, nie mają już nic wspólnego z euro: po wprowadzeniu i umocnieniu w obiegu, **waluta stanowi środek pomiaru ewolucji na rynku, a nie jej przyczynę**. W tym względzie **nie mają znaczenia** wszelkie rozważania dotyczące **inflacji, relacji kursów wymiany, spekulacji: dotyczyłyby one w każdym razie również walut krajowych**, może nawet w większym stopniu niż to się stało w wypadku euro. Odnośnie do tej kwestii — i tej przywołanej w poprzednim punkcie — należy **postawić sprawy jasno raz na zawsze**. Trzeba zatem, by ten temat, zasadniczy dla zwalczania sceptycyzmu i niechęci, które nadal towarzyszą euro, był poruszany i stał się główną bronią **w komunikacji**, w którą zaangażowani zostaną partnerzy społeczni, rządy i Komisja.

5.8.3 Kolejny argument związany w pewien sposób z poprzednim to konwergencja cen, czyli stwierdzenie, że **euro przyczyniłoby się do odczuwalnej konwergencji cen w strefie euro** dzięki pojawieniu się konkurencji między poszczególnymi państwami oraz dzięki naciskom konsumentów, którzy wreszcie byli w stanie porównywać ze sobą ceny. To stwierdzenie było częścią kampanii poprzedzającej wprowadzenie euro i było jej jednym z głównych argumentów. Skądinąd kampania mogła wywołać nadmierne oczekiwania, bowiem nie

określała dokładnie **granic tej konwergencji**. Nie zostało bowiem wyjaśnione, że **konwergencja nie będzie dotyczyć towarów i usług wytwarzanych i nabywanych lokalnie**, czyli tej części wydatków, która jest zdecydowanie największa i którą konsument odczuwa bezpośrednio.

5.8.4 Wyniki sondażu zdają się potwierdzać to spostrzeżenie: 68 % osób biorących w nim udział stwierdziło, że euro nie przyczyniło się do konwergencji cen (45 %) lub udzieliło odpowiedzi „nie wiem” (23 %). 32 % jest przeciwnej opinii. Brakuje jednak w tej części sondażu podstawowych informacji: nie wiemy, czy odpowiedź ma charakter intuicyjny lub emocjonalny, czy też oparta jest na bezpośrednim doświadczeniu (podróże za granicę, zakupy transgraniczne). W działaniach z zakresu komunikacji należy **zmniejszyć oczekiwania co do konwergencji cen, wyjaśniając przyczyny, które ograniczają jej zakres**. Ponadto dobrze byłoby podkreślić, że niewielka konwergencja lub jej brak w sektorach innych niż „lokalne” dobra czy usługi zależy od czynników zupełnie niezależnych od wspólnej waluty: prawa popytu i podaży, kosztu transportu, podatków. Mówiąc krótko, euro przyczyniło się do konwergencji cen tam, gdzie było to możliwe, ale różnice w cenach nadal będą miały miejsce, tak samo jak w Stanach Zjednoczonych, gdzie wspólna waluta istnieje od zawsze.

6. Aspekty polityczne

6.1 Znaczna większość (75 %) osób uczestniczących w sondażu uważa, że euro pełni ważną rolę jako **waluta międzynarodowa**, ale dużo niższy odsetek osób wyraża zainteresowanie kursem wymiany, mimo że w ogólnym zarysie wie o aprecjacji waluty europejskiej w stosunku do dolara. Natomiast prawie identyczny, o ile nie wyższy odsetek osób (78 %) uważa, że euro **nie wpłynęło w żaden sposób na fakt, że czujemy się w większym czy mniejszym stopniu Europejczykami**. Analiza odpowiedzi według poszczególnych krajów stwarza pole do rozważań, choć budzi pewne wątpliwości. Kraje, w których uznaje się, że euro jest ważne dla postrzegania tożsamości europejskiej, to Irlandia (56 %), następnie w pewnej odległości Włochy (28 %) i Luksemburg (19 %); mniejszy odsetek osób twierdzi tak w Holandii, Grecji, Niemczech i Austrii (10-14 %).

6.1.1 Można spróbować to wytłumaczyć (ale tylko w odniesieniu do pewnych krajów) spostrzeżeniem, że lepsza opinia o euro jako o czynniku tożsamości europejskiej panuje we Włoszech, gdzie waluta krajowa miała trudną przeszłość, natomiast opinia ta jest gorsza w Niemczech, które były dumne z własnej silnej i stabilnej waluty. W innych krajach mogą odgrywać rolę różne powody i poglądy: brak informacji, obojętność, mniejsze przywiązanie do idei **Europy emitującej walutę cieszącą się prestiżem**. Ten ostatni aspekt wydaje się znajdować potwierdzenie w danych z pewnych względów zaskakujących: we wszystkich krajach, łącznie z krajami, które mają pozytywną opinię o euro, większość osób uczestniczących w sondażu uważa, że euro **nie spowodowało żadnej zmiany w postrzeganiu tożsamości europejskiej**.

