



# Introduction de l'euro dans les nouveaux Etats membres

Terrains : septembre 2004  
Publication : octobre 2004

***"Introduction de l'euro  
dans les nouveaux Etats membres"***

Réalisé par EOS Gallup Europe à la demande de la Commission européenne.

**Le présent document ne représente pas le point de vue de la Commission européenne.  
Les interprétations et les opinions qu'il contient n'engagent que ses auteurs.**

ENQUETE: septembre 2004

RAPPORT D'ANALYSE: octobre 2004

## Sommaire

<b>PRESENTATION .....</b>	<b>4</b>
<b>1. Perception et soutien de la monnaie unique.....</b>	<b>5</b>
1.1. Intérêt pour le sujet de l'introduction de l'euro .....	5
1.2. Conséquences pratiques, économiques et sociales de l'euro .....	7
1.2.1. Conséquences au niveau national .....	7
1.2.2. Changement: positif ou négatif au niveau personnel? .....	9
1.3. Soutien de la monnaie unique.....	11
1.3.1. Opinions de l'entourage de la personne interrogée .....	11
1.3.2. Opinions sur le remplacement de la monnaie nationale par l'euro.....	13
1.3.3. Délai pour l'adoption de l'euro.....	15
1.3.4. Statut de l'euro en tant que devise internationale .....	17
<b>2. Les attentes et les craintes concernant l'adoption de l'euro.....</b>	<b>19</b>
2.1. Les conséquences pratiques de l'adoption de l'euro .....	19
2.2. Craintes liées à l'introduction de l'euro .....	21
2.2.1. Abus et tricheries sur les prix pendant le passage à l'euro.....	21
2.2.2. Perte d'identité nationale due à l'adoption de l'euro.....	24
2.2.3. Inconvénients dus à l'introduction de l'euro .....	26
2.2.4. Perte du contrôle sur la politique économique nationale .....	28
2.2.5. Augmentation de l'identité européenne? .....	30
2.3. Conséquences de l'introduction de l'euro sur les prix .....	32
<b>3. Connaissances sur l'euro .....</b>	<b>34</b>
3.1. Connaissances des citoyens sur l'introduction de l'euro et la zone euro.....	34
3.1.1. L'obligation d'adopter l'euro.....	34
3.1.2. Connaissance du nombre de pays de la zone euro actuelle .....	36
3.1.3. Connaissance des billets en euro .....	38
3.1.3. Connaissance des pièces en euro .....	40
3.2. Contact avec l'euro .....	42
3.2.1. Billets en euro .....	43
3.2.2. Pièces en euro .....	44
3.3. Les endroits où l'euro est utilisé.....	46
<b>4. Information des citoyens sur l'euro .....</b>	<b>48</b>
4.1. Niveau et canaux d'information .....	48
4.1.1. Le sentiment général à propos de l'information .....	48
4.1.2. Le délai pour être informé sur l'euro .....	50
4.1.3. Canaux préférés pour les informations et les campagnes .....	51

4.1.4. Les endroits où l'information devrait être disponible .....	52
4.2. Campagnes d'information .....	53
4.2.1. Sujet le plus important à couvrir par les campagnes d'information .....	53
4.2.2. Importance du double affichage .....	54
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>56</b>

**ANNEXES**

- **Tableaux**
- **Fiche technique**
- **Questionnaire**

## PRESENTATION

L'entrée de dix nouveaux Etats membres dans l'Union européenne le 1<sup>er</sup> mai 2004 aura une influence certaine sur l'évolution de l'union monétaire européenne. En effet, cet élargissement de l'UE entraînera également l'élargissement de la zone euro.

Au cours de négociations d'adhésion, il fut décidé que dès qu'un Etat membre satisfait aux critères de convergence, il est obligé d'adopter l'euro.

Bien entendu, l'adoption de l'euro suivra un processus qui se déroulera en plusieurs étapes, exactement comme ce fut le cas pour les douze Etats membres de l'UE qui constituent la zone euro actuelle, et ce processus exigera d'importants efforts dans des domaines tels que le déficit budgétaire, le contrôle de l'inflation et la stabilité des taux de change afin de satisfaire à ces critères de convergence. A cet égard, l'introduction finale de l'euro et le remplacement des monnaies nationales est prévue à plus ou moins long terme, en fonction de la situation particulière de chaque pays.

En vue de cet élargissement futur de la zone euro aux nouveaux pays membres, la Commission européenne souhaitait se faire une idée de l'opinion générale des citoyens sur l'introduction de l'euro à l'avenir dans leur pays et mesurer le niveau de leur prise de conscience quant à la monnaie unique.

Du 1<sup>er</sup> au 15 septembre 2004, le réseau EOS Gallup Europe a mené une enquête parmi plus de dix mille citoyens, âgés de quinze ans et plus, à travers les dix nouveaux pays membres de l'UE.

L'objectif principal de cette étude est d'analyser ce que le grand public pense de l'introduction éventuelle de l'euro et d'évaluer son niveau d'information quant à cet événement à venir. Ce rapport analysera les aspects suivants:

- Perception et soutien de la monnaie unique.
- Les attentes et les craintes concernant l'adoption de l'euro.
- Les connaissances des citoyens sur l'euro.
- L'information des citoyens sur l'euro.

Les conclusions principales sont exposées en détail dans les pages qui suivent. Nous y analysons les résultats de la moyenne pour les dix nouveaux Etats membres, ainsi que les résultats pour chacun des pays. En outre, ce rapport présente pour chaque question la répartition des résultats en fonction des caractéristiques socio-démographiques des personnes interrogées.

L'échantillon s'élève à environ mille personnes interrogées dans chaque pays. La méthodologie utilisée est semblable à celle des sondages Flash Eurobarometer. Les entretiens ont été réalisés par téléphone dans tous les pays, sauf en République Tchèque, en Lettonie, en Lituanie, en Pologne et en Slovaquie, où les enquêtes ont été menées en face-à-face étant donné le faible taux de pénétration du téléphone.

Une note technique indiquant la manière dont les dix instituts EOS Gallup Europe ont réalisé les entretiens est annexée à la présente analyse. Elle fournit de plus amples détails sur les méthodes utilisées pour mener les enquêtes ainsi que sur les marges statistiques d'erreur.

## 1. Perception et soutien de la monnaie unique

Dans ce premier chapitre, nous analysons comment les citoyens des nouveaux Etats membres de l'Union européenne perçoivent la monnaie européenne commune et s'ils attendent avec impatience son introduction dans leurs pays respectifs.

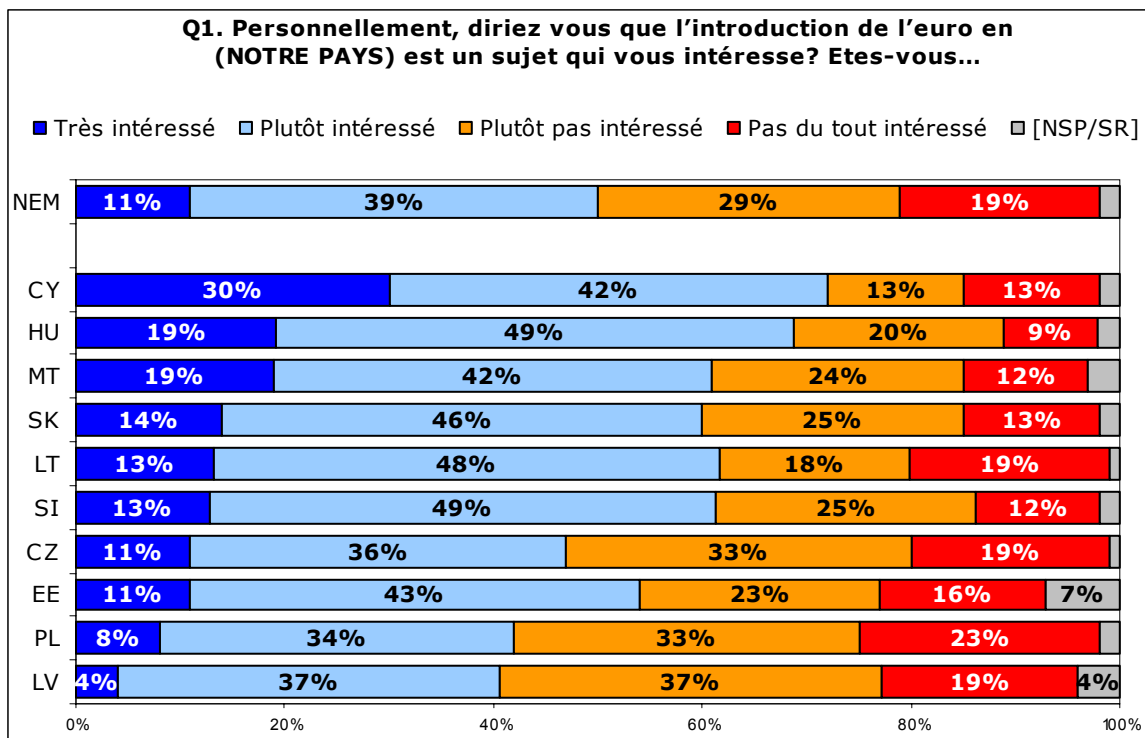
### 1.1. Intérêt pour le sujet de l'introduction de l'euro

Questionnaire: Q1

- Seulement la moitié des citoyens des nouveaux pays membres sont intéressés par l'introduction de l'euro dans leur pays -

En ce qui concerne la **moyenne pour les nouveaux Etats membres**, les réponses à cette question montrent que 50% des personnes interrogées sont intéressées par le sujet de l'introduction de l'euro dans leur pays, 11% d'entre elles étant très intéressées.

Mais il s'agit d'une très courte majorité puisque 48% indiquent que le sujet ne les intéresse pas. Parmi cette deuxième catégorie, il est important de souligner que 19% indiquent ne pas être intéressés du tout par l'introduction de l'euro dans leur pays.



L'analyse pays par pays nous montre qu'il y a de fortes divergences d'opinion entre les dix nouveaux Etats membres. Les niveaux d'intérêt pour ce sujet varient de plus de 30% entre certains pays.

Les **Chypriotes** montrent le plus grand intérêt avec un pourcentage de 72%. Ce pourcentage dépasse de 22 points de pourcentage la moyenne pour les nouveaux pays membres. Ajoutons que le pourcentage de ceux qui sont très intéressés est de 30% parmi les Chypriotes. Ici aussi, ce pourcentage dépasse de 19 points la moyenne pour

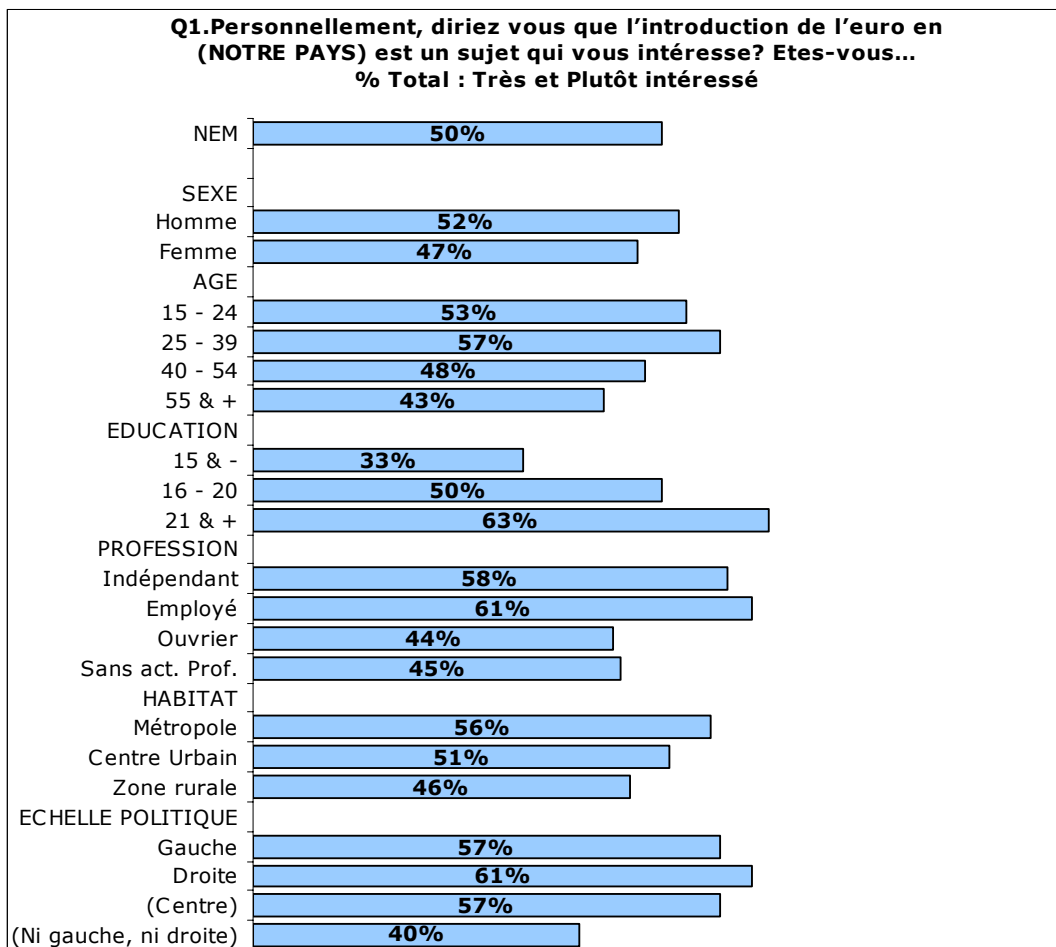
les nouveaux pays membres. Les résultats pour la **Hongrie** suivent, avec 68% de personnes interrogées témoignant d'un intérêt pour l'introduction de l'euro dans leur pays.

Au bas du tableau, on peut noter que la **Lettonie** a le plus faible pourcentage d'intérêt. En effet, seuls 41% des Lettons semblent manifester un intérêt pour ce sujet. Ce faible intérêt est accentué par le fait que parmi les personnes interrogées, seules 4% affirment être très intéressées par le sujet.

Le résultat **polonais** est presque aussi faible, avec seulement 42% de réponses en faveur d'un intérêt pour l'introduction de l'euro.

Il convient de noter que le poids du résultat de la Pologne influence la moyenne pour les nouveaux pays membres étant donné l'importance numérique de sa population.

### Répartition par catégories socio-démographiques



Les catégories socio-démographiques révèlent quelques divergences de taille:

- Les hommes (52%) semblent légèrement plus intéressés que les femmes (47%) par ce sujet.
- La répartition par âges fait apparaître que les plus jeunes sont sensiblement plus intéressés par ce sujet que les personnes plus âgées. Il y a une différence de 14 points entre la tranche des 25 - 39 ans (57%) et la tranche des 55 ans et plus (43%).

- Le niveau d'instruction fait apparaître une différence d'opinion très significative entre les personnes au niveau d'instruction le plus bas et celles au niveau le plus haut. 63% des personnes interrogées ayant fait des études jusqu'à l'âge de 21 ans et au-delà sont intéressées par l'introduction de l'euro dans leur pays contre seulement 33% de celles qui ont fait des études jusqu'à 15 ans ou moins.
- En ce qui concerne les catégories professionnelles, les indépendants (58%) et les employés (61%) se distinguent nettement par rapport aux ouvriers (44%) ou ceux qui n'ont pas d'activité professionnelle (45%).
- Notons enfin que les personnes vivant dans des métropoles (56%) sont légèrement plus intéressées par le sujet que les populations vivant en zone rurale (46%), avec une différence de 10 points.

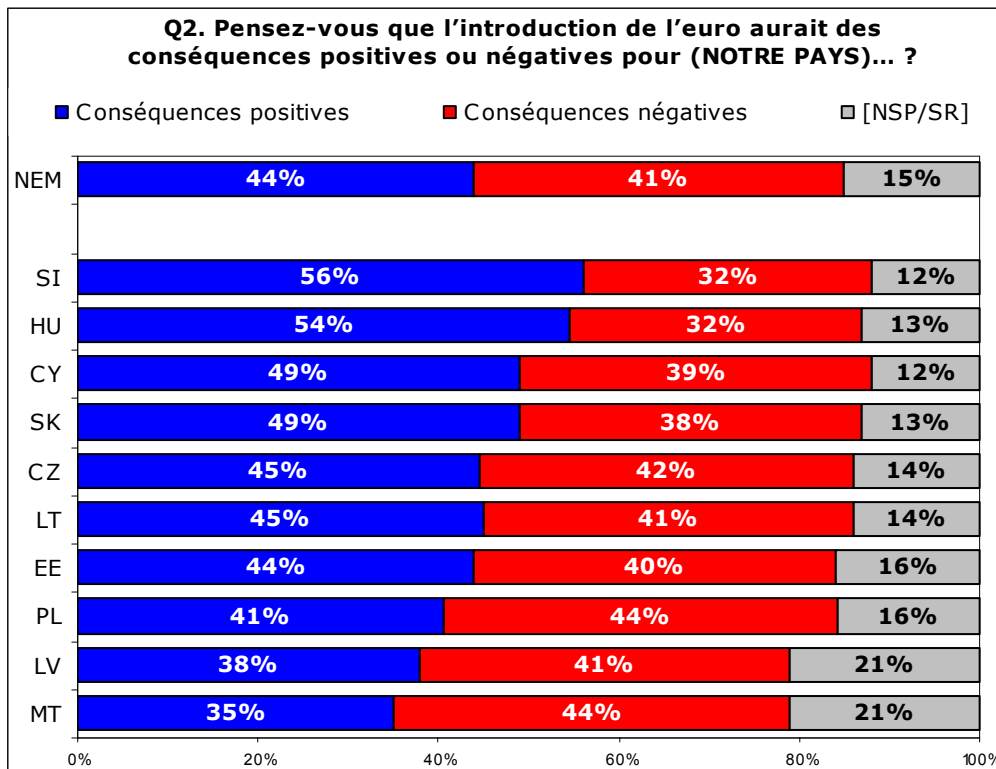
## 1.2. Conséquences pratiques, économiques et sociales de l'euro

Questionnaire: Q2, Q3

*- Les citoyens des nouveaux Etats membres semblent divisés quant aux conséquences de l'introduction de l'euro pour leur pays -*

### 1.2.1. Conséquences au niveau national

La moyenne pour les nouveaux pays membres nous montre qu'une courte majorité des citoyens estiment que l'introduction de l'euro aurait des conséquences positives (44%) au niveau national. Toutefois, ce pourcentage ne représente qu'une majorité relative puisque 41% répondent que cette introduction aurait des conséquences négatives.

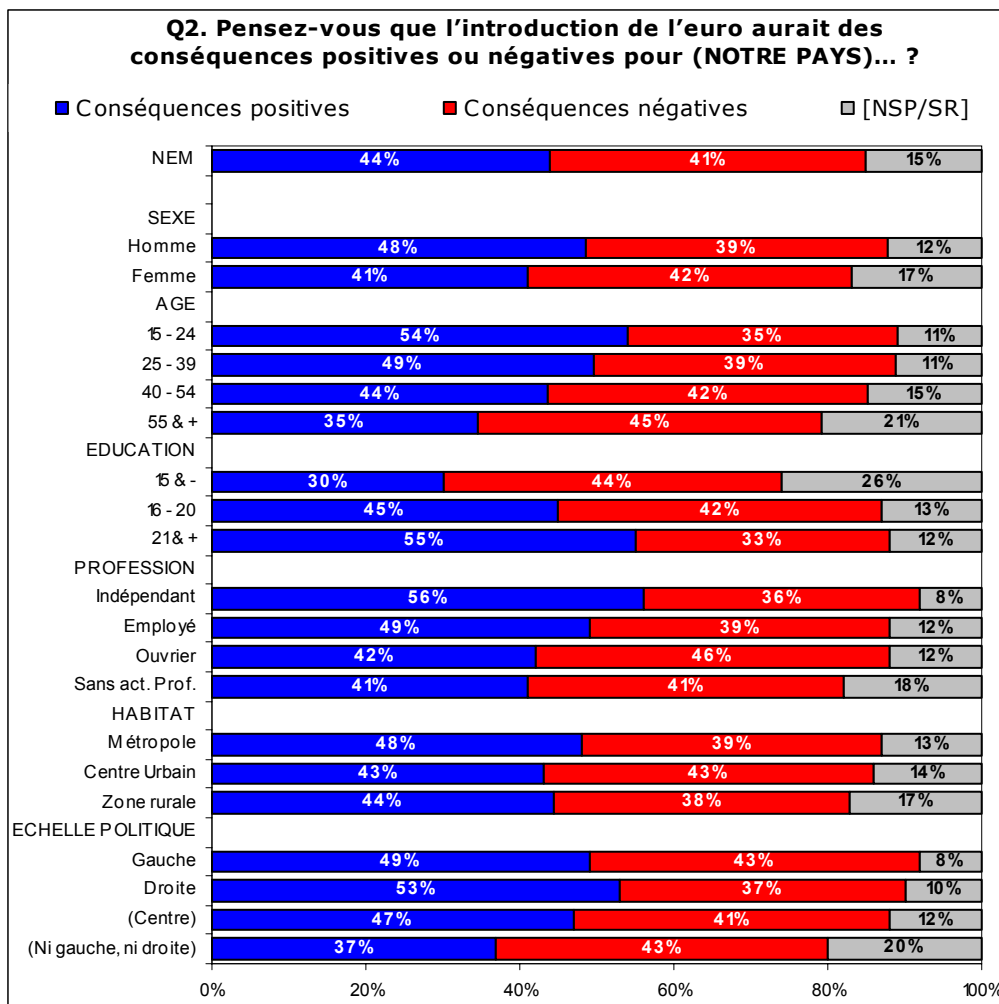




Les résultats par pays révèlent que parmi les dix nouveaux pays membres, deux présentent une majorité nette de personnes qui pensent que l'introduction de la monnaie commune aura des conséquences positives. C'est en effet l'avis de 56% de **Slovènes** et 54% de **Hongrois**.

De l'autre côté du tableau, nous voyons que **Malta** et la **Lettonie** ont les pourcentages les plus faibles en faveur des conséquences positives, avec respectivement 35% et 38% des personnes interrogées déclarant que l'introduction de l'euro aura des conséquences positives. Soulignons que dans ces deux pays, le pourcentage de "sans réponse" est relativement plus élevé (21%) que la moyenne pour les nouveaux pays membres (15%), avec une différence de 6points, ce qui peut expliquer ces faibles pourcentages.

### Répartition par catégories socio-démographiques



L'analyse socio-démographique des résultats fait apparaître que:

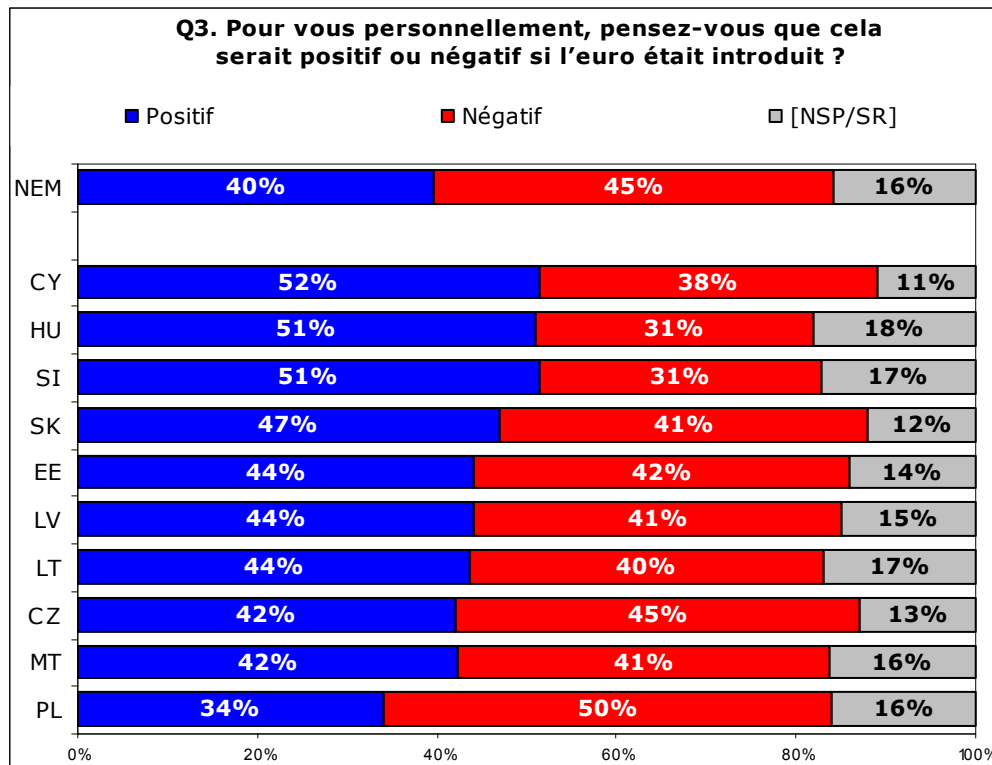
- Les hommes (48%) semblent avoir une opinion un peu meilleure que les femmes (41%) sur les conséquences de l'introduction de l'euro à un niveau national.

- La perception positive de l'introduction diminue avec l'âge: alors que 54% des personnes âgées de 15 à 24 ans affirment que l'introduction de l'euro aura des conséquences positives, seulement 35% de celles âgées de 55 ans et plus font de même.
- Les personnes ayant un niveau d'instruction élevé sont largement plus nombreuses (55%) que celles ayant le plus bas niveau (30%) à croire que cette introduction aura des conséquences positives.
- Les indépendants sont un peu plus nombreux que les personnes exerçant d'autres activités professionnelles à estimer que cette introduction sera bénéfique pour leur pays.

### 1.2.2. Changement: positif ou négatif au niveau personnel?

Lorsque l'on demande aux personnes si l'introduction de l'euro serait positive ou négative pour eux à un niveau personnel, les résultats de la **moyenne pour les nouveaux pays membres** montrent que les avis sont partagés.

