

wydarzenie

# Kampania PRO-EURO

17 września br. w BCC, debatą pt. „Jaka jest najlepsza droga do euro dla Polski i Polaków?“, zainaugurowana została kampania PRO-EURO na rzecz szybkiego wejścia Polski do strefy euro. Obrady przebiegały w dwóch panelach: „Nasza droga do euro w wymiarze międzynarodowym, politycznym i makroekonomicznym” oraz „Nasza droga do euro w wymiarze medialnym, biznesowym i społecznym”. GFK zaprezentował wyniki badania dotyczącego nastawienia Polaków do euro. Członkowie Rady podpisali Deklarację Rady Programowej Kampanii PRO-EURO.

## Rada Programowa Kampanii PRO-EURO

prof. **Władysław Bartoszewski**

ks. **Adam Boniecki**, redaktor naczelny „Tygodnika Powszechnego”

prof. **Jerzy Buzek**, poseł do Parlamentu Europejskiego, b. premier

**Dimitris Dimitriadis**, przewodniczący Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego

prof. **Bronisław Geremek**, poseł do Parlamentu Europejskiego

**Dorota Goliszewska**, redaktor naczelna „Manager Magazin”

**Marek Goliszewski**, prezes Business Centre Club

**Hanna Gronkiewicz-Waltz**, prezydent Miasta Stołecznego Warszawy

**Grzegorz Gwiazdowski**, prezes Studenckiego Forum BCC

**Danuta Hübner**, komisarz ds. polityki regionalnej KE

**Paweł Jabłoński**, zastępca redaktora naczelnego „Rzeczpospolitej”

prof. **Aldona Kamela-Sowińska**, rektor Wyższej Szkoły Handlu i Rachunkowości w Poznaniu

dr **Stanisław Kluza**, przewodniczący Komisji Nadzoru Finansowego

**Jan Król**, ekspert gospodarczy BCC, b. wicemarszałek Sejmu

**Marek Król**, komentator tygodnika „Wprost”

prof. **Stefan Meller**, wykładowca Wyższej Szkoły Handlu i Prawa im. R. Lazarskiego w Warszawie,  
b. minister spraw zagranicznych

dr **Jarosław Mulewicz**, ekspert gospodarczy BCC,  
szef Komisji Europejskiej Konwentu BCC

prof. **Dariusz Rosati**, poseł do Parlamentu Europejskiego

**Dariusz Żuk**, prezes Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości





## Deklaracja Rady Programowej Kampanii PRO-EURO

**1.** Przystąpienie Polski do strefy euro jest jednym z traktatowych zobowiązań i konsekwencją przystąpienia Polski do Unii Europejskiej.

**2.** Ponad połowa Polaków obawia się konsekwencji wprowadzenia europejskiej waluty. Stan wiedzy statystycznego Polaka na temat wprowadzenia euro jest bardzo niski. Przeciwnicy przyjęcia wspólnej waluty ulegają stereotypowym opiniom, brakuje im obiektywnej informacji.

**3.** Konieczne jest przeprowadzenie kampanii społecznej, której celem będzie poinformowanie i wsparcie edukacyjne społeczeństwa w kwestii przystąpienia Polski do strefy euro. Wyższy poziom wiedzy wpłynie na rzeczywiste zrozumienie i akceptację korzyści wynikających z jak najszybszego przyjęcia euro.

**4.** Business Centre Club inicjuje KAMPANIĘ PRO-EURO – ogólnopolską kampanię społeczną na rzecz szybkiego wejścia Polski do strefy euro, do udziału w której zaproszeni zostali wybitni politycy, przedsiębiorcy, publicyści, eurodeputowani, eksperci ekonomiczni, naukowcy, przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, unijskich i studenckich.

**5.** Celem Kampanii PRO-EURO jest:

- Zmiana postaw polskiego społeczeństwa wobec wprowadzenia euro poprzez edukowanie i informowanie nt. konsekwencji wprowadzenia europejskiej waluty, przebiegu procesu wchodzenia na wspólny rynek walutowy.

- Skuteczny lobbying na rzecz przyspieszenia wejścia Polski do strefy euro.

- Wypracowanie standardów komunikacyjnych, w tematyce euro, w odniesieniu do poszczególnych grup społeczeństwa.

- Wsparcie działań rządu i parlamentu w edukacji i informacji nt. konsekwencji wprowadzenia euro.

- Efektem kampanii powinno być jak najszybsze wejście Polski do strefy euro.

**6.** Uczestnicy kampanii tworzą Radę Programową Kampanii PRO-EURO, która wspiera swoim autorytetem działania realizowane w ramach kampanii społecznej. Członkowie Rady Programowej uczestniczą w publicznej debacie nt. euro i wspierają idee kampanii. Obok oczekiwanej zmiany postaw społeczeństwa, członkowie Rady Programowej dążą do wypracowania rozwiązań legislacyjnych minimalizujących negatywne skutki wprowadzenia nowej waluty.

**7.** Rada Programowa zawiązuje KOALICJĘ PRO-EURO, w skład której wchodzi członkowie Rady oraz reprezentowane przez nich instytucje proeuropejskie, unijskie, instytuty naukowe, organizacje pozarządowe, studenckie, przedsiębiorstwa oraz media.

**8.** Członkowie Koalicji PRO-EURO realizują kampanię edukacyjno-informacyjną poprzez różnego rodzaju działania wypracowane na forum Rady Programowej, publicznie wspierając ideę szybkiego wejścia Polski do strefy euro i cele kampanii.

**9.** Rada Programowa niniejszą DEKLARACJĄ otwiera publiczną debatę nad poszukiwaniem najlepszej drogi do euro dla Polski i Polaków. Do wsparcia swoich działań zaprasza instytucje i organizacje społeczne i pozarządowe, media, ludzi i organizacje, którym bliska jest idea wsparcia edukacyjnego i informacyjnego polskiego społeczeństwa w procesie integracji Polski ze strefą euro.

Warszawa, 17 września 2007 r.  
Pałac Lubomirskich – siedziba BCC

Inicjatorem projektu kampanii społecznej na rzecz szybkiego wejścia Polski do strefy euro jest Business Centre Club ([www.bcc.org.pl](http://www.bcc.org.pl)).

Parterem Merytorycznym kampanii jest Instytut Badawczy GfK Polonia.

Projekt wspierają medialnie m.in.: Radio PiN102 FM, „Rzeczpospolita”, „Wprost”, „Tygodnik Powszechny”, „Manager Magazin”, „Magazyn BCC”, Portal Onet.pl