6.1.2 Trzeba przyjąć do wiadomości fakt, że wiele lat po wprowadzeniu euro, mimo iż wykazało ono swoją siłę na płaszczyźnie międzynarodowej, nie wydaje się, by poczyniło znaczące postępy w roli **czynnika i symbolu tożsamości europejskiej**. Ponieważ chodzi o odczucia wynikające z osobistego postrzegania rzeczywistości, które może obejmować szeroką gamę odcieni, trudno sobie wyobrazić specjalne kampanie odnoszące się do tego aspektu i mające na celu zmianę opinii obywateli. Zmiana może nastąpić tylko stopniowo, **dzięki usunięciu przyczyn, które leżą u podstaw takich odczuć**. Innym słowy, euro stanie się symbolem tożsamości europejskiej dopiero wtedy, gdy obywatele wewnętrznie nabiorą poczucia bycia „Europejczykami”.

6.2 Powód do optymizmu niesie odpowiedź na pytanie, czy oczekuje się lub nie **rozszerzenia strefy euro na nowe państwa członkowskie**: odsetek bliski 80 % uważa, że jest to pewne lub prawdopodobne, i większość takich odpowiedzi występuje we wszystkich krajach. EKES postrzega w tej odpowiedzi wyraz wiary w atrakcyjność euro, która by nie zaistniała, gdyby naprawdę uważano, że jest ono politycznie słabe i wywołuje negatywne konsekwencje.

7. Koordynacja polityki gospodarczej oraz pakt stabilności

7.1 Tym tematом stanowiącym zasadniczą część o charakterze bardziej teoretycznym należałoby poświęcić osobny rozdział, czyniąc z nich przedmiot odrębnych rozważań. Z drugiej strony EKES poświęcił tym tematом liczne opinie i zastrzega sobie możliwość ponownego podjęcia tego tematu w najbliższej przyszłości. Tutaj wystarczy zaznaczyć, że około połowa osób uczestniczących w sondażu oświadcza, iż wie o **koordynacji polityki gospodarczej na szczeblu wspólnotowym**, ale większość z nich uważa, że koordynacja ta **nie jest przedmiotem wystarczającej uwagi**. Analiza według poszczególnych krajów wskazuje jednak, że tak poziom wiedzy, jak i ocena z niego wynikająca są bardzo zróżnicowane w zależności od kraju. Uderza obiektywność, z jaką osoby uczestniczące w sondażu oceniają sytuację **gospodarczą w swych krajach**: obywatele krajów o dobrej sytuacji gospodarczej są na ten temat zorientowani, a obywatele krajów o problemach gospodarczych nie wahają się tego przyznać.

7.2 Jeżeli chodzi o **pakt stabilności**, poziom wiedzy na ten temat i różnice w poszczególnych krajach, są mniej więcej takie same jak wiedza na temat polityki gospodarczej. Trzy czwarte osób uczestniczących w sondażu zgadza się jednak z faktem, że **pakt stabilności zapewni silne i stabilne euro**. Znamienne jest to, że najwyższy odsetek przeciwników euro pochodzi z krajów, gdzie w większym stopniu odczuto podwyżki cen i gdzie w domyśle przypisano je wprowadzeniu euro.

7.3 Według sondażu wydaje się być zatem rozpowszechnione przekonanie, iż **należy przypisać euro powody (a czasami pozytywne aspekty) sytuacji gospodarczej i ewolucji cen w każdym kraju**, i to ze szczególnej perspektywy (krajowej) każdego z nich. Należałoby uwypuklić fakt, że gospodarka całej strefy euro chroni walutę przed wstrząsami, które dużo silniej odbiłyby się na sytuacji każdego poszczegól-

nego kraju, a każdy obywatel powinien sobie zadać pytanie, jak wyglądałaby sytuacja jego kraju, gdyby nie istniała wspólna waluta: jaka gospodarka krajowa mogłaby sama stawić czoło takim wydarzeniom zewnętrznym, jakie miały miejsce w ostatnich latach i jakie w przyszłości mogą jeszcze dotknąć gospodarkę światową?