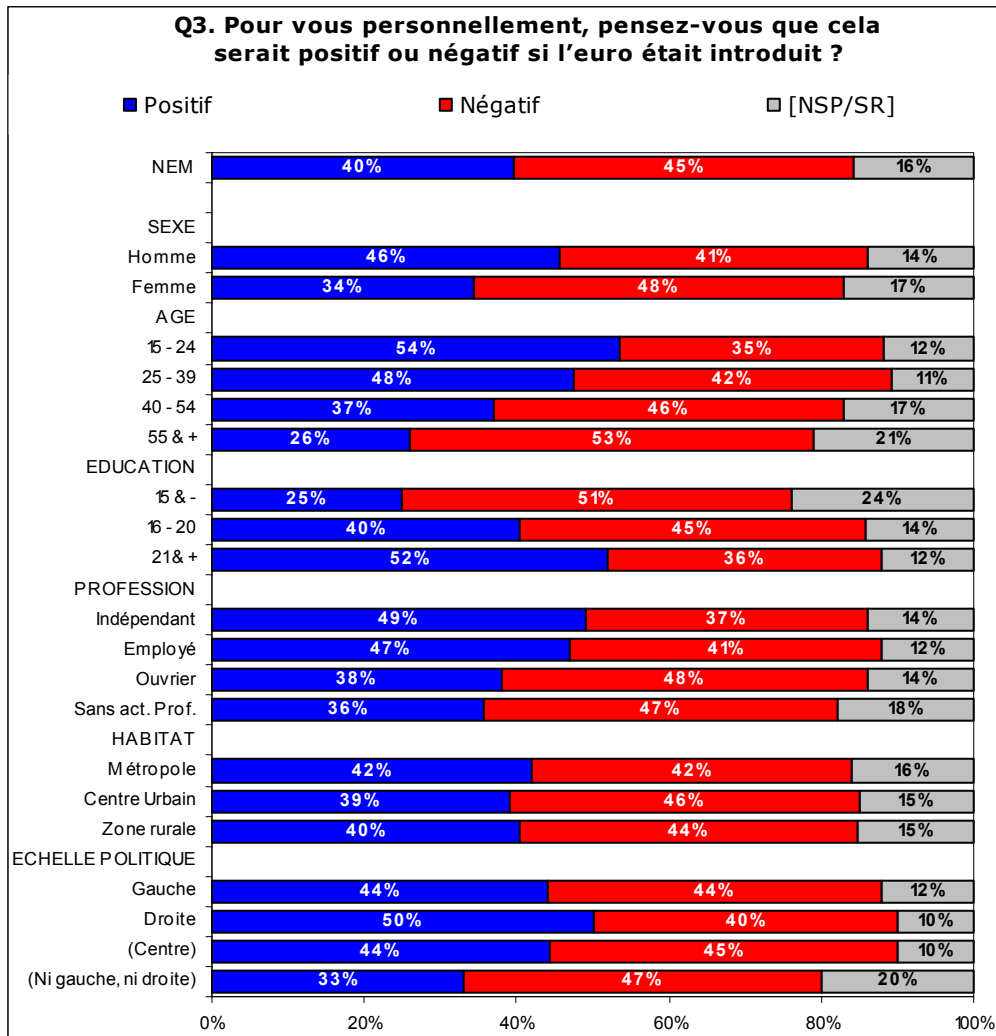
En effet, 40% indiquent que l'introduction de l'euro serait positive pour eux personnellement, tandis que 45% indiquent qu'au contraire, elle serait négative. Nous devons faire remarquer qu'une partie assez significative des personnes interrogées (16%) n'ont pas exprimé d'opinion quant aux conséquences de l'euro sur leur vie personnelle.



Les résultats par pays font apparaître que **Chypre** (52%), la **Hongrie** (51%) et la **Slovénie** (51%) dépassent les 50% de réponses positives.

La **Pologne** est le pays qui a le plus faible pourcentage de réponses positives, soit 34%. Effectivement, une majorité des Polonais interrogés pensent que pour eux personnellement, l'introduction de l'euro serait négative (50%).

### Répartition par catégories socio-démographiques



L'analyse des réponses en fonction des caractéristiques socio-démographiques révèle que:

- Les hommes (46%) ont une perception plus favorable que les femmes (34%) de l'introduction de l'euro.
- Encore une fois, cette perception favorable de l'introduction diminue avec l'âge: alors que 54% des personnes âgées de 15 à 24 ans affirment que l'introduction de l'euro aura des conséquences positives pour elles, seulement 26% de celles âgées de 55 ans et plus font de même. Le pourcentage d'opinions favorables des plus jeunes dépasse de 14 points la moyenne pour les nouveaux pays membres.

- Ici aussi, il y a une différence importante entre les plus instruits et les moins instruits: 52% de ceux qui ont étudié jusqu'à l'âge de 21 ans ou plus pensent que l'introduction de l'euro serait positive tandis que seulement 25% partagent cette opinion parmi les couches les moins instruites.
- La répartition politique indique que les personnes qui se situent elles-mêmes à droite ont une opinion légèrement plus favorable que les autres sur les conséquences au niveau personnel de l'introduction de l'euro.

### 1.3. Soutien de la monnaie unique

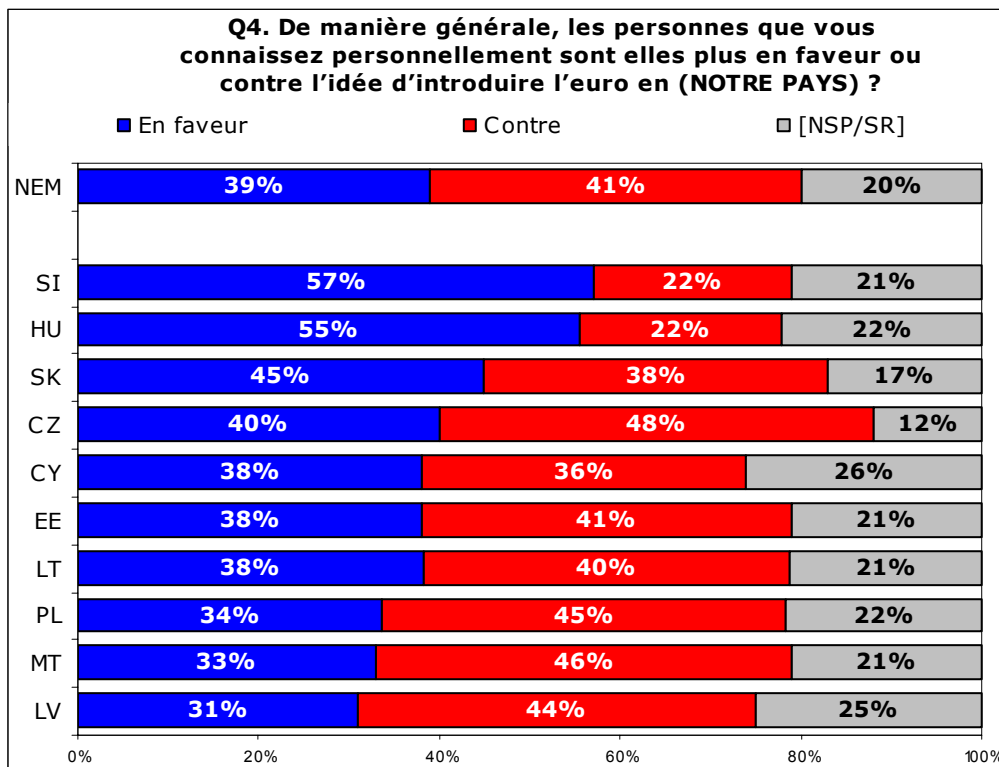
Questionnaire: Q4, Q5, Q6

#### 1.3.1. Opinions de l'entourage de la personne interrogée

Il est intéressant d'analyser ce que l'entourage des personnes interrogées pense de l'introduction de l'euro, qu'ils la soutiennent ou non.

La **moyenne pour les nouveaux Etats membres** montre que seules 39% des personnes interrogées répondent que leur entourage est favorable à l'idée d'introduire l'euro dans leur pays.

Cette information est intéressante parce que l'entourage d'une personne joue un rôle important en influençant son avis sur certains sujets.

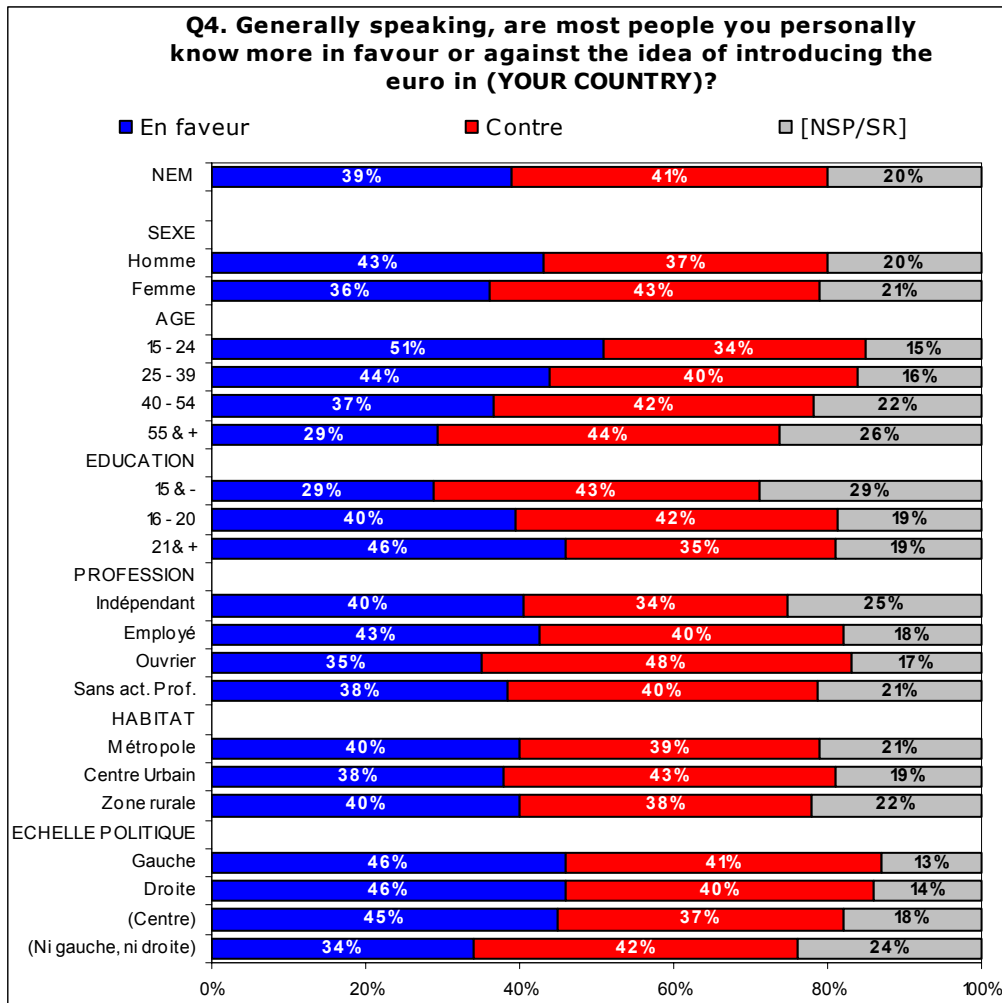


Les résultats par pays font apparaître certaines disparités entre les nouveaux pays membres.

De nouveau, les pays où le pourcentage des personnes favorables à l'introduction de l'euro dans l'entourage des personnes interrogées est le plus élevé sont la **Slovénie** (57%) et la **Hongrie** (55%).

Au contraire, les pays affichant les pourcentages les plus faibles sont la **Lettonie** (31%), **Malte** (33%) et la **Pologne** (34%). Il faut également noter le pourcentage élevé de "sans réponse" à **Chypre** (26%) et en **Lettonie** (25%).

### Répartition par catégories socio-démographiques



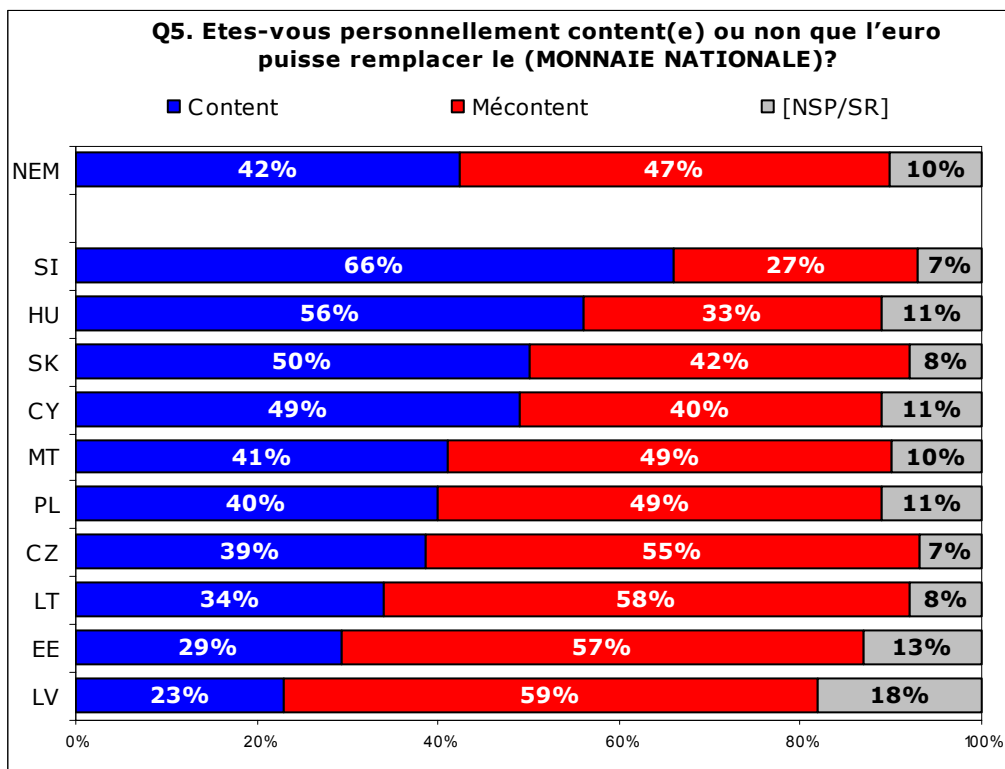
La répartition par catégories socio-démographiques est identique à celle de la question précédente, puisque les jeunes hommes plus instruits indiquent que leur entourage est favorable à l'introduction de l'euro :

- Les hommes (43%) plus que les femmes (36%) déclarent que leur entourage est favorable à l'introduction de l'euro dans leur pays.
- 51% des personnes âgées de 15 à 24 ans affirment que leur entourage est favorable à l'idée d'introduire l'euro dans leur pays, alors que seulement 29% des personnes âgées de 55 ans et plus affirment la même chose.
- Plus longtemps on a étudié, plus on connaît des personnes favorables à l'introduction de l'euro.

### 1.3.2. Opinions sur le remplacement de la monnaie nationale par l'euro

Quand on leur demande quelle serait leur réaction si l'euro remplaçait la monnaie nationale, une relative majorité de 47% des personnes interrogées répondent qu'elles seraient mécontentes de ce remplacement. En effet, comme ce fut le cas dans certains des quinze anciens Etats membres, le remplacement de la monnaie nationale par l'euro constitue une perte de l'identité nationale pour certaines populations. Le cas de l'Allemagne et le sentiment actuel face à la perte du Deutsch Mark en est un bon exemple.

Toutefois, le pourcentage de personnes qui seraient contentes d'un tel remplacement ne doit pas être négligé puisqu'il représente tout de même 42% de la moyenne pour les nouveaux pays membres, soit seulement 5 points de moins que celles qui seraient mécontentes.



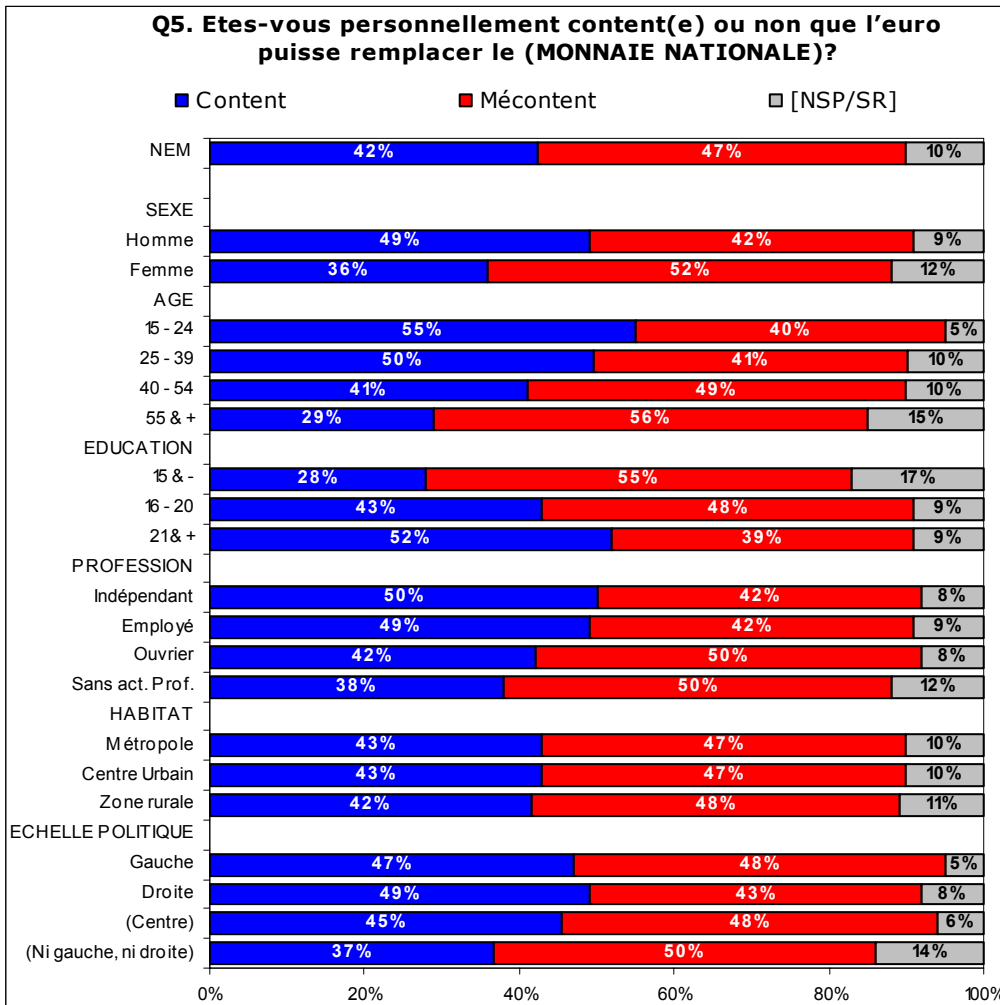
En ce qui concerne les pays pris séparément, on constate des écarts importants sur cette question.

Les **Slovènes** sont de loin ceux qui seraient les plus contents du remplacement de leur monnaie nationale, avec un pourcentage de 66% des personnes interrogées, confirmant donc leur attitude favorable quant aux effets de l'euro pour leur pays et pour eux personnellement. Ce pourcentage dépasse de 24 points la moyenne pour les nouveaux pays membres. En **Hongrie** et en **Slovaquie**, une majorité se prononce également en faveur d'un tel remplacement.

En revanche, les **Etats baltes** présentent de loin les plus faibles minorités en faveur d'un remplacement de la monnaie nationale. Avec 23%, La **Lettonie** a le résultat le plus bas, qui est de 19 points sous la moyenne pour les nouveaux pays membres.

L'**Estonie** (29%) et la **Lituanie** (34%) suivent avec des pourcentages presque aussi bas. Il n'est pas surprenant que les résultats favorables soient aussi faibles dans les Etats baltes étant donné que des événements récents, tels que le référendum ou les élections du Parlement européen, ont révélé que les sentiments nationalistes ont remis en cause l'adhésion à l'Union européenne et les institutions européennes dans ces pays. L'identité nationale y est très forte et sa conservation constitue un aspect historique essentiel pour ces petits pays qui ont souffert pendant l'ère soviétique.

### Répartition par catégories socio-démographiques



Encore une fois, les résultats par catégories socio-démographiques montrent des tendances similaires à celles qui se dégagent des questions précédentes:

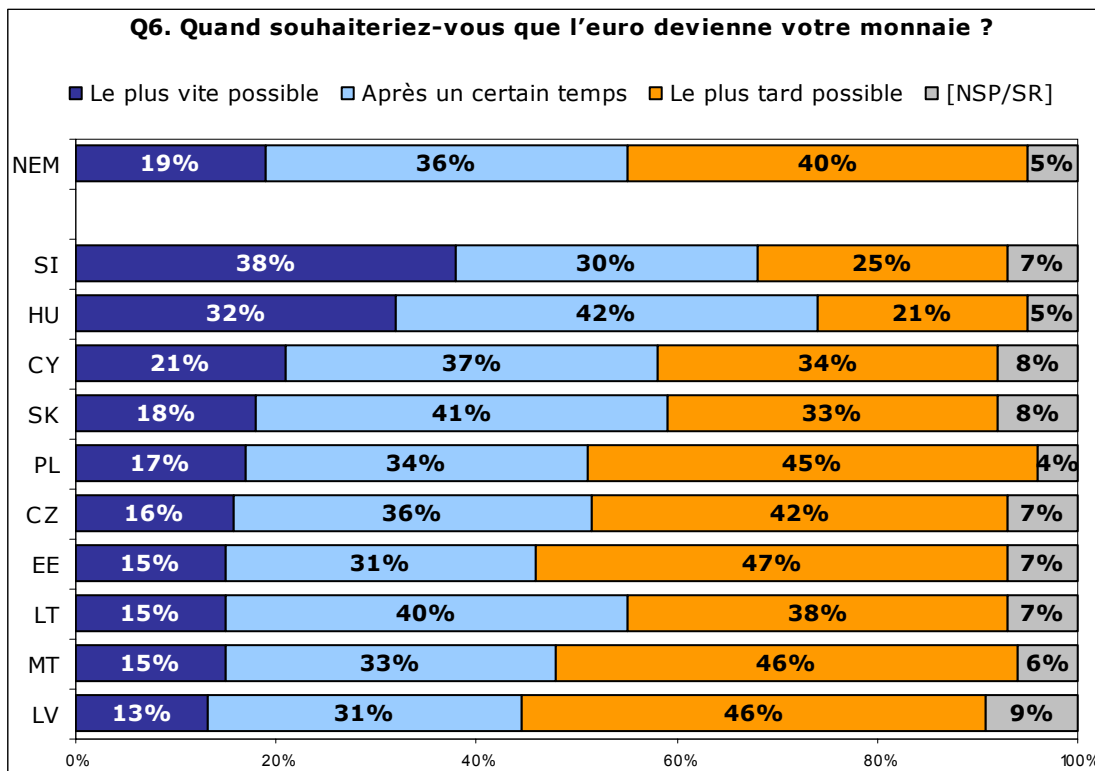
- Les hommes (49%) bien plus que les femmes (36%) estiment qu'ils seraient contents que l'euro remplace la monnaie nationale.
- 55% des personnes âgées de 15 à 24 ans pensent qu'elles seraient contentes d'un tel remplacement, tandis que seules 29% des personnes âgées de 55 ans et plus sont de cet avis.

- A nouveau, plus longtemps on étudie, plus on serait content si l'euro remplaçait la monnaie nationale. 24% séparent ceux qui ont terminé leurs études à l'âge de 21 ans ou plus (52%) et ceux qui ont terminé leurs études à l'âge de 15 ans ou moins (28%).
- Il y a un peu plus d'indépendants (50%) et d'employés (49%) qui seraient contents que de travailleurs manuels (42%) ou de personnes sans activité professionnelle (38%) si l'euro remplaçait la monnaie nationale.

### 1.3.3. Délai pour l'adoption de l'euro

Le soutien dont bénéficie la monnaie commune peut également être mesuré en demandant aux personnes interrogées dans quel délai elles souhaiteraient que l'euro devienne leur monnaie.

Les résultats concernant la **moyenne pour les nouveaux pays membres** nous révèlent que les citoyens de ces pays ne sont pas pressés d'adopter l'euro. En effet, seulement 19% des personnes interrogées dans ces dix pays affirment qu'elles aimeraient que l'euro devienne leur monnaie le plus vite possible. Alors que 36% répondent que la monnaie unique devrait devenir la leur après un certain temps, une majorité relative de 40% pensent qu'elle devrait devenir leur monnaie le plus tard possible.



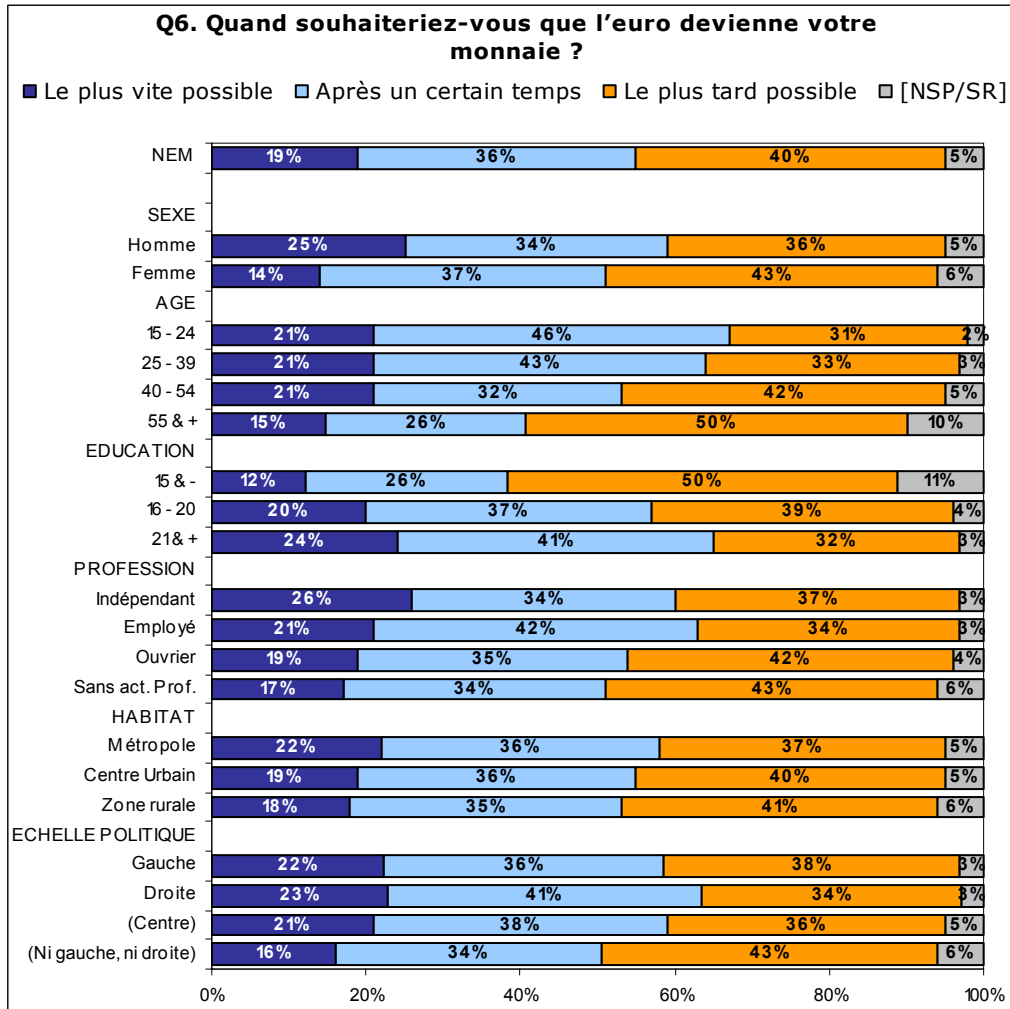
Au vu des résultats par pays, on constate que la **Slovénie** (38%) et la **Hongrie** (32%) ont de loin le plus haut pourcentage de personnes souhaitant adopter l'euro le plus vite possible. Ce pourcentage reflète-t-il le niveau d'empressement des populations de ces deux pays à adopter l'euro? Dans les résultats analysés ci-avant, nous avons vu que la **Slovénie** et la **Hongrie** sont les deux pays qui semblent manifester le plus grand soutien à l'euro.



La **Lettonie**, au contraire, a le plus faible pourcentage de personnes souhaitant adopter l'euro le plus vite possible. Seules 13% y sont favorables. **Malte**, la **Lituanie** et l'**Estonie** suivent avec 15%.

Le pays ayant le pourcentage le plus élevé de personnes espérant que cette adoption se fera le plus tard possible est l'**Estonie**, avec 47%.

### Répartition par catégories socio-démographiques



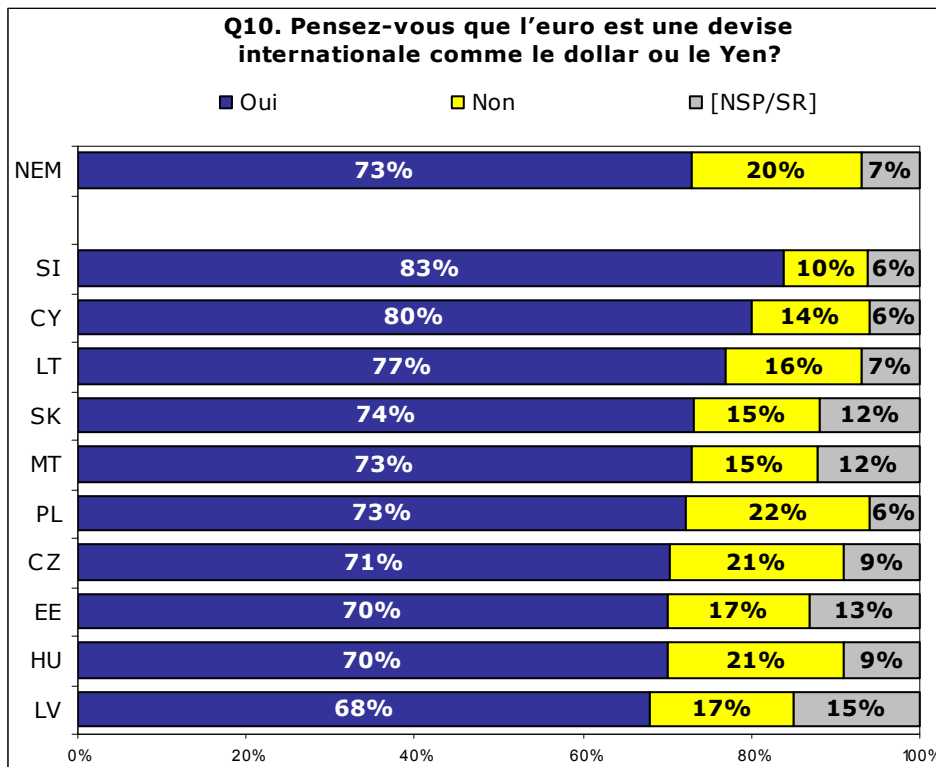
Des tendances similaires à celles constatées auparavant en fonction des catégories socio-démographiques sont observées pour cette question :

- Les hommes (25%) sont plus pressés que les femmes (14%) d'adopter l'euro le plus tôt possible.
- Parmi les catégories d'âge, les plus âgés sont de loin ceux qui souhaitent que l'euro devienne leur monnaie le plus tard possible, puisque 50% de personnes de cette catégorie sont de cet avis, comparé à seulement 31% parmi celles âgées de 15 à 24 ans.
- Comme nous l'avons vu précédemment, plus les personnes ont un niveau d'instruction élevé, plus elles sont favorables à l'adoption de la monnaie unique.

### 1.3.4. Statut de l'euro en tant que devise internationale

A la question de savoir si elles considèrent que l'euro est une devise internationale comme le dollar ou le yen, une large majorité représentant 73% des personnes interrogées dans **les dix nouveaux Etats membres** acquiesce. Seules 20% d'entre elles ne partagent pas cette opinion.

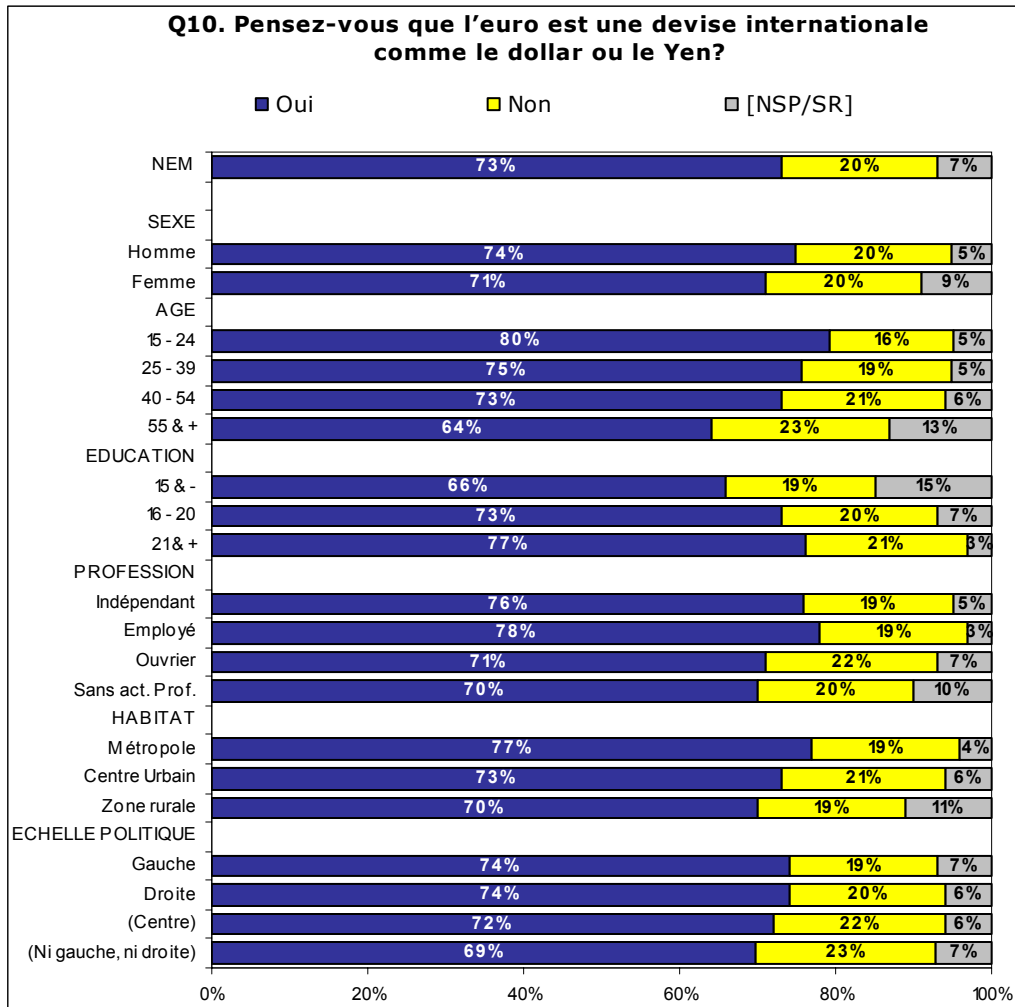
Néanmoins, le fait que les citoyens des nouveaux Etats membres perçoivent l'euro comme une devise internationale n'augmente pas nécessairement le niveau du soutien en faveur de l'adoption de cette monnaie, comme l'ont montré les résultats précédents.



Les résultats par pays font apparaître qu'à travers les dix nouveaux pays membres, une majorité des personnes interrogées affirment que l'euro est comparable au dollar et au yen en tant que devise internationale.

Nous observons la plus forte majorité en **Slovénie** avec 83%, tandis que la majorité la plus faible provient de **Lettonie**, avec 68%.

## Répartition par catégories socio-démographiques



La répartition socio-démographique des résultats indique un pourcentage légèrement plus faible que la moyenne pour les nouveaux pays membres de personnes qui sont d'accord avec l'affirmation que l'euro est une devise internationale comme le dollar ou le yen uniquement parmi la population âgée de 55 ans et plus (64%) et les personnes ayant le niveau d'instruction le plus bas (66%).

## 2. Les attentes et les craintes concernant l'adoption de l'euro

Dans ce deuxième chapitre, nous essayerons de savoir quelles sont les opinions des citoyens des nouveaux Etats membres quant aux conséquences pratiques de l'adoption de l'euro et quelles craintes celle-ci peut engendrer.

### 2.1. Les conséquences pratiques de l'adoption de l'euro

Questionnaire: Q7

- Un large consensus sur les conséquences positives de l'introduction de l'euro -

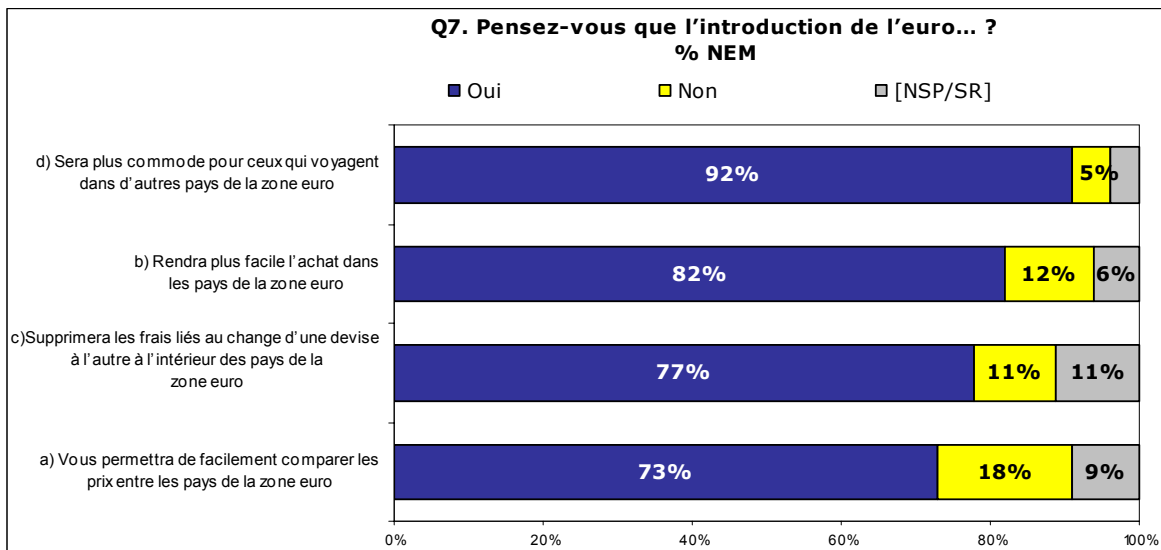
Il semble que les citoyens des **dix nouveaux Etats membres** soient majoritairement d'accord avec les différentes affirmations relatives aux conséquences de l'introduction de l'euro qui leur étaient soumises.

Le fait que ce sera plus commode pour ceux qui voyagent à l'étranger constitue la conséquence pratique de l'euro la plus largement reconnue dans les nouveaux Etats membres. En effet, 92% des personnes interrogées sont d'accord avec cette affirmation.

De surcroît, 81% des personnes interrogées pensent que l'introduction de l'euro rendra plus facile l'achat dans les pays de la zone euro.

Le fait que l'introduction de l'euro supprimera les frais de change d'une devise à l'autre à l'intérieur des pays de la zone euro est une conséquence avec laquelle 77% des personnes interrogées marquent leur accord.

Enfin, l'affirmation que l'introduction de l'euro permettra de comparer facilement les prix entre les pays de la zone euro obtient le plus faible pourcentage d'approbation, bien qu'il représente tout de même 73% de moyenne dans les nouveaux pays membres.



Ces taux d'approbation montrent que les citoyens des nouveaux pays membres sont bien conscients des conséquences positives de l'adoption de l'euro. Au vu de tels résultats, nous sommes en droit de nous demander pourquoi le taux de soutien en faveur de l'adoption de l'euro reste aussi faible (comme nous l'avons vu précédemment).

Bien que l'adoption de l'euro présente des avantages évidents, il sera intéressant d'examiner quelles sont les craintes qu'elle suscite chez les citoyens.

### Répartition par catégories socio-démographiques

<b>Q7. % Oui</b>	<b>d) Sera plus commode pour ceux qui voyagent dans d'autres pays de la zone euro</b>	<b>b) Rendra plus facile l'achat dans les pays de la zone euro</b>	<b>c) Supprimera les frais liés au change d'une devise à l'autre à l'intérieur des pays de la zone euro</b>	<b>a) Vous permettra de facilement comparer les prix entre les pays de la zone euro</b>
<b>NEM</b>	<b>92%</b>	<b>82%</b>	<b>77%</b>	<b>73%</b>
CY	94%	87%	76%	82%
CZ	91%	78%	85%	68%
EE	93%	77%	77%	70%
HU	94%	86%	73%	83%
LV	88%	76%	71%	66%
LT	88%	71%	61%	65%
MT	93%	75%	64%	72%
PL	92%	84%	79%	74%
SK	88%	78%	77%	70%
SI	95%	82%	79%	80%
<b>SEXE</b>				
Homme	94%	85%	82%	77%
Femme	90%	80%	73%	70%
<b>AGE</b>				
15 - 24	94%	91%	81%	81%
25 - 39	95%	87%	84%	78%
40 - 54	94%	85%	80%	77%
55 & +	85%	70%	66%	60%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	81%	66%	58%	52%
16 - 20	94%	85%	80%	76%
21 & +	95%	89%	85%	85%
<b>PROFESSION</b>				
Indépendant	96%	88%	89%	80%
Employé	95%	88%	84%	83%
Ouvrier	94%	83%	79%	73%
Sans act. Prof.	89%	79%	72%	68%
<b>HABITAT</b>				
Métropole	95%	84%	81%	79%
Centre Urbain	91%	83%	78%	75%
Zone rurale	91%	80%	76%	69%

Lorsque l'on analyse les résultats par catégories socio-démographiques, ce sont surtout l'âge et le niveau d'instruction qui attirent l'attention. Il faut dire que ces deux catégories affichent les plus grandes disparités.

Les populations les plus jeunes semblent nettement plus convaincues des conséquences positives de l'euro que les populations âgées de 55 ans et plus. C'est le cas en particulier pour la comparaison des prix entre les pays de la zone euro. En ce qui concerne cette affirmation, alors que ceux âgés de 15 à 24 ans sont 81% à être d'accord, ils ne sont plus que 60% dans la tranche d'âge la plus élevée. 21 points séparent ces deux catégories.

Le niveau d'instruction fait apparaître des divergences d'opinion encore plus importantes sur cette dernière affirmation. 85% de ceux qui ont étudié jusqu'à l'âge de 21 ans ou plus semblent d'accord pour dire que la comparaison des prix sera plus facile entre les pays de la zone euro grâce à l'introduction de l'euro, tandis que 52% des personnes ayant le niveau d'instruction le plus faible sont du même avis. Cela représente une différence de 32 points.

## 2.2. Craintes liées à l'introduction de l'euro

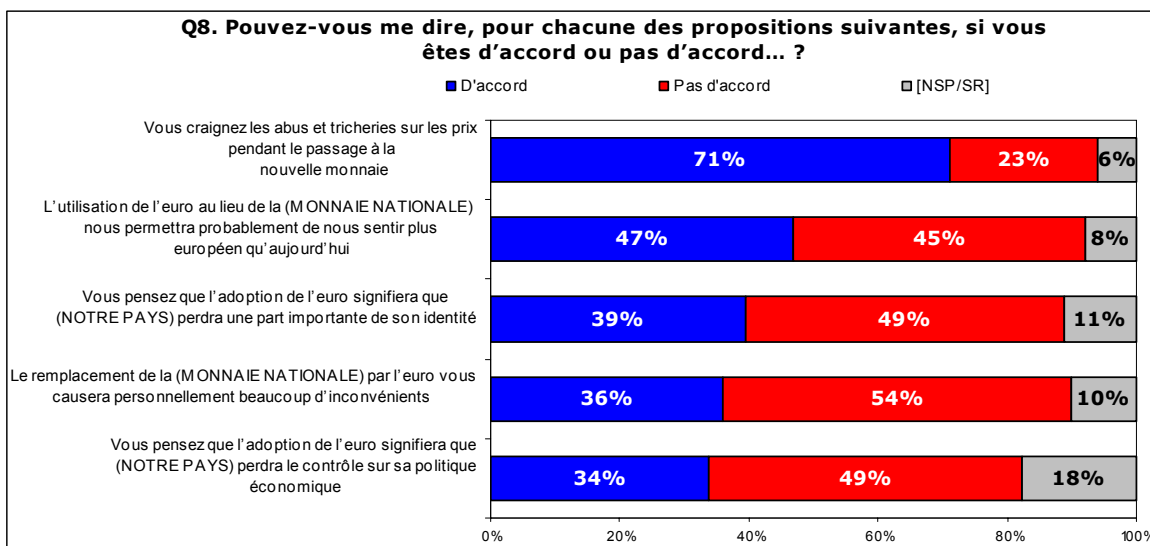
### 2.2.1. Abus et tricheries sur les prix pendant le passage à l'euro

Questionnaire: Q8

- Les abus et les tricheries sur les prix pendant le passage à l'euro constituent les plus grandes craintes -

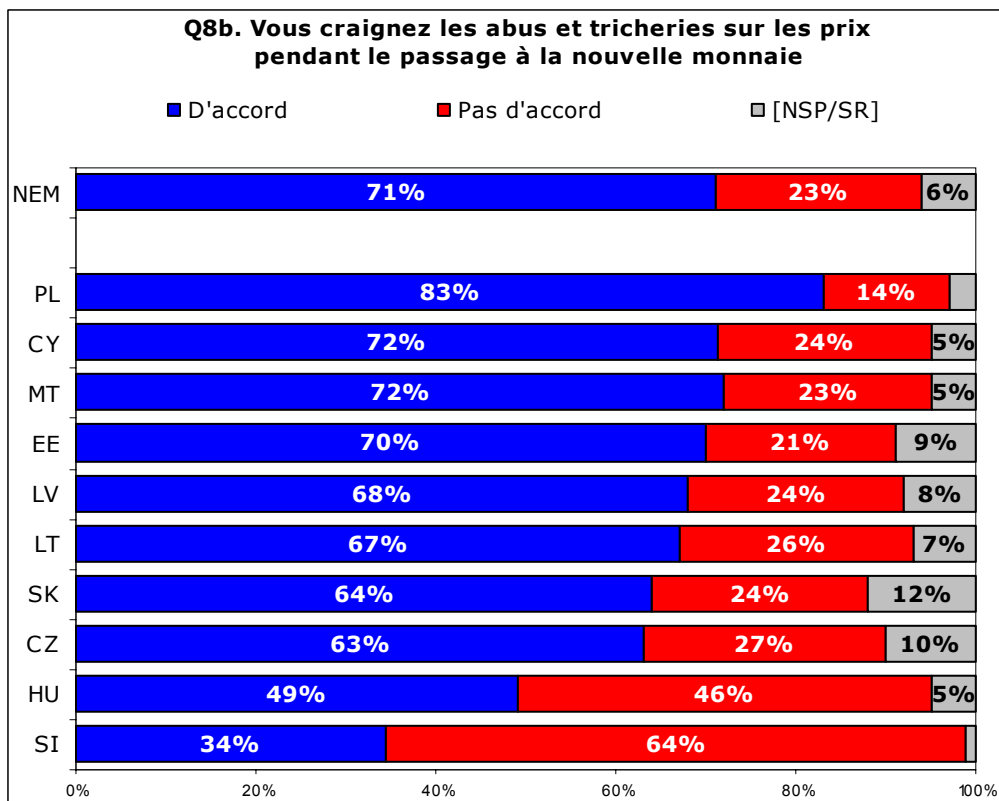
Parmi les affirmations décrivant les craintes des citoyens envers le passage à l'euro, il ressort clairement que ce qu'ils craignent le plus est le risque d'abus et de tricheries sur le prix. Une large majorité de 71% des personnes interrogées dans les **nouveaux pays membres** sont d'accord avec cette affirmation.

Cette crainte pourrait bien être suscitée par des échos en provenance de la zone euro actuelle, où dans certains pays comme l'Allemagne, les citoyens pensent que depuis l'introduction de l'euro, il y a eu une augmentation injustifiée des prix à la consommation.

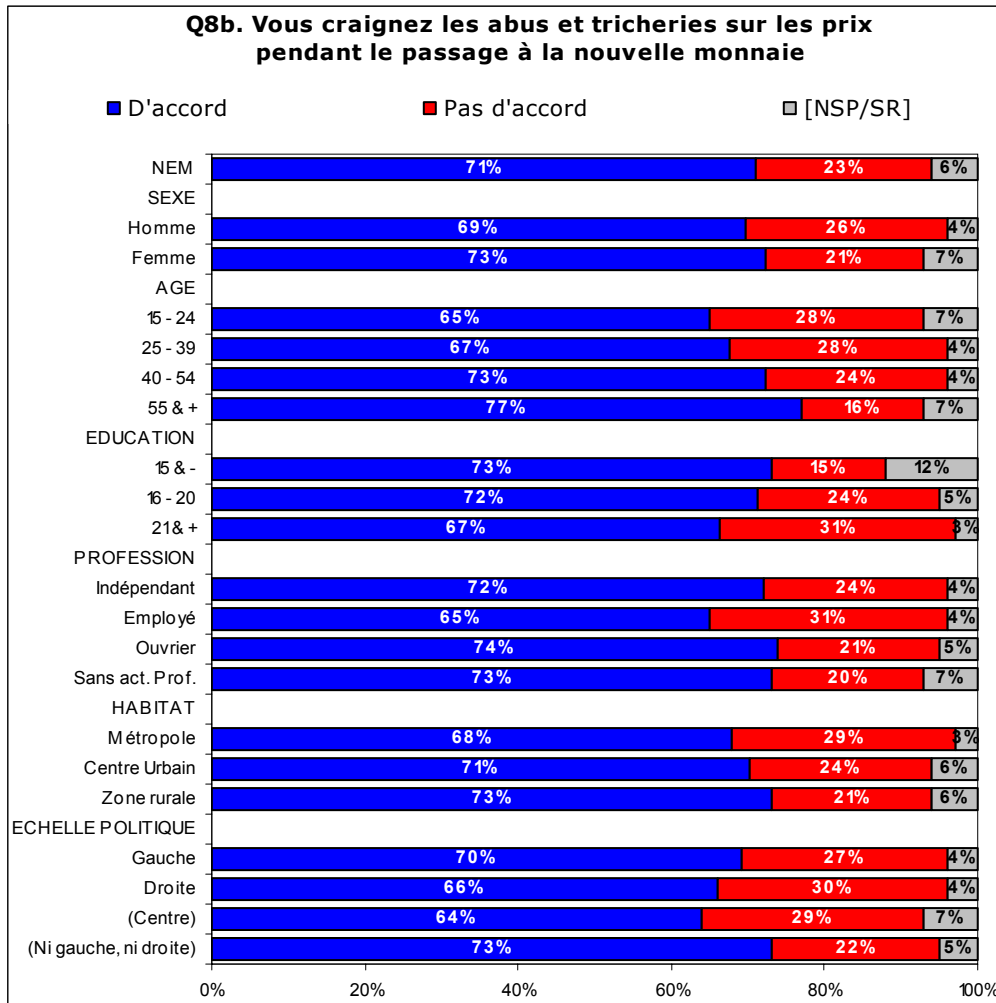


En ce qui concerne la répartition par pays, on constate que les personnes interrogées en **Pologne** sont de loin les plus nombreuses à être d'accord avec cette affirmation. 83% des citoyens polonais ont peur des abus et tricheries sur les prix pendant le passage à l'euro. Ce pourcentage dépasse de 12 points la moyenne pour les nouveaux pays membres.

Au bas du tableau, notons que la **Slovénie** affiche une attitude totalement différente à l'égard des craintes concernant les abus et tricheries sur les prix car une majorité de citoyens (64%) rejettent cette affirmation. Ce pourcentage est inférieur de 37 points à la moyenne pour les nouveaux pays membres. La **Hongrie** suit avec 49%. Ces deux résultats démontrent une fois de plus que l'introduction de l'euro semble bénéficier d'une approbation et d'un soutien considérables dans ces deux pays.



## Répartition par catégories socio-démographiques



L'analyse des réponses à cette affirmation en fonction des données socio-démographiques révèle que:

- Les femmes (73%) craignent un peu plus les abus et tricheries sur les prix pendant la phase de transition que les hommes (69%).
- Plus on est âgé, plus on craint de tels abus et tricheries. En effet, alors que 65% des personnes entre 15 et 24 ans sont d'accord avec cette affirmation, 77% de celles âgées de 55 ans et plus sont du même avis.
- Plus le niveau d'instruction est élevé, moins on craint les abus et tricheries sur les prix pendant la phase de transition.
- Les employés sont nettement moins nombreux à marquer leur accord avec cette affirmation que les autres catégories professionnelles.
- Les personnes vivant en milieu urbain (68%) craignent un peu moins les abus et tricheries sur les prix que celles qui vivent dans les zones rurales (73%).

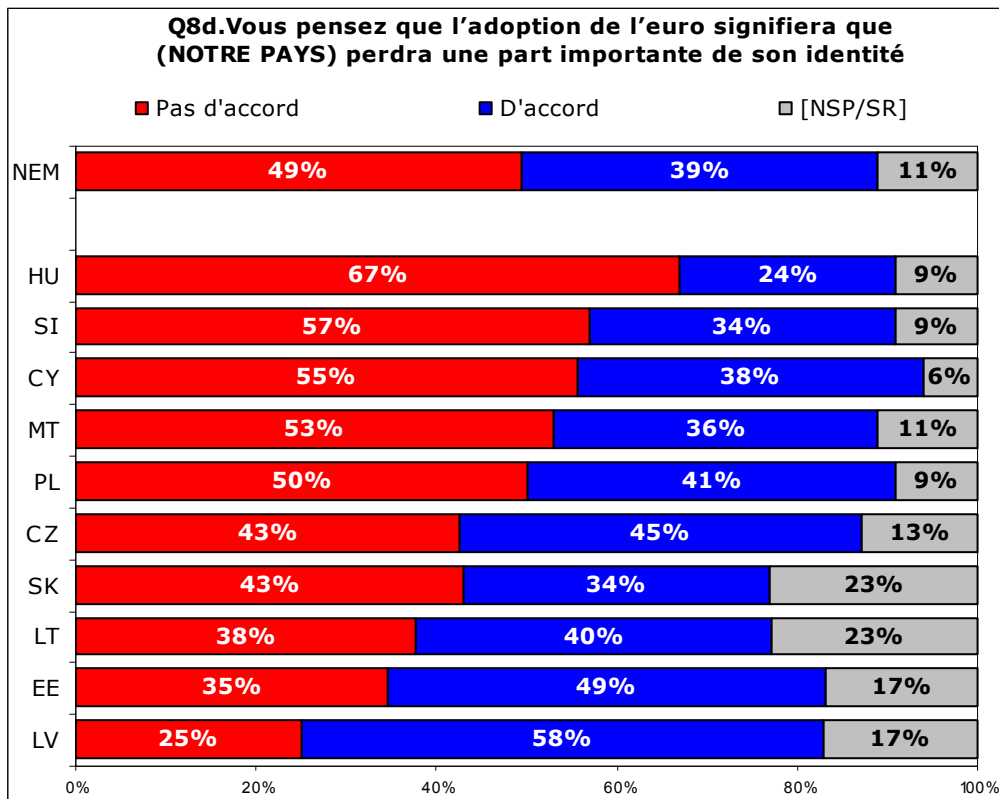


### 2.2.2. Perte d'identité nationale due à l'adoption de l'euro

- La plupart des citoyens ne craignent pas une perte d'identité nationale suite à l'adoption de l'euro -

Seuls 39% des citoyens dans **l'ensemble des nouveaux pays membres** se disent d'accord avec l'affirmation selon laquelle adopter l'euro entraînera pour leur pays la perte d'une grande partie de son identité.

En effet, une majorité relative de 49% des personnes interrogées parmi les nouveaux Etats membres ne croient pas à une perte de leur identité nationale suite à l'adoption de l'euro.