8. Nowe kraje członkowskie

8.1 Nie można zebrać w jednym dokumencie uwag analitycznych dotyczących krajów strefy euro oraz jedenastu nowych państw członkowskich, z których trzy przystąpiły do strefy euro bardzo niedawno, a inne oczekują na przystąpienie w krótszej lub dłuższej perspektywie. Niemniej analiza odpowiedzi na niektóre „kluczowe” pytania sondażu z września 2007 r. może dostarczyć materiału do refleksji użytecznych dla przyszłej polityki na rzecz akceptacji wspólnej waluty.

8.2 Sondaż opinii w sprawie **skutków przyjęcia euro na szczeblu krajowym** wskazuje, że 53 % obywateli ma pozytywne nastawienie, 33 % jest przeciwnych, a 15 % udziela odpowiedzi „nie wiem” (*). Ogólne pytanie dotyczące **przyjęcia euro** przyniosło w zasadzie dosyć podobne średnie wyniki W jednym i drugim przypadku odsetek „zwolenników” i „przeciwników” wskazuje na duże różnice pomiędzy krajami: odsetek „przeciwników” waha się od 55 % na Łotwie do 18 % w Rumunii; ogólnie negatywne podejście jest silniejsze w krajach o mniejszej liczbie ludności.

8.2.1 Porównanie tych danych z danymi dotyczącymi krajów strefy euro (patrz punkt 5.6) wskazuje, że w tych krajach odsetek „zwolenników” jest niższy: EKES podchodzi do tych danych z pewnym wahaniem, ale gdyby rzeczywiście odpowiadały one prawdzie, przyczyn należałoby szukać w ogólnym niezadowoleniu z Unii Europejskiej, raczej niż w szczególnej niechęci do wspólnej waluty (patrz punkt 5.6.2).

8.3 Niewiadoma, która w opinii konsumentów nabiera największego znaczenia to **wpływ wprowadzenia euro na ceny**: trzy czwarte osób biorących udział w sondażu obawia się podwyżek, natomiast 11 % ocenia euro jako element neutralny, a 6 % spodziewa się obniżek. Dane te należy porównać z danymi dotyczącymi krajów strefy euro (patrz punkt 5.1), gdzie ponad 80 % przypisuje podwyżki wprowadzeniu wspólnej waluty: należałoby wnioskować, że doświadczenie potwierdza obawy obywateli w krajach, które jej jeszcze nie przyjęły. Ale stwierdzenie tego rodzaju byłoby znacznym i do tego mylącym uproszczeniem: **podwyżka cen miała miejsce — i nadal ma miejsce — we wszystkich krajach europejskich i na całym świecie**. Interesujące byłoby przeprowadzenie sondażu w innych krajach, by się dowiedzieć, jakiemu czynnikowi przypisuje się podwyżki cen tam, gdzie nie przyjęto euro.

8.4 Z odpowiedzi na pytanie dotyczące **pozytywnych skutków przyjęcia euro** widać, że znaczna częśći populacji uczestniczącej w sondażu oczekuje, iż wspólna waluta będzie korzystna jako środek płatniczy w podróżach zagranicznych, ułatwi zakupy w innych krajach, ułatwi porównanie cen i wyeliminuje koszty wymiany walut. Mniejszy odsetek uważa, że euro

(* Suma inna niż 100 jest spowodowana zaokrągleniami.

uchroni ich kraj przed kryzysami międzynarodowymi. Wszystkie te **oczekiwania pokrywają się z korzyściami dostrzeżonymi** przez osoby w krajach, które przyjęły euro, co stanowi dowód — nawet dla najbardziej zawziętych krytyków — na to, że oczekiwania nie zostały zawiedzione.

8.5 Jeżeli chodzi kwestie, które nie są tak bezpośrednio postrzegane, to w tym wypadku jest mniej odpowiedzi pozytywnych, a duży odsetek odpowiada „nie wiem”, co stanowi wyraźny znak, że **wobec problemów nieodczuwanych bezpośrednio obywatele stają się bardziej ostrożni, lub wręcz nie udzielają odpowiedzi**. Patrząc z tej perspektywy, wyniki są bardziej niż pozytywne: 66 % uważa, że euro wzmocni pozycję Europy na świecie, a około połowy uważa, że zapewni stabilność cen, stworzy korzystne warunki dla wzrostu i zatrudnienia oraz uzdrowi finanse publiczne. Na pytanie dotyczące niższych stóp procentowych odpowiedzi są natomiast mniej wyraziste: tylko jedna trzecia osób udzieliła odpowiedzi pozytywnej, natomiast pozostałe dwie trzecie dzieli się równo na przeciwników i niezdecydowanych.