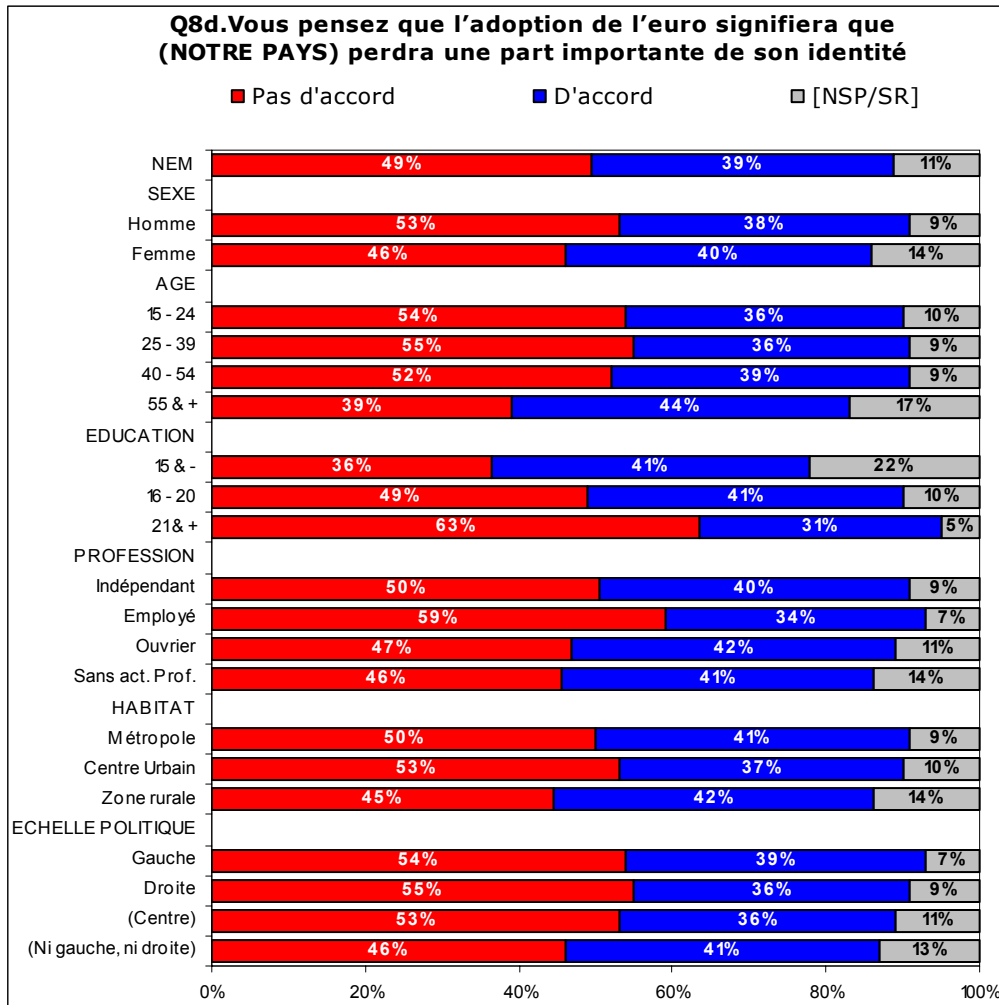


Toutefois, les résultats par pays sont assez contrastés.

Les **Hongrois** ne sont que 24% à être d'accord avec cette affirmation, ce qui représente le pourcentage le plus bas des dix pays et montre que les Hongrois ne s'inquiètent pas à ce sujet.

D'autre part, une majorité nette de 58% des **Lettons** estiment qu'il y aura une perte considérable de l'identité lettone quand l'euro aura été adopté. L'**Estonie** suit avec 49%. Dans l'ensemble, les Etats baltes s'inquiètent au sujet de l'identité nationale et considèrent l'introduction de l'euro comme une menace à cet égard.

## Répartition par catégories socio-démographiques

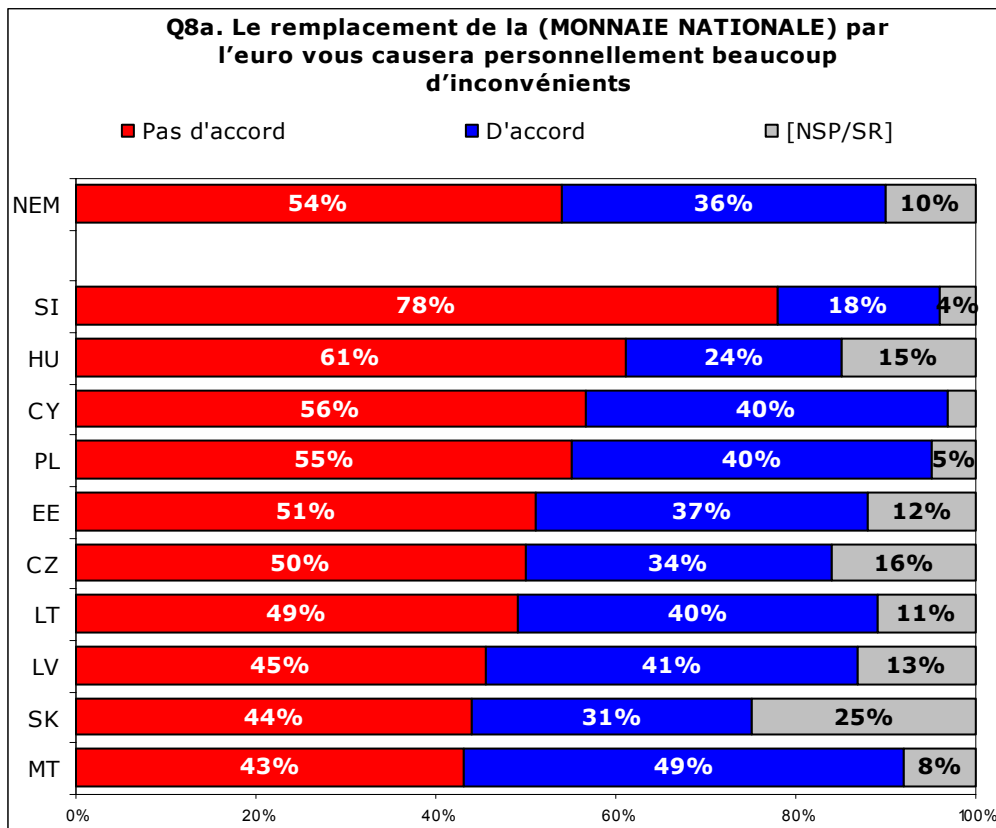


Si on analyse les réponses des différentes catégories socio-démographiques, on constate que le sentiment de perte d'identité nationale due à l'adoption de l'euro semble bien plus présent chez les personnes les plus âgées et les moins instruites.

### 2.2.3. Inconvénients dus à l'introduction de l'euro

- Une majorité de citoyens ne pensent pas que le changement leur causera beaucoup d'inconvénients -

Les résultats font apparaître qu'une majorité encourageante de 54% des citoyens des **nouveaux pays membres** estiment que le remplacement de la monnaie nationale par l'euro ne leur causera pas personnellement beaucoup d'inconvénients.



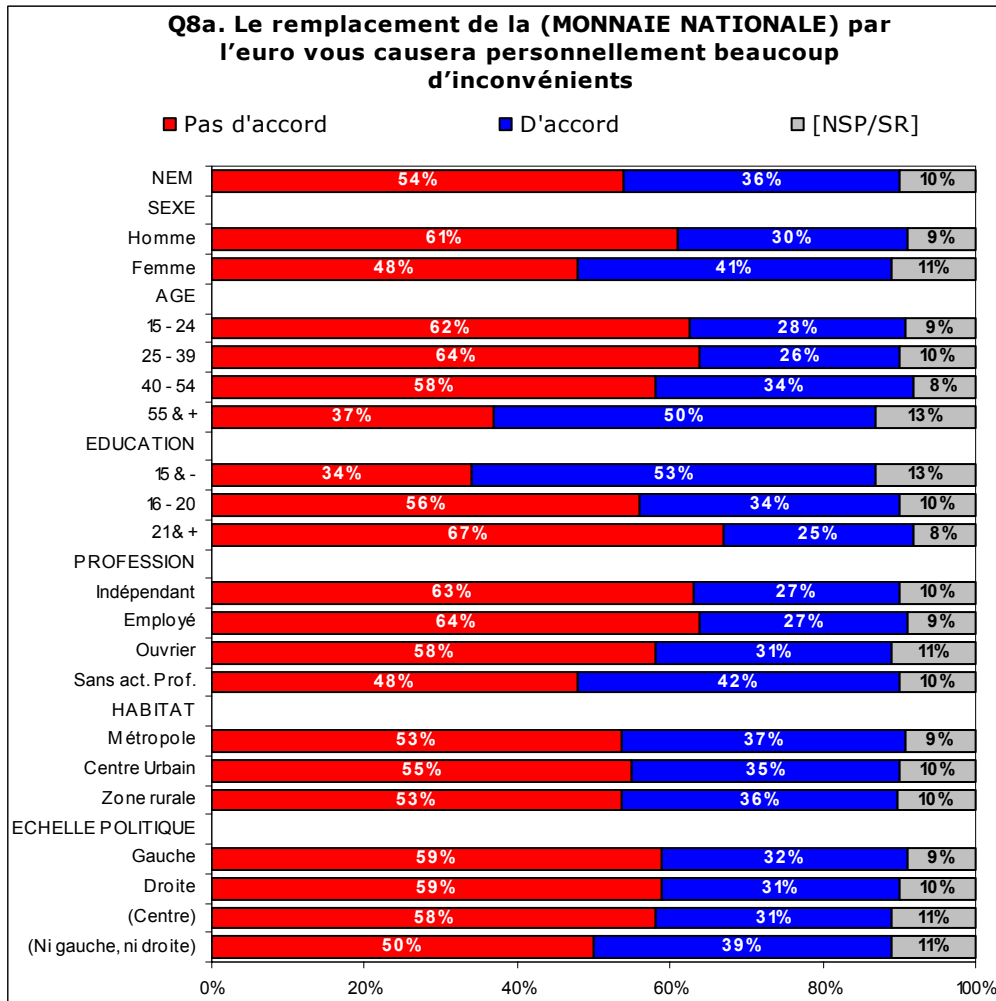
Les résultats par pays indiquent toutefois certaines disparités.

Les personnes interrogées en **Slovénie** sont peu nombreuses à croire qu'elles subiront beaucoup d'inconvénients suite au changement, puisque 78% ne sont pas d'accord avec cette affirmation. Ce pourcentage dépasse de 24 points la moyenne pour les nouveaux pays membres.

La **Hongrie** (61%) présente également un pourcentage de désaccord légèrement plus élevé que la moyenne des dix pays. Encore une fois, ces deux pays se démarquent par leur nette approbation du passage à l'euro.

Avec 43%, **Malte** est le pays qui a le plus faible pourcentage de personnes qui rejettent cette affirmation. La **Slovaquie** et la **Lettonie** suivent avec respectivement 44% et 45%.

## Répartition par catégories socio-démographiques



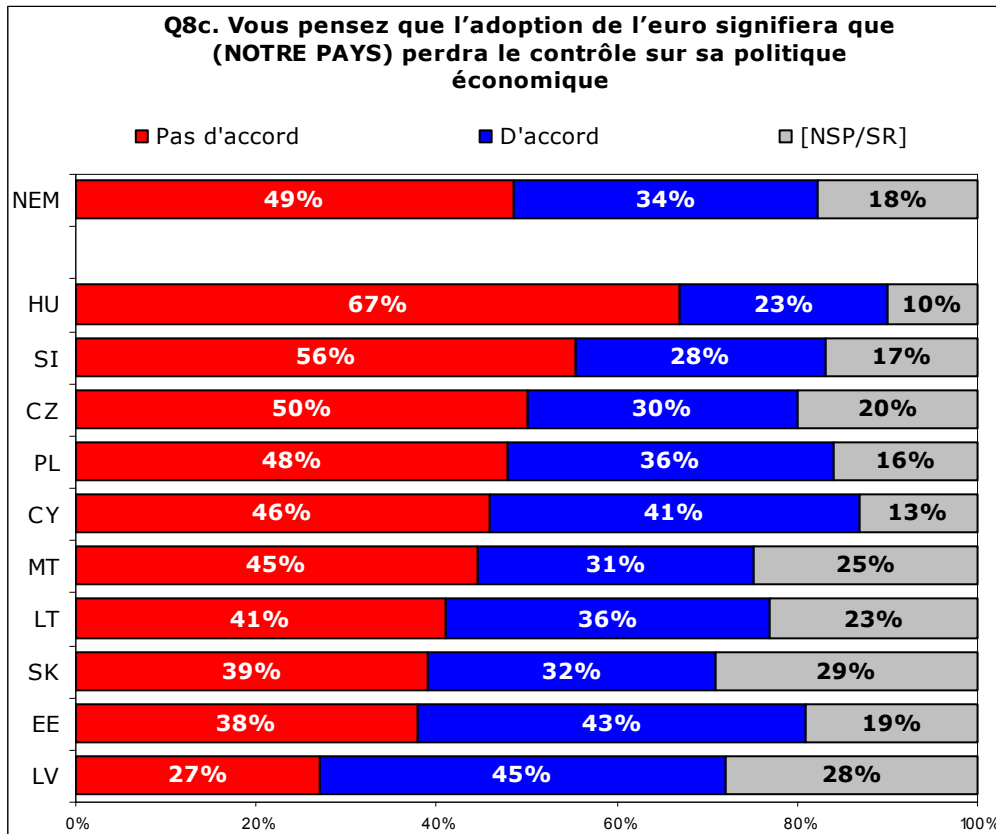
L'analyse par catégories socio-démographiques nous montre que:

- Les femmes (41%) plus que les hommes (30%) croient que le changement leur causera beaucoup d'inconvénients.
- Les plus âgés (50%) sont nettement plus nombreux que les jeunes à penser que le remplacement de la monnaie nationale par l'euro leur causera personnellement beaucoup d'inconvénients.
- Ceux qui ont terminé leurs études à l'âge de 15 ans ou moins (53%) sont largement plus nombreux à être d'accord avec cette affirmation que ceux qui ont étudié jusqu'à l'âge de 21 ou plus (25%).
- Les personnes sans occupation professionnelle sont un peu plus nombreuses que celles des autres catégories professionnelles à estimer que l'introduction de l'euro leur causera beaucoup d'inconvénients.

### 2.2.4. Perte du contrôle sur la politique économique nationale

- Seule une minorité pense qu'il y aura une perte du contrôle sur la politique économique nationale -

Seulement un tiers des personnes interrogées (34%) dans les nouveaux pays membres pensent que leur pays perdra le contrôle sur sa politique économique suite au changement. Nous constatons en effet qu'une relative majorité n'est pas d'accord avec cette affirmation (49%).



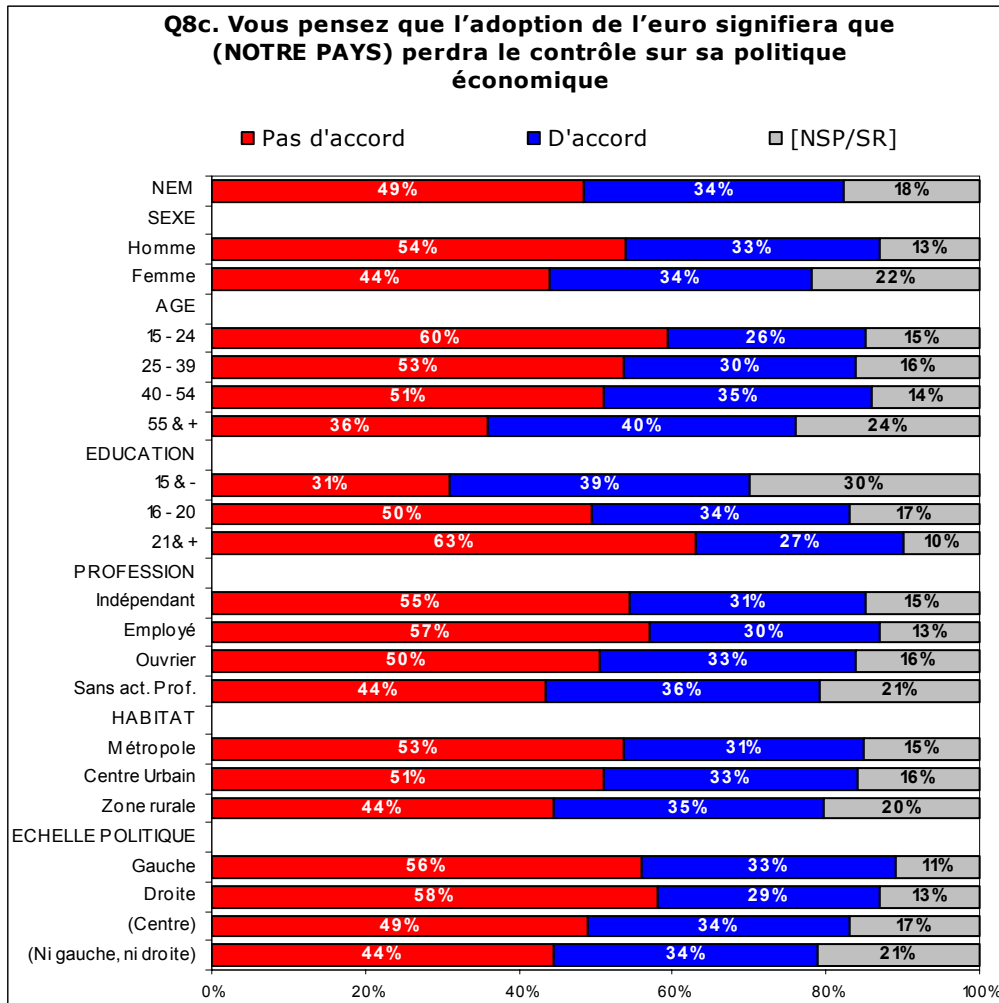
Ici aussi, des différences se font jour entre les pays.

La **Hongrie** a le plus faible pourcentage de personnes interrogées qui se déclarent d'accord avec cette affirmation (23%), suivie par la **Slovénie** (28%).

En revanche, les **Lettons** (45%) et les **Estoniens** (43%) sont une relative majorité à croire en une telle perte de contrôle sur leur politique économique nationale.

Des pourcentages élevés de "sans réponse" peuvent être observés en **Slovaquie** (29%), **Lettonie** (28%) et à **Malte** (25%).

## Répartition par catégories socio-démographiques

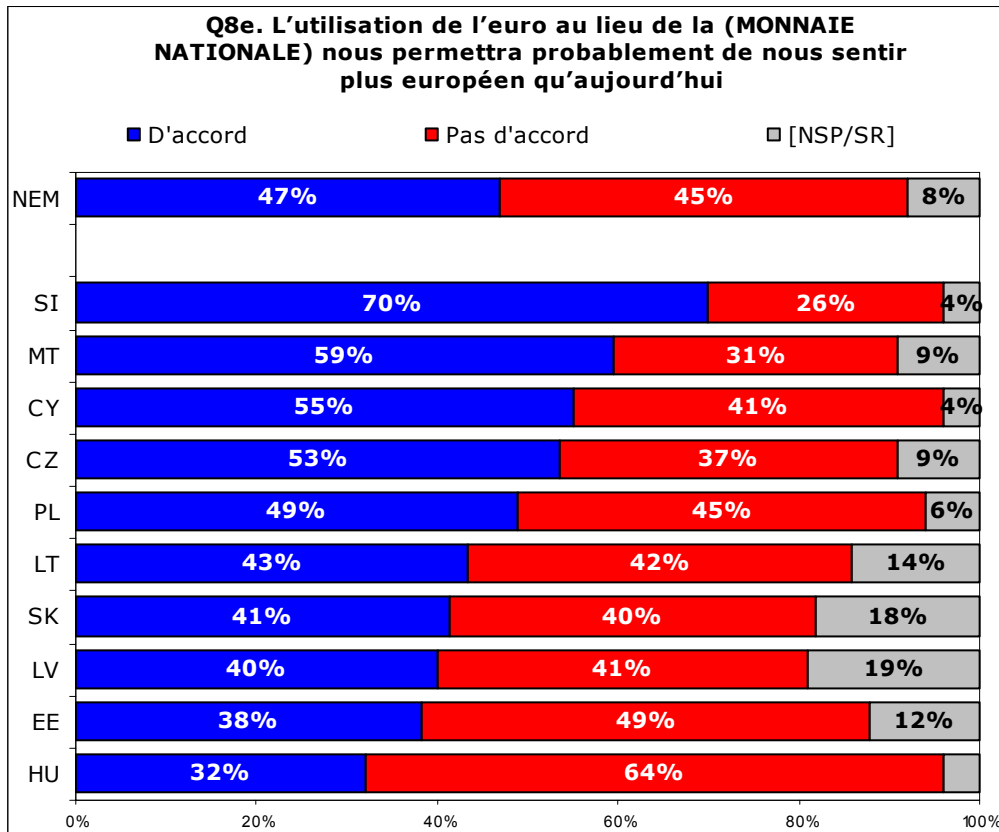


La répartition par catégories socio-démographiques révèle que:

- Les populations les plus âgées (40%) sont plus souvent d'accord avec cette affirmation que les populations les plus jeunes (26%). Notons aussi que le pourcentage de "sans réponse" est relativement élevé parmi les plus âgés (24%).
- Plus le niveau d'instruction est élevé, moins on redoute cette perte de contrôle sur la politique économique nationale. Parmi les moins instruits, le taux de "sans réponse" est très élevé (30%).

### 2.2.5. Augmentation de l'identité européenne?

Les personnes interrogées dans **les nouveaux Etats membres** sont divisées sur la question de savoir si l'utilisation de l'euro au lieu de leur monnaie nationale leur permettra de se sentir plus européens que maintenant: d'une part 47% d'entre elles sont d'accord avec cette affirmation, d'autre part 45% la rejettent. Ces résultats montrent que les citoyens des nouveaux pays membres ne sont pas totalement convaincus que l'introduction de l'euro soit l'étape suivante dans le processus d'intégration européenne.



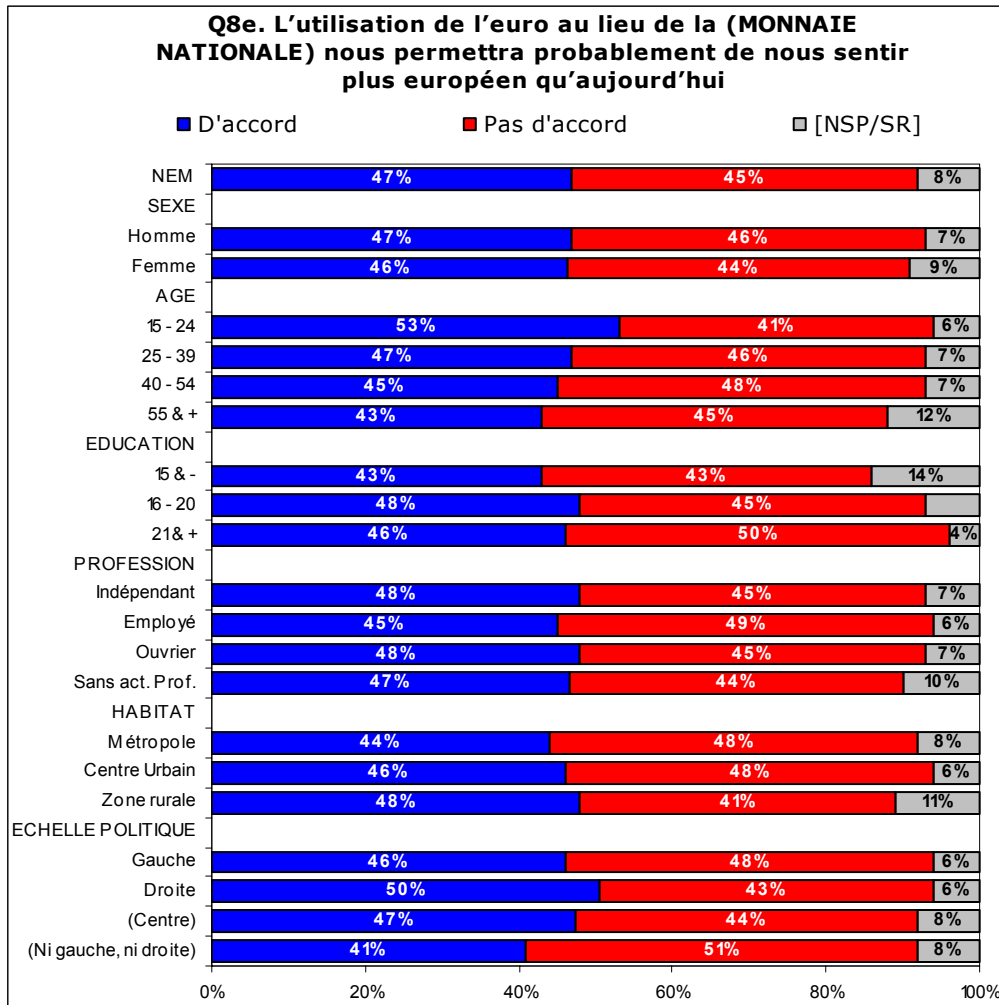
En **Slovénie**, une large majorité de 70% des personnes interrogées estiment que l'utilisation de l'euro leur permettra de se sentir plus européens que maintenant. Ce pourcentage dépasse de 23% la moyenne pour les nouveaux pays membres.

A **Malte** (59%), **Chypre** (55%) et dans la **République Tchèque** (53%) nous retrouvons également une majorité de personnes qui acquiescent à cette affirmation.

A l'autre bout du graphique, nous remarquons que les **Hongrois** et les **Estoniens** sont les moins nombreux à être d'accord avec cette affirmation, avec respectivement 32% et 38%.

La relation entre l'utilisation de l'euro et le sentiment d'être plus européen est perçue différemment suivant le pays membre et suivant l'importance symbolique que revêt la monnaie nationale pour l'identité du pays.

## Répartition par catégories socio-démographiques



La seule divergence significative s'observe entre les catégories d'âge, où le pourcentage d'accord avec l'affirmation que l'utilisation de l'euro à la place de la monnaie nationale permettra aux citoyens de se sentir plus européens que maintenant diminue avec l'âge. En effet, 53% de la population la plus jeune sont d'accord avec cette affirmation, tandis que seulement 43% font de même parmi la population la plus âgée.



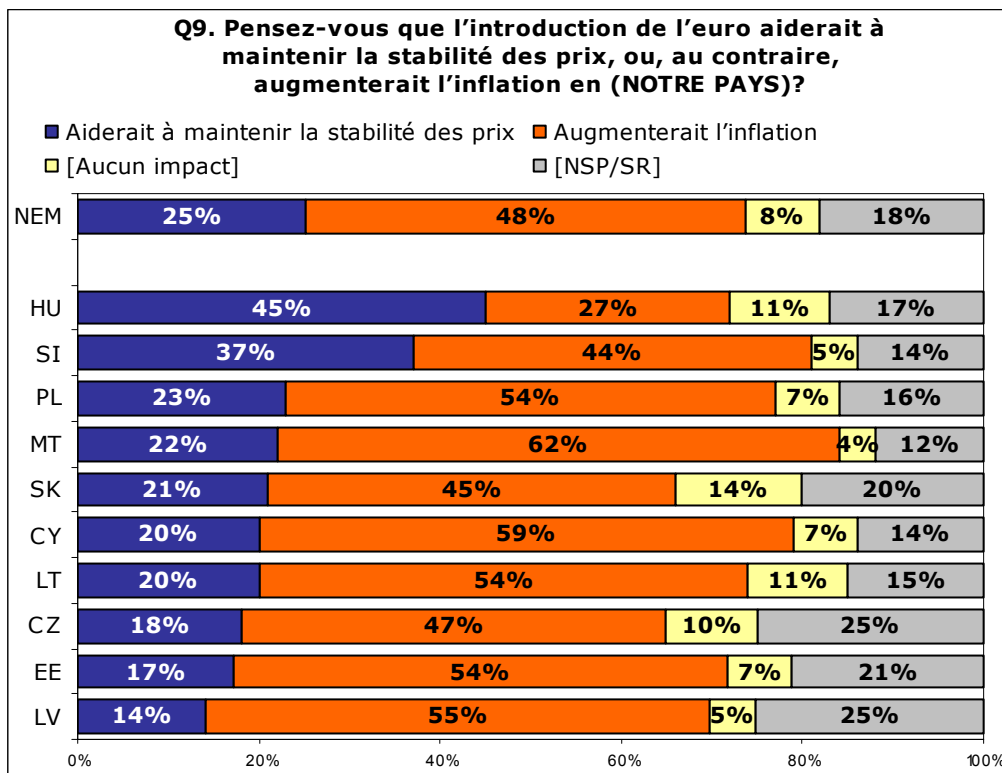
### 2.3. Conséquences de l'introduction de l'euro sur les prix

Questionnaire: Q.9

- Une personne interrogée sur deux pense que l'introduction de l'euro augmenterait l'inflation -

Une majorité relative des personnes interrogées, représentant 48% de la population **des dix nouveaux pays membres** supposent que l'introduction de l'euro causera une augmentation de l'inflation dans leur pays.

Seules 25% croient, au contraire, qu'elle aidera à maintenir la stabilité des prix, tandis qu'un petit 8% déclarent qu'elle n'aura pas d'impact.

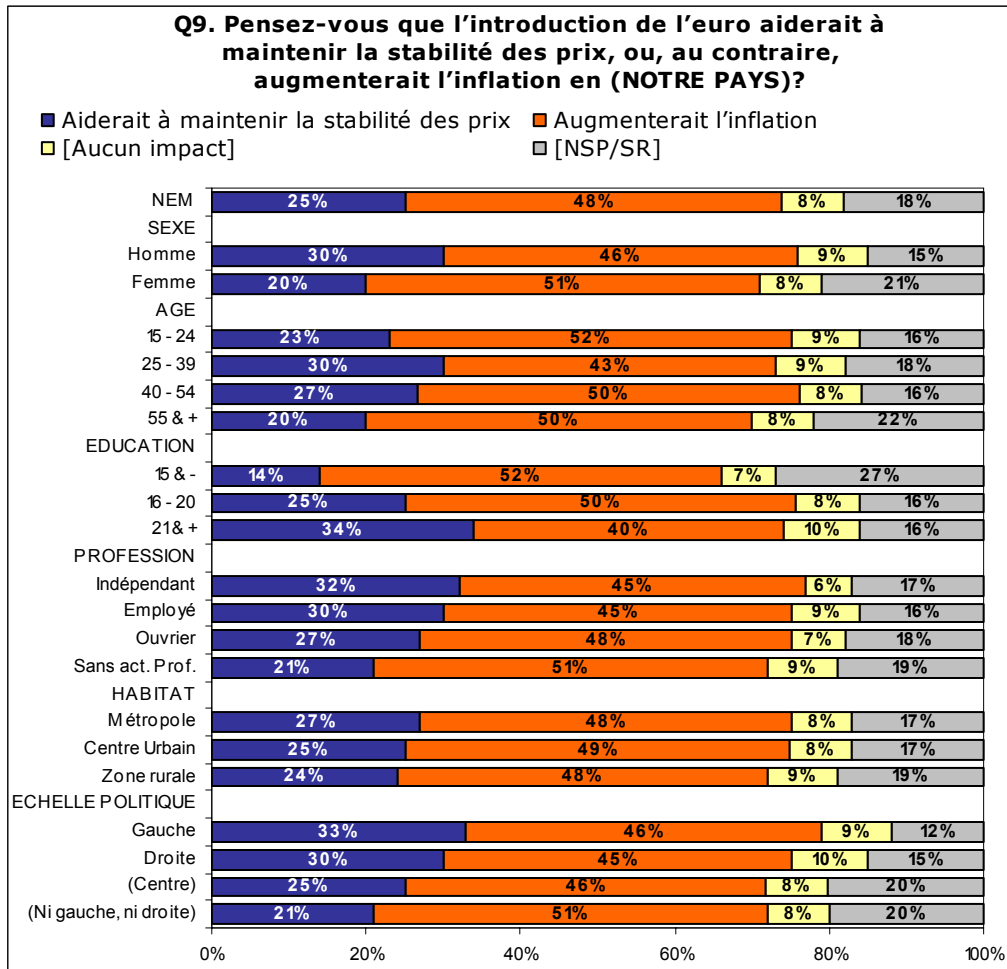


Les résultats par pays font apparaître que la **Hongrie** est le seul pays où une relative majorité de la population estime que l'euro aidera à maintenir la stabilité des prix, avec un pourcentage de 45%.

Mais dans six des dix pays, une nette majorité considère que l'introduction de l'euro provoquera une augmentation de l'inflation. Ce pourcentage est le plus élevé à **Malte**, avec 62%, suivi de **Chypre** (59%).

Ces craintes d'éventuelles hausses de prix liées à l'introduction de l'euro confirment les résultats précédents concernant les craintes quant aux abus et tricheries sur les prix (voir page 21).

## Répartition par catégories socio-démographiques



L'analyse des réponses sur la base des données socio-démographiques fait apparaître que:

- Les femmes (51%) plus que les hommes (46%) pensent que l'introduction de l'euro augmentera l'inflation.
- Plus le niveau d'éducation est bas, plus on est convaincu que la monnaie unique augmentera l'inflation.
- Les personnes qui n'ont pas d'activité professionnelle sont un peu plus nombreuses que les indépendants et les employés à croire à l'augmentation de l'inflation suite à l'introduction de l'euro.

### 3. Connaissances sur l'euro

Dans ce troisième chapitre, nous analyserons l'expérience que les citoyens des nouveaux Etats membres ont de l'euro, c'est-à-dire leurs connaissances sur l'euro et le contact qu'ils ont eu avec l'euro en tant que devise.

#### 3.1. Connaissances des citoyens sur l'introduction de l'euro et la zone euro

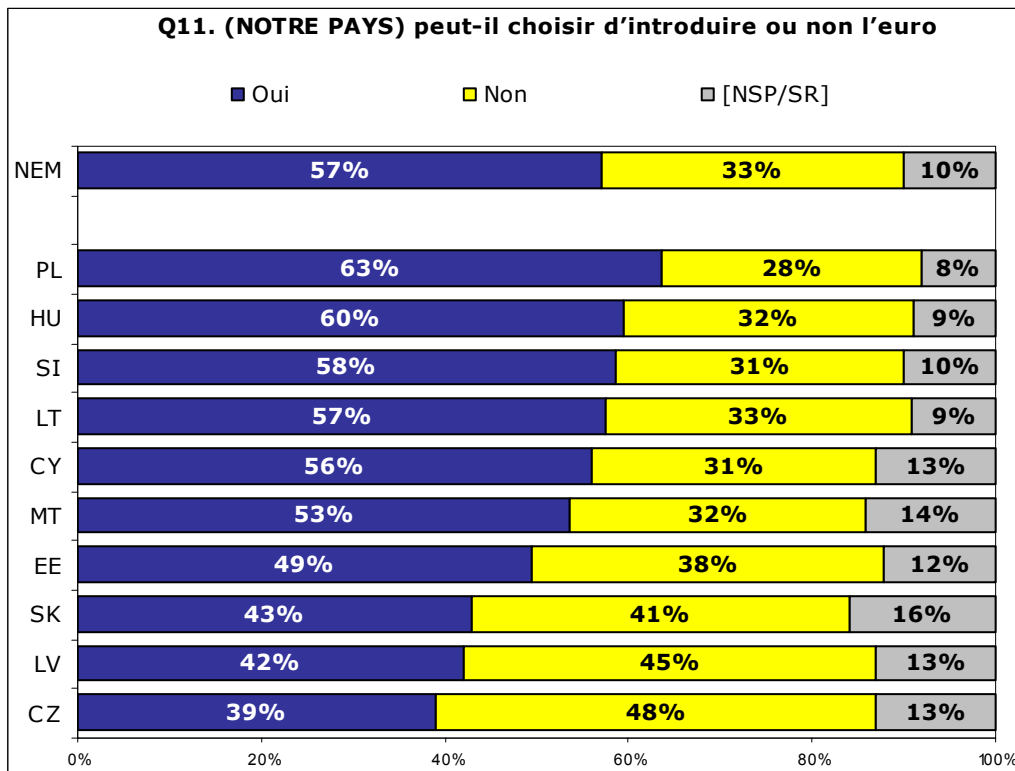
Questionnaire: Q11, Q12, Q15, Q16

##### 3.1.1. L'obligation d'adopter l'euro

- La plupart des citoyens ignorent que l'adoption de l'euro est obligatoire -

Lorsqu'on leur demande si leur pays peut choisir d'adopter ou non l'euro, une grande majorité des personnes interrogées répondent affirmativement avec 57%. Mais cette réponse est incorrecte. Seules 33% des personnes interrogées ont répondu correctement.

En effet, pendant les négociations d'adhésion en décembre 2002, il a été convenu qu'une fois qu'un pays membre satisfait aux critères de convergence, il est obligé d'adopter l'euro, contrairement aux dérogations accordées à des pays comme le Danemark ou le Royaume-Uni.

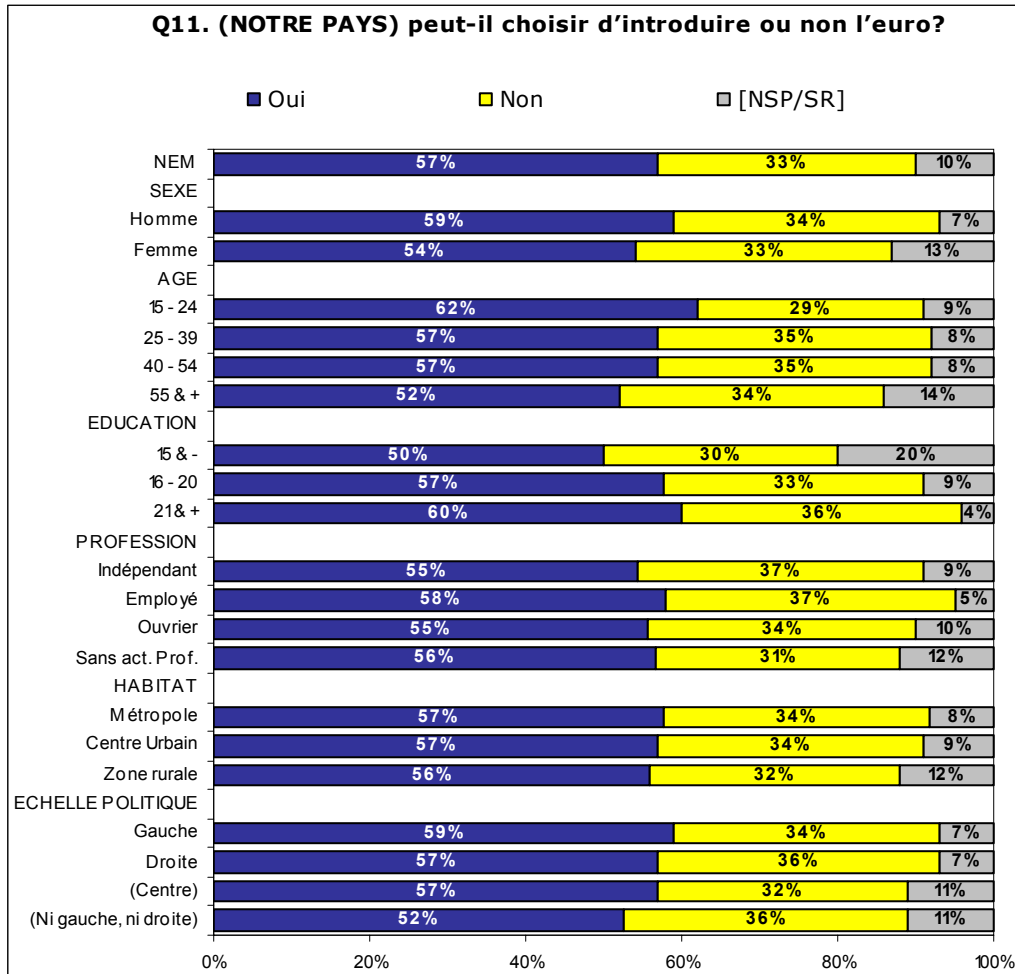


Pays par pays, les résultats nous montrent que le pourcentage de réponses correctes dépasse celui des réponses incorrectes dans deux pays seulement, à savoir la République Tchèque (48%) et la Lettonie (45%).

Les pays qui affichent le plus grand pourcentage de réponses incorrectes sont la Pologne (63%) et la Hongrie (60%).

Nous pouvons en conclure que l'adoption obligatoire de l'euro est un aspect dont la plupart des citoyens ne sont pas conscients dans les nouveaux pays membres.

### Répartition par catégories socio-démographiques



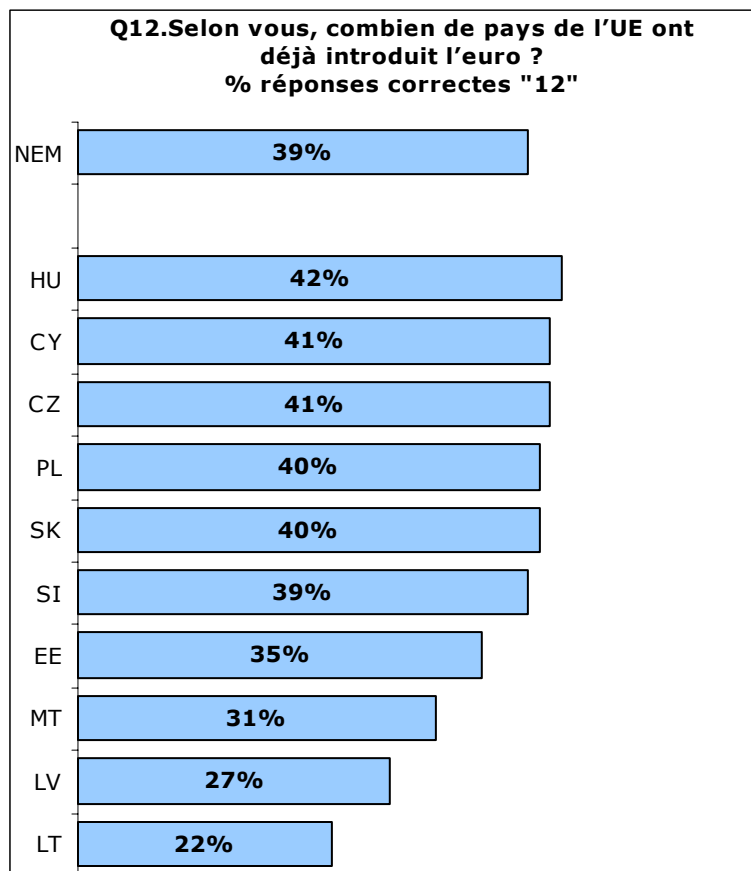
Au vu de la répartition par catégories socio-démographiques, on constate que:

- Les populations âgées de 15 à 24 ans donnent le plus grand nombre de réponses incorrectes.
- Il est surprenant de voir que les personnes ayant le niveau d'éducation le plus élevé, c'est-à-dire ayant étudié jusqu'à l'âge de 21 ans ou plus, donnent également le plus grand nombre de réponses incorrectes.

### 3.1.2. Connaissance du nombre de pays de la zone euro actuelle

- Faible connaissance du nombre exact de pays de la zone euro -

On a demandé aux personnes interrogées d'indiquer combien de pays de l'UE ont déjà introduit l'euro. Seules 39% des personnes à travers les **dix nouveaux Etats membres** ont été en mesure de donner la réponse correcte, à savoir douze pays. Le pourcentage de "sans réponse" à cette question, qui s'élève à 28%\*, est significatif. Ces résultats révèlent un manque de connaissance de la zone euro dans l'ensemble des nouveaux pays membres.



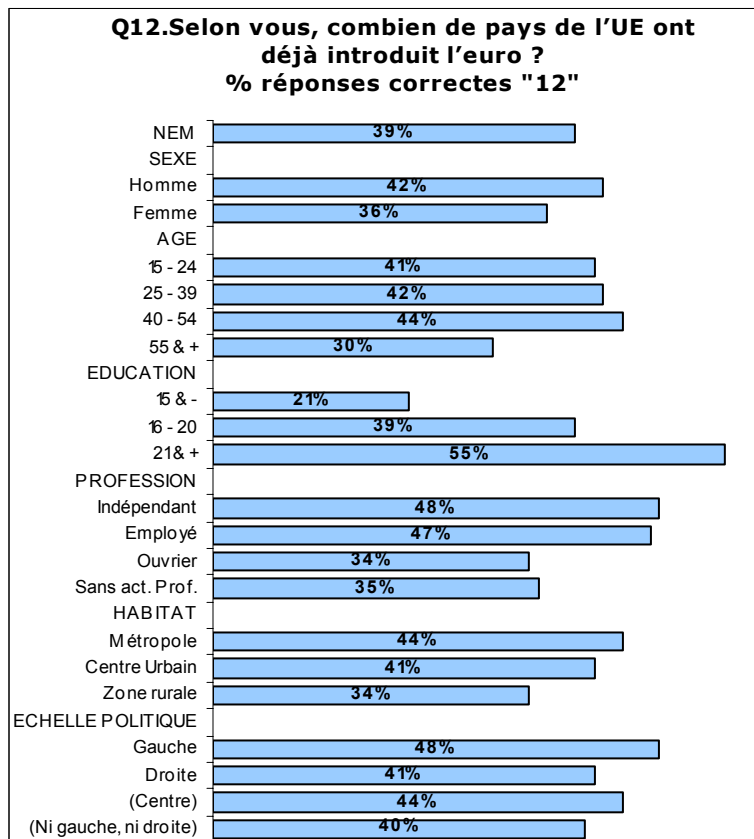
Les résultats par pays nous montrent que le plus haut pourcentage de réponses correctes provient de **Hongrie**, avec 42% des personnes interrogées indiquant le nombre exact de pays qui composent la zone euro.

**Chypre** (41%) et la **République Tchèque** (41%) suivent.

Les plus faibles taux de réponses correctes viennent de **Lituanie** et de **Lettonie**, où respectivement 22% et 27% seulement des personnes interrogées donnent la bonne réponse.

\* voir annexe/tableaux p.19

## Répartition par catégories socio-démographiques



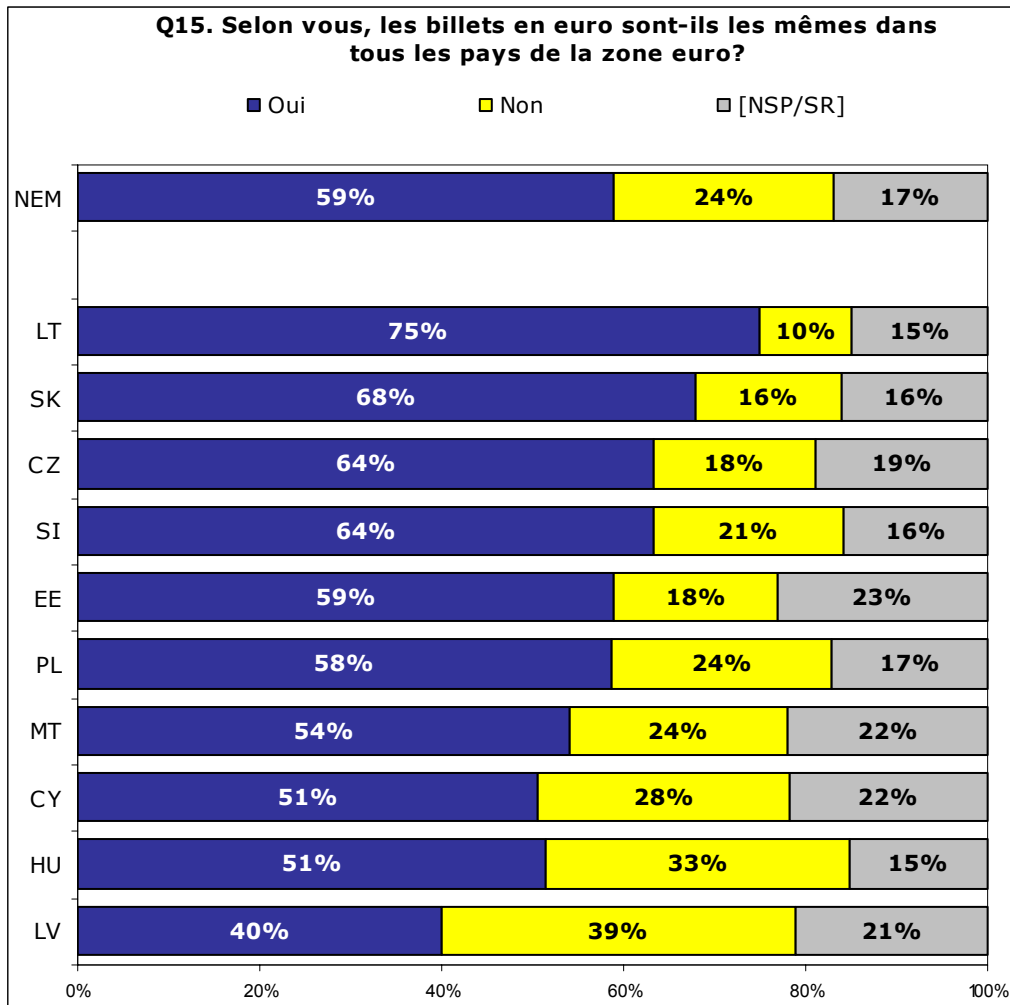
L'analyse socio-démographique des résultats fait apparaître que:

- Les hommes (42%) sont plus nombreux que les femmes (36%) à donner le nombre exact de pays de la zone euro.
- Les personnes âgées de 55 ans et plus (30%) ont une connaissance nettement moindre de ce sujet que celles des autres tranches d'âge.
- Le pourcentage de réponses correctes augmente sensiblement avec le niveau d'instruction: seuls 21% de ceux qui ont arrêté les études à l'âge de 15 ans ou moins connaissent la bonne réponse, contre 55% pour ceux qui ont arrêté leurs études à l'âge de 21 ans ou plus.
- Les indépendants (48%) et les employés (47%) ont une meilleure connaissance de ce sujet que les ouvriers (34%) ou ceux qui n'ont pas d'activité professionnelle (35%).
- Les personnes vivant dans des zones rurales (34%) donnent moins de réponses correctes que ceux qui vivent dans d'autres types de zones.

### 3.1.3. Connaissance des billets d'euro

- Une majorité de citoyens sont conscients que les billets d'euro sont les mêmes dans toute la zone euro -

Seules 59% des personnes interrogées **dans les nouveaux pays membres** savent que les billets d'euro sont identiques dans tous les pays de la zone euro. 24% donnent la mauvaise réponse.

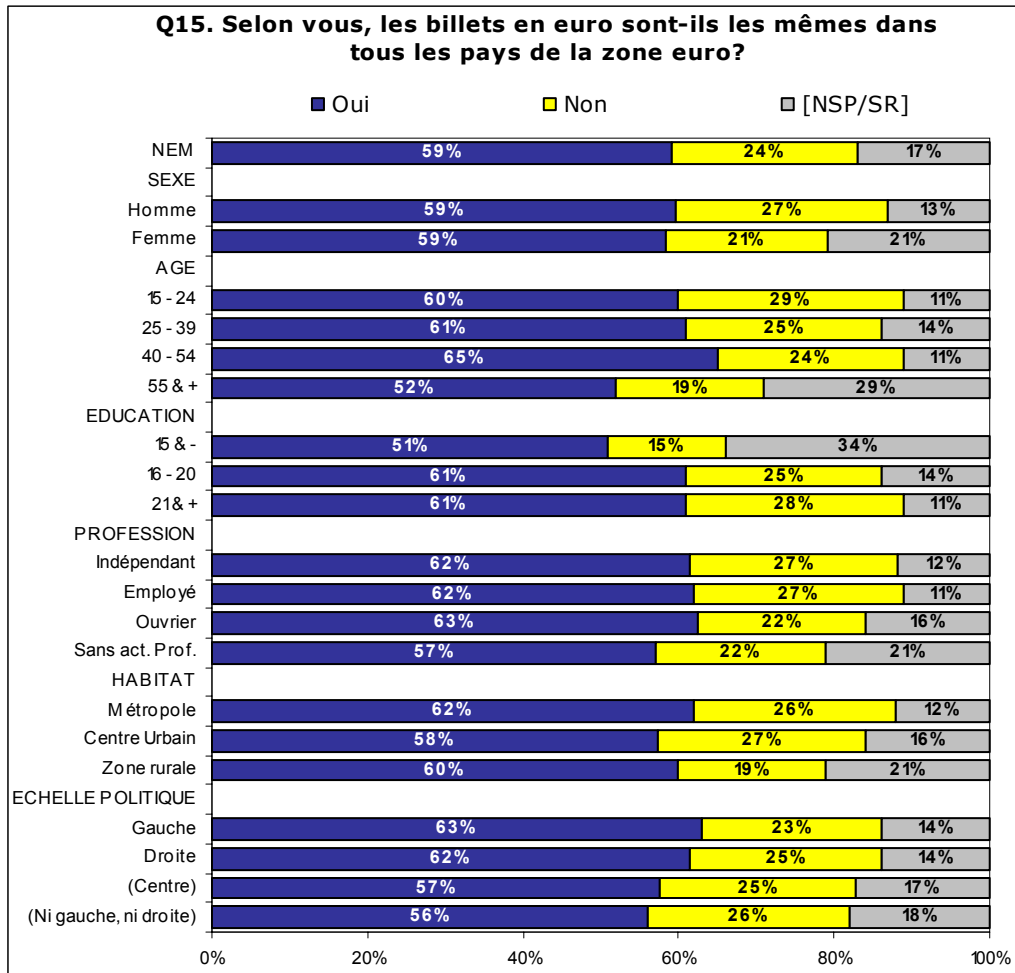


Les résultats par pays indiquent que la **Lituanie** obtient le plus grand pourcentage de réponses exactes, avec 75%. Ce pourcentage dépasse de 16 points la moyenne pour les nouveaux pays membres. La **Slovaquie** suit, avec un pourcentage de 68% de réponses exactes.

Le résultat le plus bas provient de **Lettonie**, où seulement 40% des personnes interrogées connaissent la bonne réponse. Toujours pour la Lettonie, le pourcentage de réponses incorrectes s'élève à 39% tandis que le pourcentage des "sans réponse" s'élève à 21%.

Le pourcentage le plus élevé de "sans réponse" est observé en **Estonie**, avec 23%.