8.6 **Kluczowe pytanie o wymowie „politycznej” dotyczy postrzegania euro jako czynnika tworzącego świadomość europejską.** 53 % populacji udzieliło twierdzącej odpowiedzi, a 35 % negatywnej; dane te same w sobie są pocieszające, tym bardziej, jeżeli weźmie się pod uwagę, że w 2004 r. odpowiedzi pozytywnych było 47 %, a negatywnych 45 %. Jeżeli porównamy te dane z wynikami **sondażu w krajach strefy euro** (patrz punkt 6.1), jest się nad czym zastanawiać: ponad trzy czwarte tych ostatnich oświadcza, że **euro nic nie zmieniło w postrzeganiu tożsamości europejskiej**.

9. Uwagi ogólne

9.1 Sondaż przeprowadzony przez Eurobarometr ma tę zaletę, że wybałał podejście obywateli do euro i przeanalizował jego zmiany na przestrzeni czasu; w odniesieniu do poszczególnych aspektów oceny te mogą każdorazowo się różnić, ale podejmowanie **wyizolowanych działań** w celu skorygowania pewnych tendencji mogłoby okazać się niewystarczające — jeżeli nie przyniosłoby wręcz niepożądanego skutku — jeśli utracimy z oczu **ogólną wartość polityczną** operacji, którą pewien wpływowy polityk w przychylnie intuicji nazwał „**dyplomacją euro**”.

9.2 Nie ma wątpliwości, że znaczna część opinii publicznej — tak w krajach euro, jak i w nowych państwach członkowskich — żywi **jeszcze znaczne zastrzeżenia wobec wspólnej waluty**, ale z ogólnego wydźwięku odpowiedzi na poszczególne pytania można wnioskować, że bardzo często za negatywnymi odpowiedziami kryje się **opór wobec idei integracji europej-**

skiej. Innymi słowy, **nie chodzi o samo euro, co raczej o to, co euro reprezentuje w oczach obywateli**: o konstrukcję polityczną, która nie została przyjęta za własną, jeżeli wręcz nie jest odrzucana, a która przejawia się w walucie „narzuconej z góry”.

9.3 Przyczyny niechęci wobec idei integracji europejskiej oraz euro jako jej konkretnego symbolu są wielorakie. Jest wśród nich także fakt, że w każdym kraju — niezależnie od oficjalnego stanowiska rządu — **określone ruchy polityczne i niektóre media przeciwstawiają się projektowi europejskiemu**. Nierzadko same **rządy** broniące niepopularnych siłą rzeczy środków obwiniają wspólną walutę i zasady, na których się ona opiera. Trudno powiedzieć, w jakim stopniu zachowania te są naprawdę spowodowane przeciwnymi poglądami, a ile zwykłym oportunistycznym, ale skutek jest taki, że **nie można prowadzić żadnej polityki „europejskiej”, jeżeli nie została ona zasymlowana przez rządzących**: rządy, partie polityczne, środki informacji.

9.4 **Zorganizowane społeczeństwo obywatelskie odgrywa decydującą rolę w tej strategii**: stanowi **siłę reprezentującą przekrojowo całe społeczeństwo**, a jego zaletą jest bezpośredni kontakt z obywatelami. Może ono wywierać **nacisk oddolny na władzę** i jednocześnie **odgórny na obywateli**: zajmuje uprzywilejowaną i tym samym wiążącą się z dużą odpowiedzialnością pozycję, która może przynieść owoce, tylko jeżeli zostanie utrzymana **jedność dążeń** niezależnie od pozycji politycznych i narodowości. **EKES jest jedyną instytucją europejską, która spełnia te wymogi** i ma zamiar pełnić z przekonaniem swoją rolę we współpracy z Komisją i z partnerami społecznymi z państw członkowskich.

9.5 Nie brakuje argumentów, którymi można się posłużyć w działaniach na rzecz zbliżenia do euro i jednocześnie do idei integracji europejskiej: znaczenie gospodarcze strefy euro, inwestycje całego świata we wspólną walutę i jej stopniowe przyjmowanie jako waluty rezerwowej, ochrona przed zawirowaniami finansowymi, stabilność cen i jego wkład w utrzymanie siły nabywczej. Na obiekcje można odpowiedzieć pytaniem: **niech każdy zastanowi się, co by się wydarzyło w jego kraju, gdyby waluta krajowa sama musiała zmierzyć się z wcześniejszymi, obecnymi i mogącymi wystąpić w przyszłości kryzysami**.

9.6 Najważniejszym warunkiem wstępnym dla zwiększenia akceptacji euro jest jednak taka polityka gospodarcza i społeczna w UE, która wspiera zatrudnienie i dochody oraz oferuje odpowiedni system zabezpieczenia socjalnego. Dopiero wtedy obywatele docenią w praktyce projekt europejski i w rezultacie zaakceptują także euro.

Bruksela, 29 maja 2008 r.

Przewodniczący
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego
Dimitris DIMITRIADIS