## Répartition par catégories socio-démographiques



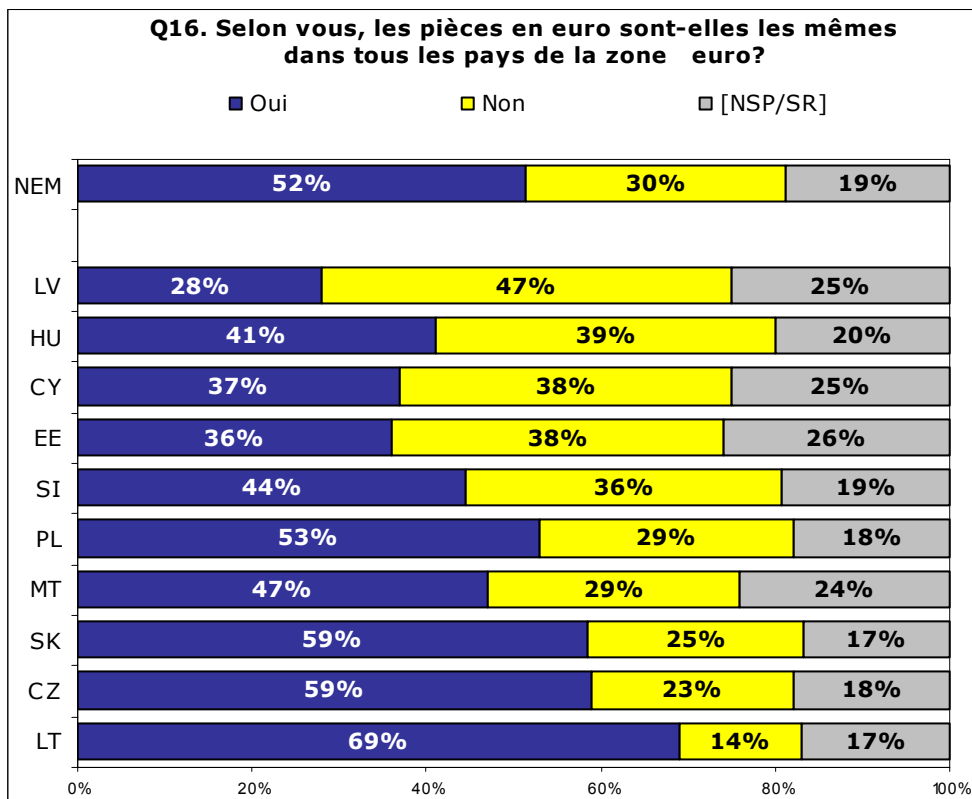
Le profil socio-démographique qui a été décrit ci-avant pour toutes les questions liées aux connaissances s'applique ici aussi dans une certaine mesure: les plus âgés, les moins instruits et les personnes sans activité professionnelle sont moins nombreux à faire preuve d'une connaissance précise des billets d'euro.



### 3.1.3. Connaissance des pièces d'euro

- Seule une minorité de citoyens est consciente que les pièces en euro sont différentes dans chaque pays -

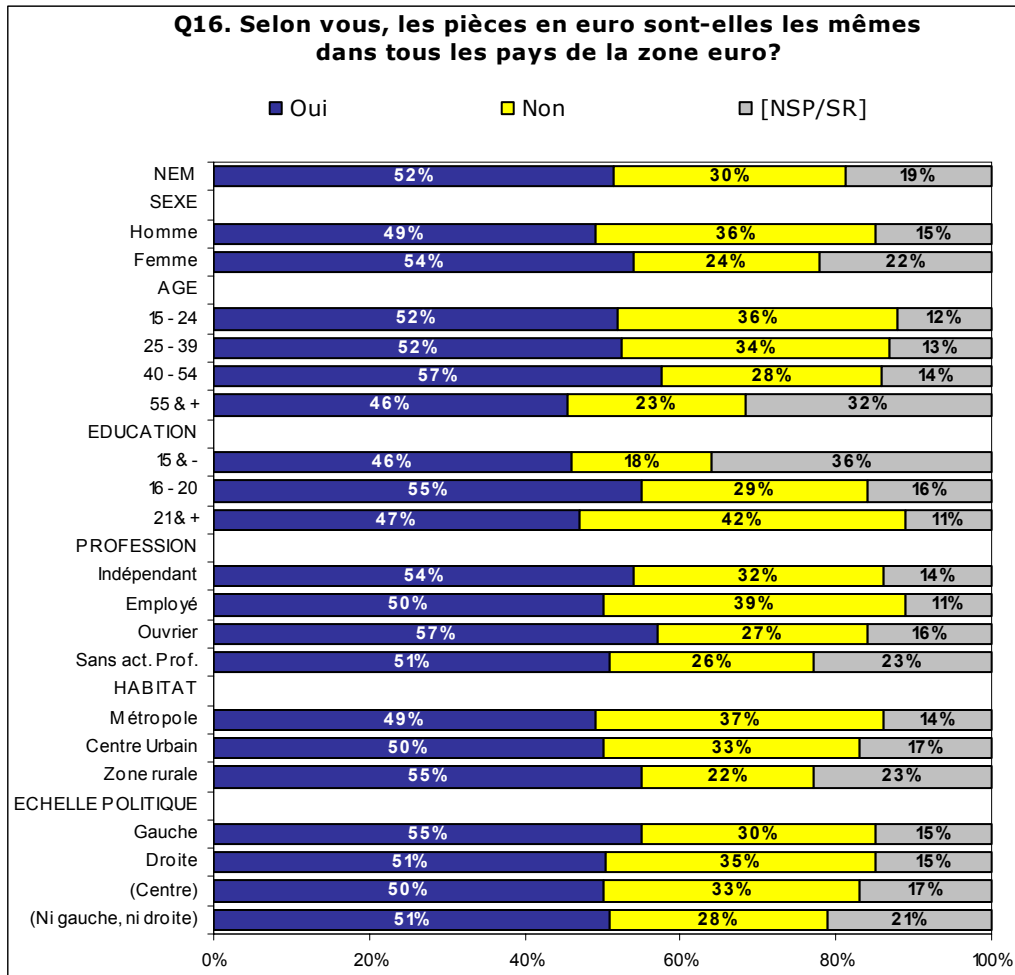
Le niveau de connaissance des pièces d'euro est sensiblement moindre que pour les billets. En effet, seules 30% des personnes interrogées **des nouveaux pays membres** sont conscientes que les pièces d'euro ne sont pas identiques dans tous les pays de la zone euro.



Pays par pays, les résultats révèlent que la **Lettonie** a le pourcentage le plus important de réponses correctes avec 47% des personnes interrogées indiquant que les pièces en euro ne sont pas toutes identiques dans les pays de la zone euro. Ce pourcentage dépasse de 17 points la moyenne pour les nouveaux pays membres. Le résultat de la **Hongrie** suit avec 39%.

Le pays qui affiche le plus faible taux de bonnes réponses est la **Lituanie**, avec seulement 14% des personnes interrogées qui donnent la réponse correcte. La **République Tchèque** et la **Slovaquie** suivent avec respectivement 23% et 25%.

## Répartition par catégories socio-démographiques



Les résultats répartis par catégories socio-démographiques font apparaître que:

- Les hommes (36%) donnent sensiblement plus de réponses exactes que les femmes (24%) à cette question.
- Le nombre de réponses exactes diminue lorsque l'âge des personnes interrogées augmente: alors que 36% de celles âgées de 15 à 24 ans donnent une réponse correcte, seules 23% de celles âgées de 55 ans et plus font de même.
- Plus le niveau d'instruction est élevé, plus on donne de réponses correctes: 42% des personnes ayant le plus haut niveau d'instruction donnent la bonne réponse contre seulement 18% pour celles ayant le plus bas niveau.
- Les personnes vivant en zones urbaines (37%) donnent un pourcentage de réponses exactes nettement plus important que celles vivant en zones rurales (22%).

### 3.2. Contact avec l'euro

Questionnaire: Q13, Q14\*

	Avez-vous déjà vu...		Avez-vous déjà utilisé...	
	des billets en euro	des billets en euro	des pièces en euro	des pièces en euro
<b>NEM</b>	<b>73%</b>	<b>49%</b>	<b>66%</b>	<b>50%</b>
CY	85%	76%	82%	77%
CZ	69%	59%	61%	63%
EE	78%	53%	64%	58%
HU	79%	53%	71%	55%
LV	67%	47%	55%	46%
LT	72%	40%	52%	39%
MT	70%	65%	68%	66%
PL	72%	43%	67%	43%
SK	70%	53%	62%	56%
SI	95%	81%	87%	79%
<b>SEXE</b>				
Homme	77%	49%	70%	50%
Femme	70%	50%	63%	50%
<b>AGE</b>				
15 - 24	83%	52%	80%	54%
25 - 39	80%	53%	73%	55%
40 - 54	80%	53%	73%	52%
55 & +	54%	35%	45%	35%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	53%	31%	46%	33%
16 - 20	75%	48%	68%	49%
21 & +	84%	63%	78%	63%
<b>PROFESSION</b>				
Indépendant	77%	62%	69%	65%
Employé	87%	58%	79%	59%
Ouvrier	75%	42%	65%	42%
Sans act. Prof.	66%	43%	60%	44%
<b>HABITAT</b>				
Métropole	78%	55%	71%	57%
Centre Urbain	76%	52%	70%	52%
Zone rurale	68%	42%	59%	44%
<b>ECHELLE POL.</b>				
Gauche	74%	52%	65%	55%
Droite	77%	56%	71%	57%
(Centre)	77%	49%	67%	52%
(Ni gauche, ni droite)	71%	43%	64%	44%

\* Afin d'analyser le contact avec l'euro séparément de l'utilisation de l'euro, nous avons établi un filtre et ainsi limité la question Q14 (l'utilisation des billets et pièces) aux personnes qui ont répondu qu'elles avaient déjà vu des billets ou des pièces d'euro à la question 13 (Filtre Q.13 = oui).

### 3.2.1. Billets d'euro

- *Personnes ayant vu des billets en euro*

Une large majorité de citoyens dans **les nouveaux pays membres** affirment avoir déjà vu des billets en euro. Ce résultat représente 73% de la moyenne pour les nouveaux pays membres.

En ce qui concerne chaque pays séparément, nous remarquons que la **Slovénie** a de loin le plus grand pourcentage de personnes qui répondent avoir déjà vu des billets en euro, à raison de 95%. Ce pourcentage dépasse de 18 points la moyenne pour les nouveaux pays membres. Les résultats à **Chypre** et en **Hongrie** suivent avec respectivement 85% et 79%.

Le pays qui a le plus bas taux de personnes déclarant avoir déjà vu des billets en euro est la **Lettonie** avec 67%, suivie par la **République Tchèque** avec 69%.

#### *Répartition par catégories socio-démographiques*

L'analyse socio-démographique des réponses à cette question indique des différences significatives entre les sous-catégories:

- Un peu plus d'hommes (77%) que de femmes (70%) ont déjà vu des billets d'euro.
- Le contact avec les billets d'euro semble diminuer avec l'âge et augmenter avec le niveau d'instruction.
- Les personnes vivant en métropole et dans les villes (respectivement 78% et 76%) obtiennent un pourcentage plus élevé de réponses affirmant avoir déjà vu des billets d'euro que celles vivant dans des zones rurales (68%).

- *Personnes ayant utilisé des billets d'euro*

En observant les réponses, nous remarquons que la **moyenne pour les nouveaux Etats membres** des personnes ayant déjà utilisé des billets en euro est sensiblement plus basse que le pourcentage de personnes ayant déjà vu des billets en euro. En effet, parmi les personnes interrogées qui ont déjà vu des billets en euro, moins de la moitié disent en avoir déjà utilisé (49%).

Parmi les dix nouveaux pays membres, la **Slovénie** a le plus haut pourcentage de personnes interrogées ayant utilisé les billets en euro, avec 81% de Slovènes déclarant l'avoir déjà fait. Ce pourcentage dépasse de 32 points la moyenne pour les nouveaux pays membres. **Chypre** suit avec 79%.

Alors que le premier pays, c'est-à-dire la Slovaquie, peut avoir des contacts avec l'euro du fait qu'elle a une frontière commune avec deux pays de la zone euro, à savoir l'Italie et l'Autriche, le contact de Chypre peut très probablement s'expliquer par la forte propension de ses résidents à voyager à l'étranger et par ses liens étroits avec la Grèce, l'un des pays de la zone euro.

Les pays ayant les pourcentages les plus faibles sont la **Lituanie** (40%), la **Pologne** (43%) et la **Lettonie** (47%).

### *Répartition par catégories socio-démographiques*

La répartition par catégories socio-démographiques nous montre que:

- Les personnes de 55 ans et plus ont beaucoup moins utilisé les billets en euro que celles appartenant aux autres tranches d'âge.
- Il existe une disparité sensible entre les niveaux d'instruction: 31% des personnes ayant étudié jusqu'à l'âge de 15 ans ou moins mentionnent qu'elles ont utilisé des billets en euro contre 63% pour celles ayant étudié jusqu'à 21 ans ou plus.
- Les indépendants et employés sont plus nombreux que les travailleurs manuels ou que ceux sans activité professionnelle à avoir déjà utilisé des billets en euro.
- Les personnes vivant en zone rurale semblent avoir moins l'occasion d'utiliser des billets en euro.

### **3.2.2. Pièces en euro**

- *Personnes ayant déjà vu des pièces en euro*

Le pourcentage de personnes ayant déjà vu des pièces en euro est quelque peu inférieur à celui pour les billets mais représente cependant une nette majorité de citoyens dans **les nouveaux pays membres**, à savoir 66%.

Comme nous l'avons vu pour les billets en euro, les résultats par pays montrent encore une fois que la **Slovénie** présente le pourcentage le plus élevé de personnes interrogées qui ont déjà vu des pièces en euro, qui s'élève à 87%. Ce pourcentage dépasse de 21 points la moyenne pour les nouveaux pays membres. Le pourcentage de **Chypre** suit avec 82%.

Le pourcentage le plus bas se retrouve en **Lituanie** (52%) où un peu plus de la moitié des personnes interrogées ont déjà vu des pièces en euro. Le résultat de la **Lettonie** suit avec 55%.

### *Répartition par catégories socio-démographiques*

En ce qui concerne le contact avec les pièces en euro, nous obtenons les mêmes tendances socio-démographiques que pour les billets en euro:

- Les hommes (70%) sont plus nombreux à avoir vu des pièces en euro que les femmes (63%).
- Les populations les plus âgées comptent le moins de personnes à avoir vu des pièces en euro, à 45% contre 80% pour les populations les plus jeunes.
- Le pourcentage de personnes ayant vu des pièces en euro augmente avec le niveau d'instruction.

- Les employés sont considérablement plus nombreux à avoir vu des pièces en euro.
- Les personnes vivant en zone rurale ont eu moins de contact avec les pièces en euro.

- *Personnes ayant déjà utilisé des pièces en euro*

Parmi les personnes interrogées **des nouveaux pays membres** qui ont déjà vu des pièces en euro, la moitié d'entre elles déclarent avoir également utilisé les pièces d'euro (50%).

Ici aussi, la **Slovénie** (79%) et **Chypre** (77%) affichent les taux les plus élevés lorsqu'on examine les résultats par pays.

La **Lituanie** avec seulement 39% a le plus faible taux d'utilisation des pièces en euro. La **Pologne** et la **Lettonie** suivent avec respectivement 43% et 46%.

#### *Répartition par catégories socio-démographiques*

La répartition par catégories socio-démographiques nous révèle que:

- Les plus âgés ont le plus faible pourcentage d'utilisation des pièces en euro.
- L'utilisation des pièces en euro augmente avec le niveau d'instruction des personnes interrogées.
- Les indépendants et employés ont eu plus souvent l'occasion d'utiliser les pièces que les travailleurs manuels et les personnes sans activité professionnelle.
- Comme nous l'avons observé pour les billets, les populations vivant en milieu rural ont moins utilisé les pièces en euro que les populations vivant dans d'autres milieux.

### 3.3. Les endroits où l'euro est utilisé

Questionnaire: Q14 bis et Q14 ter

	Vous avez dit avoir déjà utilisé des billets en euro. Etait-ce...			Vous avez dit avoir déjà utilisé des pièces en euro. Etait-ce...		
	En (NOTRE PAYS)	A l'étranger	En (NOTRE PAYS) et à l'étranger	En (NOTRE PAYS)	A l'étranger	En (NOTRE PAYS) et à l'étranger
<b>NEM</b>	<b>18%</b>	<b>62%</b>	<b>19%</b>	<b>15%</b>	<b>67%</b>	<b>18%</b>
CY	2%	94%	3%	2%	95%	3%
CZ	4%	86%	10%	3%	86%	9%
EE	18%	71%	11%	16%	74%	10%
HU	11%	74%	15%	7%	78%	15%
LV	34%	48%	18%	27%	56%	17%
LT	31%	47%	20%	20%	57%	22%
MT	4%	88%	8%	4%	89%	7%
PL	28%	48%	24%	24%	52%	23%
SK	6%	75%	18%	4%	81%	13%
SI	8%	67%	25%	5%	73%	22%
<b>SEXE</b>						
Homme	16%	63%	20%	13%	67%	19%
Femme	20%	62%	18%	16%	67%	16%
<b>AGE</b>						
15 - 24	12%	71%	16%	13%	72%	14%
25 - 39	16%	63%	21%	12%	68%	19%
40 - 54	22%	55%	22%	18%	59%	22%
55 & +	24%	63%	13%	16%	72%	12%
<b>EDUCATION</b>						
15 & -	19%	63%	18%	14%	67%	19%
16 - 20	19%	61%	20%	16%	65%	19%
21 & +	16%	67%	17%	12%	72%	15%
<b>PROFESSION</b>						
Indépendant	23%	59%	18%	19%	62%	18%
Employé	15%	66%	19%	11%	71%	18%
Ouvrier	22%	54%	21%	17%	62%	19%
Sans act. Prof.	19%	62%	19%	16%	66%	18%
<b>HABITAT</b>						
Métropole	13%	72%	15%	13%	73%	12%
Centre Urbain	17%	64%	19%	13%	69%	18%
Zone rurale	24%	54%	22%	19%	59%	21%
<b>ECHELLE POL.</b>						
Gauche	15%	62%	22%	12%	65%	22%
Droite	13%	69%	18%	12%	72%	16%
(Centre)	16%	70%	14%	12%	77%	10%
(Ni gauche, ni droite)	21%	63%	16%	17%	67%	16%

- Les citoyens ont surtout utilisé l'euro à l'étranger -

Comme on pouvait s'y attendre, parmi les citoyens qui affirment avoir déjà utilisé l'euro, cette utilisation a surtout eu lieu à l'étranger. 62% des personnes interrogées dans **les nouveaux Etats membres** déclarent avoir utilisé des billets en euro à l'étranger, tandis que ce pourcentage s'élève à 67% pour l'utilisation des pièces en euro.

Seules 18% des personnes interrogées ont utilisé des billets d'euro et 15% des pièces en euro dans leur pays.

Un peu plus de personnes ont déclaré avoir utilisé l'euro à la fois dans leur pays et à l'étranger: 19% pour les billets en euro et 18% pour les pièces en euro.

Nous pouvons en conclure que l'euro est surtout utilisé lors des voyages à l'étranger et que la présence et l'utilisation de l'euro dans les nouveaux pays membres restent insignifiantes.

La répartition par pays fait apparaître que les **Chypriotes** qui ont déjà utilisé les billets et les pièces en euro l'ont fait presque exclusivement à l'étranger, avec un pourcentage de 94% pour l'utilisation des billets et 95% pour les pièces. La même remarque peut être faite pour la **République Tchèque** et **Malte**, où une très large majorité indique qu'elle a utilisé l'euro à l'étranger.

Le cas de la **Slovénie**, où le taux d'utilisation de l'euro est le plus élevé, est quelque peu différent puisque le taux d'utilisation à la fois dans leur pays et à l'étranger représente approximativement un quart des utilisateurs de l'euro (25% pour les billets et 22% pour les pièces).

En **Lettonie** et en **Lituanie**, l'utilisation de l'euro dans le pays lui-même est supérieure à son utilisation dans d'autres pays, puisqu'elle représente plus de 30% pour les billets et plus de 20% pour les pièces. La **Pologne** obtient des pourcentages tout aussi élevés en ce qui concerne l'utilisation de l'euro dans le pays (28% pour les billets et 24% pour les pièces).

*Répartition par catégories socio-démographiques*

Les résultats par catégories socio-démographiques n'indiquent pas de disparités significatives.

Nous pouvons toutefois souligner que parmi les personnes vivant en milieu rural qui ont déjà utilisé l'euro, l'utilisation de l'euro dans leur pays est nettement plus fréquente que pour les personnes vivant dans d'autres milieux.



## 4. Information des citoyens sur l'euro

Dans ce chapitre final, nous analyserons le thème de l'information sur l'euro. Tout d'abord, nous analyserons le niveau d'information des citoyens et par quels canaux d'information les citoyens préfèrent être informés. Ensuite, nous nous intéresserons aux campagnes d'information et au double affichage des prix.

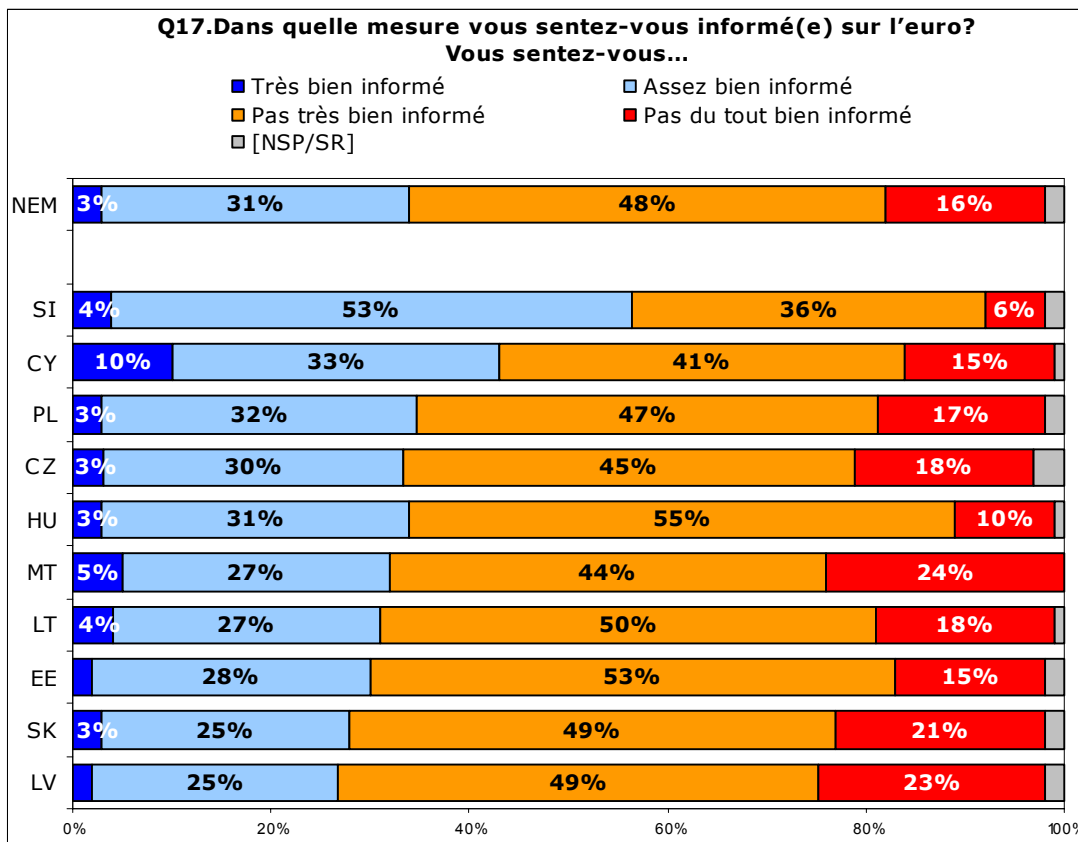
### 4.1. Niveau et canaux d'information

Questionnaire: Q17, Q18, Q19, Q20, Q22 d-e-f

#### 4.1.1. Le sentiment général à propos de l'information

- Un niveau d'information sur l'euro relativement faible -

Quand on leur demande dans quelle mesure elles se sentent informées sur l'euro, seulement un tiers des personnes interrogées s'estiment assez bien informées (31%). Celles qui se déclarent très bien informées ne représentent qu'une très petite proportion de la population **au sein des nouveaux Etats membres** (3%). Une relative majorité de 48% des citoyens déclarent ne pas être très bien informés, tandis que 16% indiquent qu'ils ne sont pas bien informés du tout. Ainsi, la proportion de personnes interrogées qui ne sont pas bien informées représente une nette majorité de citoyens dans les nouveaux pays membres, avec un total de 64%.

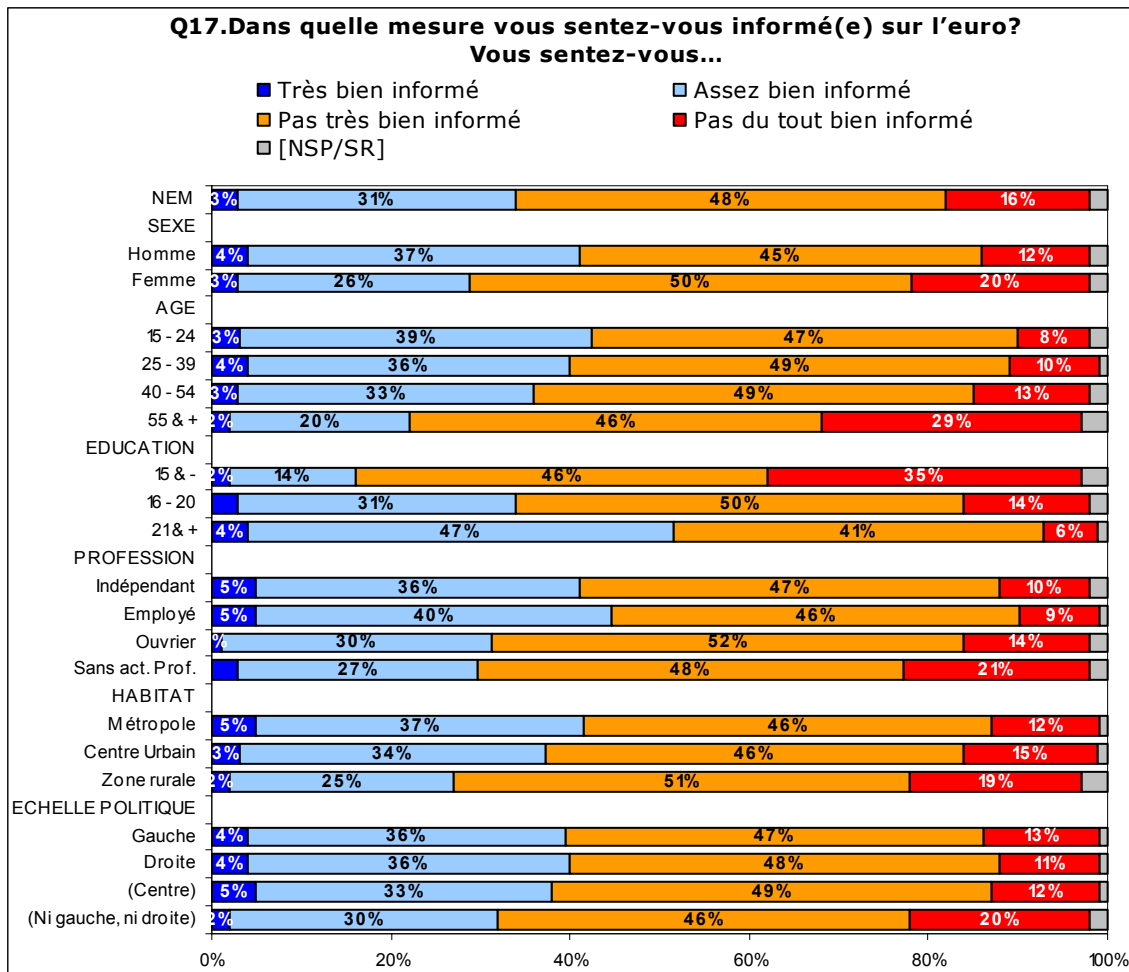


Si on étudie les résultats pays par pays, on notera que la **Slovénie** est le seul pays où se dégage une nette majorité de citoyens bien informés sur l'euro, avec un

pourcentage de 57%. Celui-ci dépasse de 23 points la moyenne pour les nouveaux pays membres et montre que les Slovènes sont considérablement mieux informés que les citoyens des autres nouveaux pays membres.

Le pourcentage des personnes les moins bien informées se retrouve en **Lettonie** où seulement 27% de la population se déclare bien informée sur la monnaie unique. La **Slovaquie** et l'**Estonie** suivent avec respectivement 28% et 30% de personnes interrogées bien informées.

### Répartition par catégories socio-démographiques



L'analyse de ce tableau révèle que:

- Les hommes (41%) se sentent nettement mieux informés que les femmes (29%) sur l'euro.
- Plus la population est jeune, mieux elle se sent informée sur l'euro: 42% de ceux âgés de 15 à 24 ans se déclarent bien informés contre 22% dans la tranche des 55 ans et plus.

- Plus le niveau d'instruction est élevé, mieux on est informé sur l'euro. 51% de ceux qui ont étudié jusqu'à l'âge de 21 ans ou plus affirment être bien informés contre seulement 16% de ceux qui ont étudié jusqu'à 15 ans ou moins.
- Les indépendants (41%) et les employés (45%) se disent mieux informés que les ouvriers (32%) ou ceux qui n'ont pas d'activité professionnelle (30%).
- Les personnes vivant en métropole (42%) se déclarent mieux informées que les personnes en milieu rural (27%).

#### 4.1.2. Le délai pour être informé sur l'euro

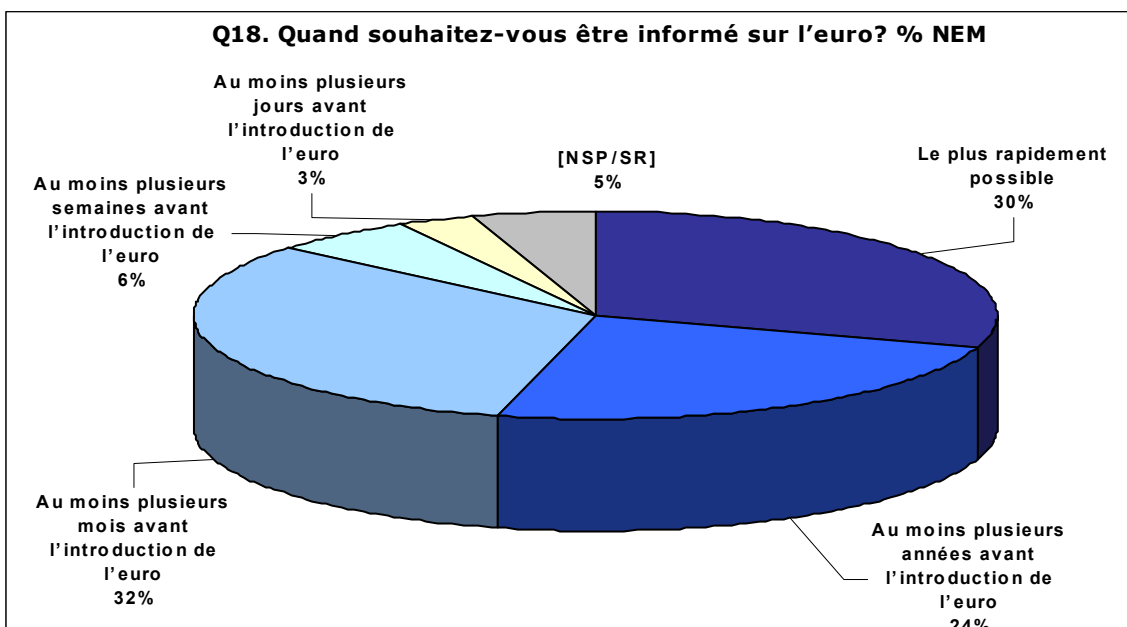
- Les citoyens préfèrent être informés rapidement -

Les résultats montrent que les citoyens préféreraient être informés sur l'euro longtemps à l'avance plutôt qu'à la veille de l'introduction de l'euro.

30% des personnes interrogées indiquent qu'elles voudraient être informées le plus rapidement possible, tandis que 24% préfèrent être informées au moins quelques années avant l'introduction de l'euro.

D'autre part, certaines personnes interrogées ne sont pas aussi pressées de recevoir des informations sur l'euro: 32% aimeraient être informées au moins quelques mois avant son introduction, 6% quelques semaines avant et 3% quelques jours avant son introduction.

Ces résultats témoignent du fait qu'une majorité de citoyens dans l'ensemble des nouveaux pays membres souhaitent être informés très longtemps avant le jour de l'introduction de l'euro dans leur pays et qu'il existe déjà aujourd'hui une demande apparente en faveur de plus d'informations.



### 4.1.3. Canaux préférés pour les informations et les campagnes

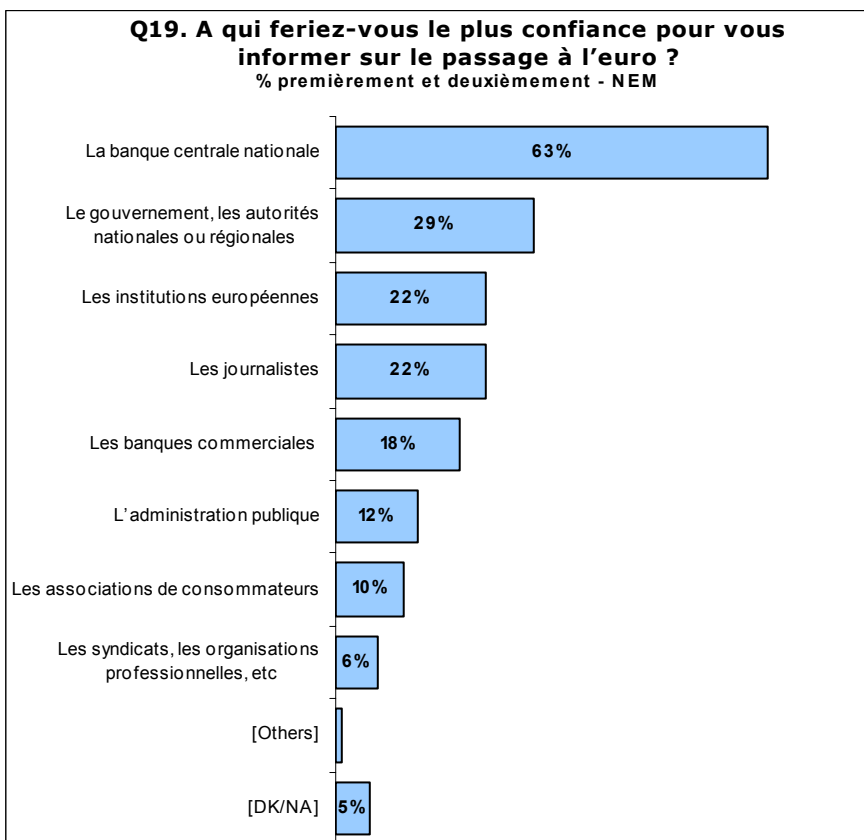
- Les banques centrales nationales sont les canaux d'information les plus dignes de confiance -

Quand on leur demande à qui ils feraient le plus confiance pour les informer sur le passage à l'euro, les citoyens se prononcent dans une large mesure en faveur de leur banque centrale nationale en tant qu'institution la plus digne de confiance. En effet, une majorité significative de 63% de personnes interrogées à travers **les nouveaux Etats membres** ont choisi cette institution comme étant leur canal d'information préféré sur le passage à l'euro.

Le gouvernement, les institutions nationales ou régionales suivent avec 29% des préférences des citoyens.

Les institutions européennes ne viennent qu'en troisième position comme étant les plus dignes de confiance pour fournir des informations sur le passage, avec juste 22% de moyenne pour les nouveaux pays membres.

Il est intéressant de noter que les banques commerciales, contrairement aux banques centrales nationales n'obtiennent que 18% des préférences, un pourcentage qui témoigne peut-être d'un manque de confiance des citoyens des nouveaux pays membres pour ces institutions financières privées.



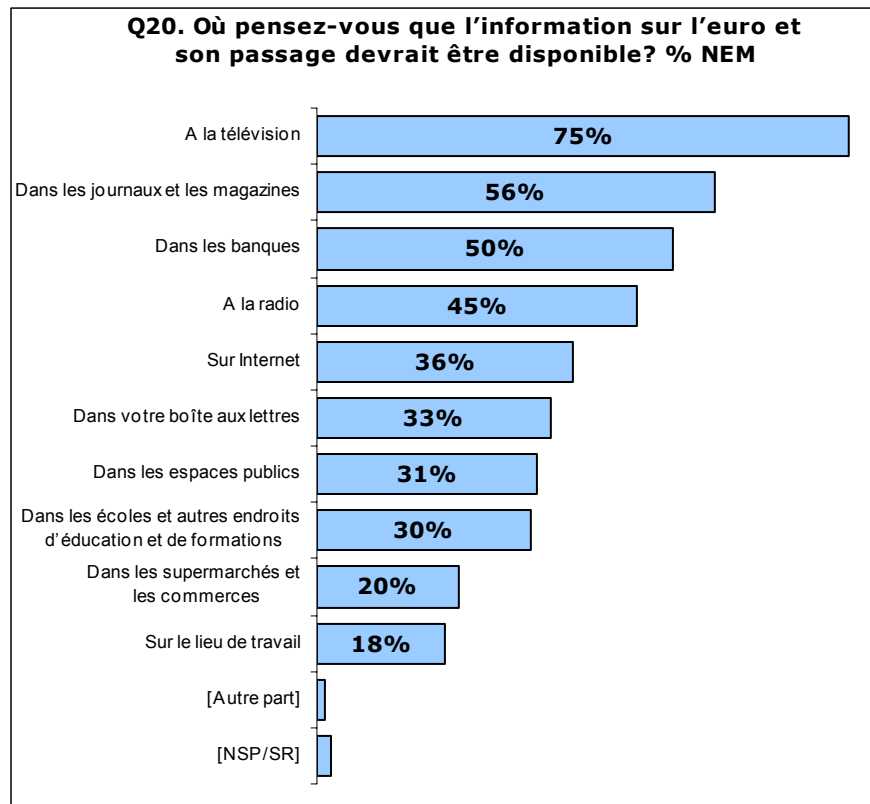
Parmi les autres canaux d'information essentiels ou non pour se préparer à l'euro, on constate que les citoyens des nouveaux pays membres estiment les spots télévisés dans le cadre des campagnes d'information essentiels, tout comme, bien que dans une moindre mesure, les spots à la radio et les prospectus ou brochures qui donnent des informations sur l'euro. Le tableau ci-dessous montre les pourcentages recueillis pour les différents canaux.

**Q.22 ... essentielle ou non pour vous préparer à l'euro?**

actions de campagne d'information	% Essentiel
Les spots publicitaires à la télévision	78%
Les spots publicitaires à la radio	66%
Les prospectus/ brochures	64%

**4.1.4. Les endroits où l'information devrait être disponible**

- La télévision est considérée comme le principal canal d'information sur le passage à l'euro -



A la question de savoir où les informations utiles sur l'euro et son passage devraient être disponibles, la plupart des personnes interrogées sollicitent la télévision, avec un pourcentage de 75%. Les journaux et magazines suivent avec 56%. Les personnes interrogées ont tendance à préférer généralement les mass media pour être informées. Les banques ont également recueilli un pourcentage relativement important, puisque 50% des personnes interrogées indiquent que les informations utiles devraient être fournies par ces institutions financières.

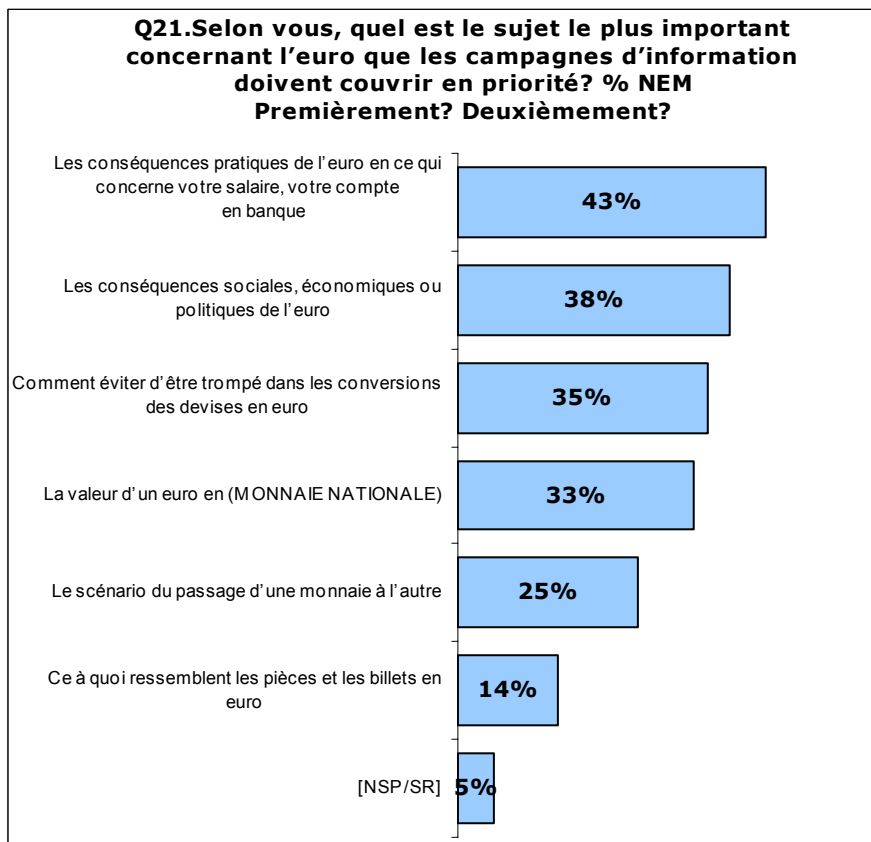
D'autre part, le lieu de travail et les supermarchés et magasins sont très peu sollicités en tant qu'endroits où l'on pourrait obtenir des informations sur l'euro.

## 4.2. Campagnes d'information

Questionnaire: Q21, Q22

### 4.2.1. Sujet le plus important à couvrir par les campagnes d'information

On a demandé aux personnes interrogées quel est le sujet le plus important concernant l'euro que les campagnes d'information doivent couvrir en priorité.



Les réponses à cette question font apparaître que les citoyens des nouveaux pays membres pensent que les implications pratiques de l'euro quant à leur salaire et leur compte en banque est le sujet prioritaire à traiter par les campagnes d'information,

avec un pourcentage de 43% des personnes interrogées. En effet, cet aspect concerne directement les gens, étant donné que ceux-ci dépendent essentiellement de leurs revenus pour assurer leur vie quotidienne.

C'est pourquoi les gens tiennent à savoir quels changements l'euro entraînera au niveau de leur salaire, leur compte bancaire, etc.

Le deuxième sujet en ordre d'importance concerne les implications sociales, économiques ou politiques de l'euro. 38% des personnes interrogées à travers des dix pays mentionnent ce sujet. Il s'agit là d'un sujet plus général, qui a trait à la façon dont l'introduction de l'euro influencera la situation dans le pays ainsi que la vie quotidienne des citoyens.

L'information sur la manière d'éviter d'être trompé dans les conversions en euro est également un sujet que 35% des personnes interrogées considèrent comme important. Comme nous l'avons vu précédemment dans ce rapport, la crainte principale des citoyens des nouveaux pays membres liée au passage à l'euro est l'éventualité d'être abusés au niveau des prix ou trompés pendant le passage.

Les personnes interrogées semblent également souhaiter être informées sur la valeur d'un euro dans leur monnaie nationale. Une campagne d'information à l'aide d'un double affichage des prix pourrait être utile dans ce cas.

Le sujet le moins prioritaire de l'avis des personnes interrogées est de savoir à quoi ressemblent les billets et pièces d'euro, puisque seulement 14% indiquent ce sujet comme étant une priorité. Tant que l'introduction de l'euro reste un événement qui aura lieu à long terme, les personnes n'éprouvent pas la nécessité de savoir en priorité à quoi ressemble cette devise.

Enfin, seulement un quart de toutes les personnes interrogées considère l'information relative au scénario du passage d'une monnaie à l'autre comme une priorité. Il semble que tant que les citoyens ne connaissent pas la date approximative de l'introduction de l'euro, les sujets de ce genre ne soient pas envisagés comme une priorité.

#### **4.2.2. Importance du double affichage**

*- Le double affichage des prix dans les magasins est considéré comme primordial -*

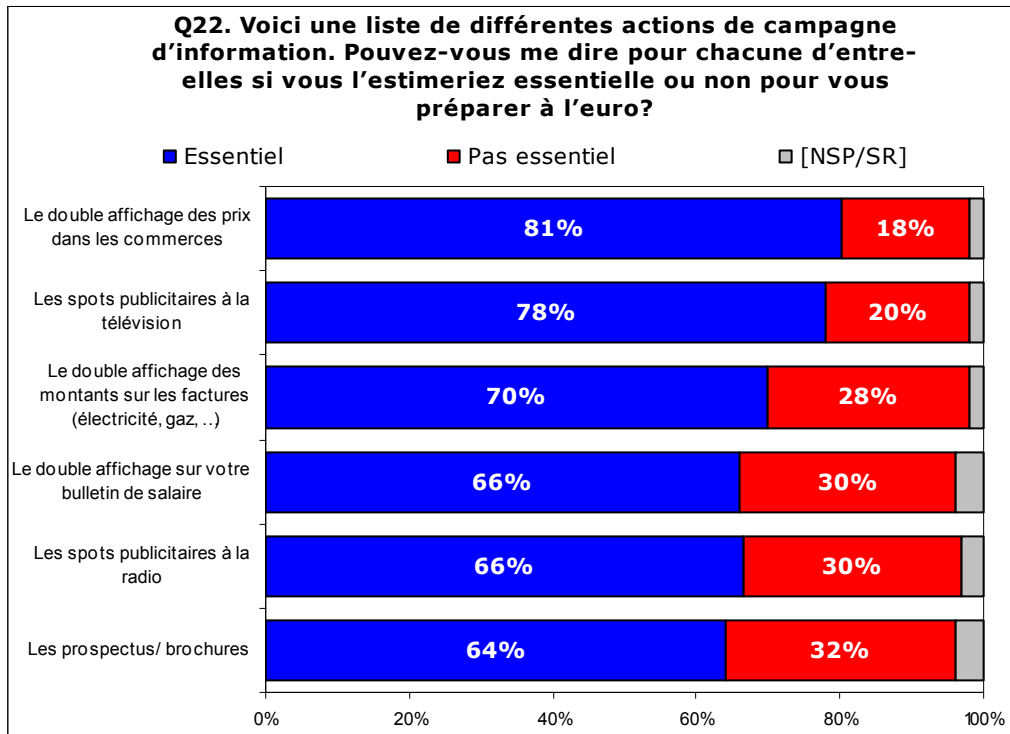
Pour se préparer à l'euro, il est intéressant de savoir ce que les citoyens **des nouveaux Etats membres** pensent de l'action de campagne d'information spécifique qui consiste à afficher les prix à la fois dans la monnaie nationale et en euros.

Parmi les différents scénarios de double affichage, 81% des personnes interrogées estiment que le double affichage des prix dans les commerces est essentiel. Cette action de campagne d'information est très sollicitée car elle permet aux citoyens de se familiariser avec l'euro lorsqu'ils achètent les produits de base qu'ils utilisent dans leur vie quotidienne.

Le double affichage des montants sur les factures, par exemple les factures d'électricité ou de gaz est également considéré comme essentiel par une majorité de personnes interrogées (70%), mais un peu moins que le scénario mentionné ci-dessus.

Enfin, 66% des personnes interrogées pensent que le double affichage sur le bulletin de salaire est essentiel, scénario qui recueille donc aussi une majorité des suffrages,

bien que dans une mesure nettement moindre que le double affichage des prix dans les commerces.



Comme nous l'avons noté précédemment, les spots à la télévision mais également les spots à la radio et les prospectus/brochures sont également considérés comme des canaux essentiels pour les actions de campagne d'information destinées à préparer les citoyens à l'euro.



## CONCLUSION

L'introduction de l'euro dans les nouveaux Etats membres est la phase finale d'un processus de convergence en plusieurs étapes et elle ne pourra être réalisée qu'à moyen ou long terme, même par les pays qui ont accompli les plus grands progrès jusqu'à présent.

Si l'on garde ceci à l'esprit, nous pouvons supposer que les personnes interrogées dans cette enquête sont quelque peu influencées par ce délai et par le flou qui règne sur le moment où l'euro sera effectivement introduit.

Ceci est surtout confirmé par le **niveau d'intérêt plutôt faible** qui est témoigné par la population pour l'introduction de l'euro, puisque seulement la moitié des citoyens déclarent être intéressés par ce sujet. En outre, les citoyens semblent divisés quant aux conséquences positives et négatives de l'introduction de l'euro à un niveau tant national que personnel.

Il n'y a pas non plus de véritable enthousiasme pour l'adoption de l'euro: de nouveau, les citoyens sont partagés sur la question de savoir s'ils sont contents ou non que l'euro remplacera leur monnaie nationale et ils ne semblent pas pressés d'adopter la monnaie unique européenne assez rapidement.

D'un autre côté, la plupart des citoyens des nouveaux pays membres semblent reconnaître les conséquences pratiques de l'introduction de l'euro, bien qu'ils craignent par-dessus tout les abus et tricheries sur les prix pendant la phase de changement.

L'analyse des résultats nous a également montré que **les connaissances sur l'euro et son adoption sont plutôt faibles** dans les nouveaux pays membres. Néanmoins, l'euro n'est pas totalement inconnu puisque la plupart des citoyens l'ont déjà vu (billets et pièces), même si son utilisation est sensiblement moindre.

De surcroît, **la plupart des citoyens affirment qu'ils ne se sentent pas bien informés sur l'euro**, et la plupart d'entre eux demandent à être informés bien avant l'introduction de la monnaie unique dans leur pays. Pour ce faire, les personnes interrogées font confiance en majorité à leur banque centrale nationale, loin devant toutes les autres institutions.

Pour bon nombre de citoyens, les campagnes d'information devraient se concentrer en priorité sur les implications pratiques de l'euro au niveau de leur salaire, leur compte en banque, etc., et à leurs yeux, le double affichage des prix est l'action de campagne d'information primordiale pour préparer la population à l'euro.

En conclusion, les résultats de cette enquête ne révèlent pas un enthousiasme à grande échelle pour l'euro, en revanche aucun véritable scepticisme envers l'euro n'a été décelé.

Il existe une vraie demande de la part des citoyens de ces nouveaux Etats membres en faveur d'une information sur l'euro à l'avenir. Bien que le public ne soit pas pressé d'adopter l'euro, les citoyens déclarent qu'ils aimeraient être préparés largement avant que ce passage à la monnaie unique n'ait lieu.

# **ANNEXES**

Q1. Personnellement, diriez vous que l'introduction de l'euro en (NOTRE PAYS) est un sujet qui vous intéresse? Etes- vous:

Q1. Personally, would you say that the introduction of the euro in (OUR COUNTRY) is a topic that you are interested in? Are you:

Q1.	Total	Très intéressé / Very interested	Plutôt intéressé / Rather interested	Plutôt pas intéressé / Rather not interested	Pas du tout intéressé / Not at all interested	[NSP/SR] / [DK/ NA]	Intéressé / Interested	Pas intéressé / Not interested
NEM/NMS	10102	11%	39%	29%	19%	2%	50%	48%
<b>NEM / NMS</b>								
CYPRUS	1000	30%	42%	13%	13%	2%	72%	26%
CZECH REP.	1058	11%	36%	33%	19%	1%	48%	52%
ESTONIA	1006	11%	43%	23%	16%	7%	53%	39%
HUNGARY	1000	19%	49%	20%	9%	2%	69%	29%
LATVIA	1001	4%	37%	37%	19%	4%	41%	56%
LITHUANIA	1029	13%	48%	18%	19%	1%	61%	37%
MALTA	1000	19%	42%	24%	12%	3%	61%	37%
POLAND	1000	8%	34%	33%	23%	2%	42%	56%
SLOVAKIA	1008	14%	46%	25%	13%	2%	60%	38%
SLOVENIA	1000	13%	49%	25%	12%	2%	62%	37%
<b>SEXE/ GENDER</b>								
Homme / male	4810	13%	39%	27%	18%	2%	52%	45%
Femme / Female	5292	9%	39%	31%	19%	2%	47%	50%
<b>Age</b>								
15 - 24	1952	11%	42%	33%	12%	1%	53%	45%
25 - 39	2561	13%	44%	26%	16%	2%	57%	41%
40 - 54	2657	11%	37%	31%	19%	2%	48%	50%
55 & +	2932	8%	35%	29%	26%	3%	43%	54%
<b>EDUCATION</b>								
15 & -	1573	7%	27%	30%	33%	4%	33%	63%
16 - 20	6530	10%	40%	31%	17%	2%	50%	48%
21 & +	1836	17%	45%	25%	11%	2%	63%	36%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>								
Indépendant / Self-employed	890	20%	38%	23%	16%	2%	58%	39%
Employé / Employee	2421	16%	46%	25%	12%	2%	61%	37%
Ouvrier / Manual worker	1262	7%	36%	34%	21%	2%	44%	55%
Sans profession / Without activity	5499	8%	37%	31%	22%	2%	45%	53%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>								
Grands centres / Metropolitan	1540	14%	42%	28%	15%	2%	56%	42%
Autres villes / Other towns	4826	11%	40%	28%	19%	2%	51%	47%
Zones rurales / Rural zones	3737	9%	36%	32%	20%	2%	46%	52%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>								
A gauche / Left	1814	13%	44%	27%	15%	1%	57%	42%
A droite / Right	2401	14%	48%	25%	13%	1%	61%	38%
(Au centre) / (Centre)	683	17%	40%	27%	14%	1%	57%	42%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	7%	34%	33%	23%	3%	40%	56%

Q2. Pensez-vous que l'introduction de l'euro aura des conséquences positives ou négatives pour (NOTRE PAYS)?

Q2. Do you think the introduction of the euro would have positive or negative consequences for (OUR COUNTRY)?

Q2.	Total	Conseq. très positives / Very positive conseq.	Conseq. plutôt positives / Rather positive conseq.	Conseq. plutôt négatives / Rather negative conseq.	Conseq. très négatives / Very negative conseq.	[NSP/SR] / [DK/NA]	Conseq. positives / Positive conseq.	Conseq. négatives / Negative conseq.
NEM/NMS	10102	6%	38%	30%	11%	15%	44%	41%
<b>NEM / NMS</b>								
CYPRUS	1000	8%	41%	29%	10%	12%	49%	39%
CZECH REP.	1058	8%	37%	30%	11%	14%	45%	42%
ESTONIA	1006	4%	40%	32%	8%	16%	44%	40%
HUNGARY	1000	9%	45%	27%	6%	13%	54%	32%
LATVIA	1001	3%	35%	32%	9%	21%	38%	41%
LITHUANIA	1029	5%	40%	29%	11%	14%	45%	41%
MALTA	1000	6%	30%	33%	11%	21%	35%	44%
POLAND	1000	5%	36%	31%	12%	16%	41%	44%
SLOVAKIA	1008	7%	42%	30%	8%	13%	49%	38%
SLOVENIA	1000	7%	49%	27%	5%	12%	56%	32%
<b>SEXE/ GENDER</b>								
Homme / male	4810	8%	40%	29%	10%	12%	48%	39%
Femme / Female	5292	4%	37%	31%	11%	17%	41%	42%
<b>Age</b>								
15 - 24	1952	7%	47%	29%	6%	11%	54%	35%
25 - 39	2561	6%	43%	30%	10%	11%	49%	39%
40 - 54	2657	6%	38%	31%	11%	15%	44%	42%
55 & +	2932	6%	29%	31%	14%	21%	35%	45%
<b>EDUCATION</b>								
15 & -	1573	3%	27%	29%	14%	26%	30%	44%
16 - 20	6530	6%	39%	31%	11%	13%	45%	42%
21 & +	1836	7%	48%	27%	6%	12%	55%	33%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>								
Indépendant / Self-employed	890	11%	45%	27%	9%	8%	56%	36%
Employé / Employee	2421	5%	43%	30%	9%	12%	49%	39%
Ouvrier / Manual worker	1262	4%	38%	33%	12%	12%	42%	46%
Sans profession / Without activity	5499	6%	35%	30%	11%	18%	41%	41%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>								
Grands centres / Metropolitan	1540	7%	41%	30%	9%	13%	48%	39%
Autres villes / Other towns	4826	6%	37%	31%	12%	14%	43%	43%
Zones rurales / Rural zones	3737	6%	39%	30%	9%	17%	44%	38%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>								
A gauche / Left	1814	8%	41%	31%	12%	8%	49%	43%
A droite / Right	2401	8%	45%	27%	10%	10%	53%	37%
(Au centre) / (Centre)	683	8%	39%	32%	9%	12%	47%	41%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	4%	34%	33%	10%	20%	37%	43%

Q3. Pour vous personnellement, pensez-vous que cela serait positif ou négatif si l'euro était introduit ?

Q3. For you personally, do you think that it would be positive or negative if the euro would be introduced?

Q3.	Total	Très positif / Very positive	Plutôt positif / Rather positive	Plutôt négatif / Rather negative	Très négatif / Very negative	[NSP/SR] / [DK/ NA]	Positif / Positive	Négatif / Negative
NEM/NMS	10102	6%	34%	31%	13%	16%	40%	45%
<b>NEM / NMS</b>								
CYPRUS	1000	10%	41%	26%	11%	11%	52%	38%
CZECH REP.	1058	9%	32%	31%	14%	13%	42%	45%
ESTONIA	1006	5%	39%	32%	10%	14%	44%	42%
HUNGARY	1000	9%	42%	25%	6%	18%	51%	31%
LATVIA	1001	3%	41%	31%	11%	15%	44%	41%
LITHUANIA	1029	8%	36%	28%	11%	17%	44%	40%
MALTA	1000	8%	34%	31%	10%	16%	42%	41%
POLAND	1000	5%	29%	34%	16%	16%	34%	50%
SLOVAKIA	1008	7%	40%	31%	11%	12%	47%	41%
SLOVENIA	1000	6%	45%	26%	5%	17%	51%	31%
<b>SEXE/ GENDER</b>								
Homme / male	4810	8%	38%	28%	12%	14%	46%	41%
Femme / Female	5292	5%	29%	34%	14%	17%	34%	48%
<b>Age</b>								
15 - 24	1952	10%	44%	29%	5%	12%	54%	35%
25 - 39	2561	6%	42%	31%	11%	11%	48%	42%
40 - 54	2657	7%	30%	31%	15%	17%	37%	46%
55 & +	2932	4%	22%	34%	19%	21%	26%	53%
<b>EDUCATION</b>								
15 & -	1573	3%	21%	33%	18%	24%	25%	51%
16 - 20	6530	7%	34%	32%	13%	14%	40%	45%
21 & +	1836	8%	43%	28%	8%	12%	52%	36%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>								
Indépendant / Self-employed	890	11%	38%	28%	9%	14%	49%	37%
Employé / Employee	2421	7%	40%	29%	12%	12%	47%	41%
Ouvrier / Manual worker	1262	4%	34%	34%	14%	14%	38%	48%
Sans profession / Without activity	5499	6%	30%	33%	14%	18%	36%	47%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>								
Grands centres / Metropolitan	1540	7%	35%	32%	10%	16%	42%	42%
Autres villes / Other towns	4826	6%	33%	30%	16%	15%	39%	46%
Zones rurales / Rural zones	3737	6%	34%	33%	12%	15%	40%	44%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>								
A gauche / Left	1814	7%	37%	31%	14%	12%	44%	44%
A droite / Right	2401	10%	40%	27%	13%	10%	50%	40%
(Au centre) / (Centre)	683	6%	38%	35%	10%	10%	44%	45%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	4%	29%	34%	13%	20%	33%	47%

Q4. De manière générale, les personnes que vous connaissez personnellement sont elles plus en faveur ou contre l'idée d'introduire l'euro en (NOTRE PAYS) ?

Q4. Generally speaking, are most people you personally know more in favour or against the idea of introducing the euro in (OUR COUNTRY)?

Q4.	Total	Très en faveur de son intro. / Very much in favour of its intro.	Plutôt en faveur de son intro. / Rather in favour of its intro.	Plutôt contre son intro. / Rather against its intro.	Tout à fait contre son intro. / Very much against its intro.	[NSP/SR] / [DK/ NA]	En faveur de son intro. / In favour of its intro.	Contre son intro. / Against its intro.
NEM/NMS	10102	6%	33%	30%	10%	20%	39%	41%
<b>NEM / NMS</b>								
CYPRUS	1000	7%	32%	26%	10%	26%	38%	36%
CZECH REP.	1058	8%	32%	38%	11%	12%	40%	48%
ESTONIA	1006	4%	34%	30%	12%	21%	38%	41%
HUNGARY	1000	9%	46%	19%	3%	22%	55%	22%
LATVIA	1001	2%	29%	35%	8%	25%	31%	44%
LITHUANIA	1029	5%	34%	30%	10%	21%	38%	40%
MALTA	1000	9%	24%	33%	13%	21%	33%	46%
POLAND	1000	6%	28%	31%	13%	22%	34%	45%
SLOVAKIA	1008	5%	40%	32%	5%	17%	45%	38%
SLOVENIA	1000	5%	52%	19%	3%	21%	57%	22%
<b>SEXE/ GENDER</b>								
Homme / male	4810	8%	35%	29%	9%	20%	43%	37%
Femme / Female	5292	5%	31%	32%	12%	21%	36%	43%
<b>Age</b>								
15 - 24	1952	10%	41%	29%	5%	15%	51%	34%
25 - 39	2561	6%	37%	30%	10%	16%	44%	40%
40 - 54	2657	5%	31%	32%	10%	22%	37%	42%
55 & +	2932	5%	25%	30%	15%	26%	29%	44%
<b>EDUCATION</b>								
15 & -	1573	4%	25%	28%	15%	29%	29%	43%
16 - 20	6530	7%	33%	31%	10%	19%	40%	42%
21 & +	1836	8%	38%	28%	7%	19%	46%	35%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>								
Indépendant / Self-employed	890	7%	33%	27%	8%	25%	40%	34%
Employé / Employee	2421	7%	36%	32%	8%	18%	43%	40%
Ouvrier / Manual worker	1262	4%	31%	35%	13%	17%	35%	48%
Sans profession / Without activity	5499	7%	31%	29%	11%	21%	38%	40%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>								
Grands centres / Metropolitan	1540	6%	35%	32%	7%	21%	40%	39%
Autres villes / Other towns	4826	6%	32%	31%	12%	19%	38%	43%
Zones rurales / Rural zones	3737	7%	33%	29%	9%	22%	40%	38%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>								
A gauche / Left	1814	6%	40%	32%	9%	13%	46%	41%
A droite / Right	2401	8%	38%	29%	10%	14%	46%	40%
(Au centre) / (Centre)	683	6%	40%	29%	8%	18%	45%	37%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	5%	29%	30%	12%	24%	34%	42%

Q5. Etes-vous personnellement content(e) ou non que l'euro puisse remplacer le  
(MONNAIE NATIONALE)?

Q5. Are you personally happy or not that the euro could replace the  
(NATIONAL CURRENCY)?

Q5.	Total	Très content(e) / Very happy	Plutôt content(e) / Rather happy	Plutôt mécontent(e) / Rather unhappy	Très mécontent(e) / Very unhappy	[NSP/SR] / [DK/ NA]	Content(e) / Happy	Mécontent(e) / Unhappy
NEM/NMS	10102	8%	35%	32%	16%	10%	42%	47%
<b>NEM / NMS</b>								
CYPRUS	1000	11%	38%	26%	14%	11%	49%	40%
CZECH REP.	1058	9%	30%	35%	19%	7%	39%	55%
ESTONIA	1006	4%	25%	30%	28%	13%	29%	57%
HUNGARY	1000	13%	43%	23%	10%	11%	56%	33%
LATVIA	1001	2%	21%	37%	21%	18%	23%	59%
LITHUANIA	1029	5%	29%	32%	26%	8%	34%	58%
MALTA	1000	10%	31%	27%	22%	10%	41%	49%
POLAND	1000	6%	34%	33%	16%	11%	40%	49%
SLOVAKIA	1008	9%	41%	33%	10%	8%	50%	42%
SLOVENIA	1000	12%	54%	21%	6%	7%	66%	27%
<b>SEXE/ GENDER</b>								
Homme / male	4810	10%	39%	28%	15%	9%	49%	42%
Femme / Female	5292	5%	31%	35%	17%	12%	36%	52%
<b>Age</b>								
15 - 24	1952	11%	44%	31%	9%	5%	55%	40%
25 - 39	2561	9%	41%	27%	13%	10%	50%	41%
40 - 54	2657	7%	34%	35%	15%	10%	41%	49%
55 & +	2932	5%	24%	33%	23%	15%	29%	56%
<b>EDUCATION</b>								
15 & -	1573	4%	24%	35%	20%	17%	28%	55%
16 - 20	6530	8%	36%	31%	16%	9%	43%	48%
21 & +	1836	11%	41%	28%	10%	9%	52%	39%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>								
Indépendant / Self-employed	890	12%	38%	31%	11%	8%	50%	42%
Employé / Employee	2421	8%	40%	29%	14%	9%	49%	42%
Ouvrier / Manual worker	1262	5%	37%	34%	17%	8%	42%	50%
Sans profession / Without activity	5499	7%	31%	33%	17%	12%	38%	50%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>								
Grands centres / Metropolitan	1540	11%	32%	30%	17%	10%	43%	47%
Autres villes / Other towns	4826	7%	36%	31%	16%	10%	43%	47%
Zones rurales / Rural zones	3737	7%	34%	33%	15%	11%	42%	48%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>								
A gauche / Left	1814	10%	37%	31%	18%	5%	47%	48%
A droite / Right	2401	11%	38%	28%	15%	8%	49%	43%
(Au centre) / (Centre)	683	8%	37%	34%	15%	6%	45%	48%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	5%	31%	35%	15%	14%	37%	50%

Q6. Quand souhaiteriez-vous que l'euro devienne votre monnaie ?

Q6. When would you like the euro to become your currency?

Q6.	Total	Le plus vite possible / As soon as possible	Après un certain temps / After a certain time	Le plus tard possible / As late as possible	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	19%	36%	40%	5%
<b>NEM / NMS</b>					
CYPRUS	1000	21%	37%	34%	8%
CZECH REP.	1058	16%	36%	42%	7%
ESTONIA	1006	15%	31%	47%	7%
HUNGARY	1000	32%	42%	21%	5%
LATVIA	1001	13%	31%	46%	9%
LITHUANIA	1029	15%	40%	38%	7%
MALTA	1000	15%	33%	46%	6%
POLAND	1000	17%	34%	45%	4%
SLOVAKIA	1008	18%	41%	33%	8%
SLOVENIA	1000	38%	30%	25%	7%
<b>SEXE/ GENDER</b>					
Homme / male	4810	25%	34%	36%	5%
Femme / Female	5292	14%	37%	43%	6%
<b>Age</b>					
15 - 24	1952	21%	46%	31%	2%
25 - 39	2561	21%	43%	33%	3%
40 - 54	2657	21%	32%	42%	5%
55 & +	2932	15%	26%	50%	10%
<b>EDUCATION</b>					
15 & -	1573	12%	26%	50%	11%
16 - 20	6530	20%	37%	39%	4%
21 & +	1836	24%	41%	32%	3%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>					
Indépendant / Self-employed	890	26%	34%	37%	3%
Employé / Employee	2421	21%	42%	34%	3%
Ouvrier / Manual worker	1262	19%	35%	42%	4%
Sans profession / Without activity	5499	17%	34%	43%	6%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>					
Grands centres / Metropolitan	1540	22%	36%	37%	5%
Autres villes / Other towns	4826	19%	36%	40%	5%
Zones rurales / Rural zones	3737	18%	35%	41%	6%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>					
A gauche / Left	1814	22%	36%	38%	3%
A droite / Right	2401	23%	41%	34%	3%
(Au centre) / (Centre)	683	21%	38%	36%	5%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	16%	34%	43%	6%



Q7. Pensez-vous que l'introduction de l'euro...

a) Vous permettra de facilement comparer les prix entre les pays de la zone euro ?

Q7. Do you think that the introduction of the euro...

a) Will allow you to easily compare prices between euro-area countries?

Q7. a)	Total	oui / yes	non / no	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	73%	18%	9%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	82%	12%	6%
CZECH REP.	1058	68%	22%	10%
ESTONIA	1006	70%	16%	14%
HUNGARY	1000	83%	11%	6%
LATVIA	1001	66%	17%	17%
LITHUANIA	1029	65%	17%	19%
MALTA	1000	72%	14%	14%
POLAND	1000	74%	20%	6%
SLOVAKIA	1008	70%	15%	15%
SLOVENIA	1000	80%	12%	8%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	77%	17%	7%
Femme / Female	5292	70%	19%	10%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	81%	14%	4%
25 - 39	2561	78%	16%	6%
40 - 54	2657	77%	16%	7%
55 & +	2932	60%	24%	16%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	52%	28%	20%
16 - 20	6530	76%	18%	7%
21 & +	1836	85%	11%	4%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	80%	16%	4%
Employé / Employee	2421	83%	13%	5%
Ouvrier / Manual worker	1262	73%	18%	8%
Sans profession / Without activity	5499	68%	21%	11%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	79%	14%	7%
Autres villes / Other towns	4826	75%	18%	7%
Zones rurales / Rural zones	3737	69%	20%	11%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	75%	18%	8%
A droite / Right	2401	80%	14%	6%
(Au centre) / (Centre)	683	74%	17%	8%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	72%	19%	9%

Q7. Pensez-vous que l'introduction de l'euro...  
b) Rendra plus facile l'achat dans les pays de la zone euro ?

Q7. Do you think that the introduction of the euro...  
b) Will make purchasing in the euro-area countries easier?

Q7. b)	Total	oui / yes	non / no	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	82%	12%	6%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	87%	7%	6%
CZECH REP.	1058	78%	17%	5%
ESTONIA	1006	77%	12%	12%
HUNGARY	1000	86%	7%	6%
LATVIA	1001	76%	11%	13%
LITHUANIA	1029	71%	14%	15%
MALTA	1000	75%	13%	12%
POLAND	1000	84%	11%	4%
SLOVAKIA	1008	78%	12%	10%
SLOVENIA	1000	82%	13%	5%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	85%	10%	5%
Femme / Female	5292	80%	13%	7%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	91%	6%	3%
25 - 39	2561	87%	10%	3%
40 - 54	2657	85%	10%	5%
55 & +	2932	70%	18%	12%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	66%	22%	13%
16 - 20	6530	85%	10%	5%
21 & +	1836	89%	8%	3%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	88%	9%	3%
Employé / Employee	2421	88%	9%	3%
Ouvrier / Manual worker	1262	83%	12%	5%
Sans profession / Without activity	5499	79%	13%	8%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	84%	9%	7%
Autres villes / Other towns	4826	83%	12%	5%
Zones rurales / Rural zones	3737	80%	12%	8%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	83%	12%	5%
A droite / Right	2401	85%	12%	4%
(Au centre) / (Centre)	683	82%	11%	7%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	83%	10%	7%

Q7. Pensez-vous que l'introduction de l'euro...

c) Supprimera les frais liés au change d'une devise à l'autre à l'intérieur des pays de la zone euro?

Q7. Do you think that the introduction of the euro...

c) Will eliminate charges for changing from one currency to another inside euro-area countries?

Q7. c)	Total	oui / yes	non / no	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	77%	11%	11%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	76%	10%	14%
CZECH REP.	1058	85%	9%	6%
ESTONIA	1006	77%	7%	16%
HUNGARY	1000	73%	12%	15%
LATVIA	1001	71%	9%	20%
LITHUANIA	1029	61%	17%	22%
MALTA	1000	64%	17%	19%
POLAND	1000	79%	12%	10%
SLOVAKIA	1008	77%	10%	13%
SLOVENIA	1000	79%	11%	10%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	82%	10%	8%
Femme / Female	5292	73%	13%	14%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	81%	10%	9%
25 - 39	2561	84%	9%	7%
40 - 54	2657	80%	11%	9%
55 & +	2932	66%	15%	19%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	58%	19%	23%
16 - 20	6530	80%	10%	10%
21 & +	1836	85%	9%	6%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	89%	8%	4%
Employé / Employee	2421	84%	9%	7%
Ouvrier / Manual worker	1262	79%	10%	11%
Sans profession / Without activity	5499	72%	13%	14%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	81%	9%	10%
Autres villes / Other towns	4826	78%	12%	10%
Zones rurales / Rural zones	3737	76%	11%	13%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	81%	11%	8%
A droite / Right	2401	84%	9%	7%
(Au centre) / (Centre)	683	78%	12%	10%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	76%	11%	13%

Q7. Pensez-vous que l'introduction de l'euro...

d) Sera plus commode pour ceux qui voyagent dans d'autres pays de la zone euro ?

Q7. Do you think that the introduction of the euro...

d) Will be more convenient for those who travel in other countries of the euro-area?

Q7. d)	Total	oui / yes	non / no	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	92%	5%	4%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	94%	3%	3%
CZECH REP.	1058	91%	5%	4%
ESTONIA	1006	93%	2%	6%
HUNGARY	1000	94%	2%	4%
LATVIA	1001	88%	4%	8%
LITHUANIA	1029	88%	4%	8%
MALTA	1000	93%	3%	4%
POLAND	1000	92%	6%	2%
SLOVAKIA	1008	88%	4%	8%
SLOVENIA	1000	95%	3%	3%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	94%	4%	2%
Femme / Female	5292	90%	5%	5%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	94%	5%	2%
25 - 39	2561	95%	3%	2%
40 - 54	2657	94%	4%	2%
55 & +	2932	85%	7%	8%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	81%	9%	10%
16 - 20	6530	94%	4%	3%
21 & +	1836	95%	3%	2%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	96%	3%	1%
Employé / Employee	2421	95%	3%	2%
Ouvrier / Manual worker	1262	94%	3%	3%
Sans profession / Without activity	5499	89%	6%	5%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	95%	3%	3%
Autres villes / Other towns	4826	91%	5%	4%
Zones rurales / Rural zones	3737	91%	5%	4%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	93%	4%	3%
A droite / Right	2401	94%	4%	2%
(Au centre) / (Centre)	683	91%	5%	3%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	92%	4%	4%

Q8. Pouvez-vous me dire, pour chacune des propositions suivantes, si vous êtes d'accord ou pas d'accord.

- a) Le remplacement de la (MONNAIE NATIONALE) par l'euro vous causera personnellement beaucoup d'inconvénients

Q8. Could you tell me for each of the following statements if you agree or disagree.

- a) The replacement of the (NATIONAL CURRENCY) by the euro will cause you personally a lot of inconvenience

Q8. a)	Total	d'accord / agree	pas d'accord / disagree	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	36%	54%	10%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	40%	56%	3%
CZECH REP.	1058	34%	50%	16%
ESTONIA	1006	37%	51%	12%
HUNGARY	1000	24%	61%	15%
LATVIA	1001	41%	45%	13%
LITHUANIA	1029	40%	49%	11%
MALTA	1000	49%	43%	8%
POLAND	1000	40%	55%	5%
SLOVAKIA	1008	31%	44%	25%
SLOVENIA	1000	18%	78%	4%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	30%	61%	9%
Femme / Female	5292	41%	48%	11%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	28%	62%	9%
25 - 39	2561	26%	64%	10%
40 - 54	2657	34%	58%	8%
55 & +	2932	50%	37%	13%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	53%	34%	13%
16 - 20	6530	34%	56%	10%
21 & +	1836	25%	67%	8%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	27%	63%	10%
Employé / Employee	2421	27%	64%	9%
Ouvrier / Manual worker	1262	31%	58%	11%
Sans profession / Without activity	5499	42%	48%	10%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	37%	53%	9%
Autres villes / Other towns	4826	35%	55%	10%
Zones rurales / Rural zones	3737	36%	53%	10%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	32%	59%	9%
A droite / Right	2401	31%	59%	10%
(Au centre) / (Centre)	683	31%	58%	11%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	39%	50%	11%

Q8. Pouvez-vous me dire, pour chacune des propositions suivantes, si vous êtes d'accord ou pas d'accord.

b) Vous craignez les abus et tricheries sur les prix pendant le passage à la nouvelle monnaie

Q8. Could you tell me for each of the following statements if you agree or disagree.

b) You are afraid of abuses and cheating on prices during the changeover

Q8. b)	Total	d'accord / agree	pas d'accord / disagree	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	71%	23%	6%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	72%	24%	5%
CZECH REP.	1058	63%	27%	10%
ESTONIA	1006	70%	21%	9%
HUNGARY	1000	49%	46%	5%
LATVIA	1001	68%	24%	8%
LITHUANIA	1029	67%	26%	7%
MALTA	1000	72%	23%	5%
POLAND	1000	83%	14%	3%
SLOVAKIA	1008	64%	24%	12%
SLOVENIA	1000	34%	64%	1%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	69%	26%	4%
Femme / Female	5292	73%	21%	7%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	65%	28%	7%
25 - 39	2561	67%	28%	4%
40 - 54	2657	73%	24%	4%
55 & +	2932	77%	16%	7%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	73%	15%	12%
16 - 20	6530	72%	24%	5%
21 & +	1836	67%	31%	3%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	72%	24%	4%
Employé / Employee	2421	65%	31%	4%
Ouvrier / Manual worker	1262	74%	21%	5%
Sans profession / Without activity	5499	73%	20%	7%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	68%	29%	3%
Autres villes / Other towns	4826	71%	24%	6%
Zones rurales / Rural zones	3737	73%	21%	6%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	70%	27%	4%
A droite / Right	2401	66%	30%	4%
(Au centre) / (Centre)	683	64%	29%	7%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	73%	22%	5%

Q8. Pouvez-vous me dire, pour chacune des propositions suivantes, si vous êtes d'accord ou pas d'accord.

c) Vous pensez que l'adoption de l'euro signifiera que (NOTRE PAYS) perdra le contrôle sur sa politique économique

Q8. Could you tell me for each of the following statements if you agree or disagree.

c) You think that adopting the euro will mean that (OUR COUNTRY) will lose control over its economic policy

Q8. c)	Total	d'accord / agree	pas d'accord / disagree	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	34%	49%	18%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	41%	46%	13%
CZECH REP.	1058	30%	50%	20%
ESTONIA	1006	43%	38%	19%
HUNGARY	1000	23%	67%	10%
LATVIA	1001	45%	27%	28%
LITHUANIA	1029	36%	41%	23%
MALTA	1000	31%	45%	25%
POLAND	1000	36%	48%	16%
SLOVAKIA	1008	32%	39%	29%
SLOVENIA	1000	28%	56%	17%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	33%	54%	13%
Femme / Female	5292	34%	44%	22%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	26%	60%	15%
25 - 39	2561	30%	53%	16%
40 - 54	2657	35%	51%	14%
55 & +	2932	40%	36%	24%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	39%	31%	30%
16 - 20	6530	34%	50%	17%
21 & +	1836	27%	63%	10%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	31%	55%	15%
Employé / Employee	2421	30%	57%	13%
Ouvrier / Manual worker	1262	33%	50%	16%
Sans profession / Without activity	5499	36%	44%	21%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	31%	53%	15%
Autres villes / Other towns	4826	33%	51%	16%
Zones rurales / Rural zones	3737	35%	44%	20%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	33%	56%	11%
A droite / Right	2401	29%	58%	13%
(Au centre) / (Centre)	683	34%	49%	17%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	34%	44%	21%

Q8. Pouvez-vous me dire, pour chacune des propositions suivantes, si vous êtes d'accord ou pas d'accord.

d) Vous pensez que l'adoption de l'euro signifiera que (NOTRE PAYS) perdra une part importante de son identité

Q8. Could you tell me for each of the following statements if you agree or disagree.

d) You think that adopting the euro will mean that (OUR COUNTRY) will lose a great deal of its identity

Q8. d)	Total	d'accord / agree	pas d'accord / disagree	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	39%	49%	11%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	38%	55%	6%
CZECH REP.	1058	45%	43%	13%
ESTONIA	1006	49%	35%	17%
HUNGARY	1000	24%	67%	9%
LATVIA	1001	58%	25%	17%
LITHUANIA	1029	40%	38%	23%
MALTA	1000	36%	53%	11%
POLAND	1000	41%	50%	9%
SLOVAKIA	1008	34%	43%	23%
SLOVENIA	1000	34%	57%	9%
<b>SEXE / GENDER</b>				
Homme / male	4810	38%	53%	9%
Femme / Female	5292	40%	46%	14%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	36%	54%	10%
25 - 39	2561	36%	55%	9%
40 - 54	2657	39%	52%	9%
55 & +	2932	44%	39%	17%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	41%	36%	22%
16 - 20	6530	41%	49%	10%
21 & +	1836	31%	63%	5%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	40%	50%	9%
Employé / Employee	2421	34%	59%	7%
Ouvrier / Manual worker	1262	42%	47%	11%
Sans profession / Without activity	5499	41%	46%	14%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	41%	50%	9%
Autres villes / Other towns	4826	37%	53%	10%
Zones rurales / Rural zones	3737	42%	45%	14%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	39%	54%	7%
A droite / Right	2401	36%	55%	9%
(Au centre) / (Centre)	683	36%	53%	11%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	41%	46%	13%



Q8. Pouvez-vous me dire, pour chacune des propositions suivantes, si vous êtes d'accord ou pas d'accord.

e) L'utilisation de l'euro au lieu de la (MONNAIE NATIONALE) nous permettra probablement de nous sentir plus européen qu'aujourd'hui

Q8. Could you tell me for each of the following statements if you agree or disagree.

e) The usage of the euro instead of the (NATIONAL CURRENCY) will probably make us feel more European than now

Q8. e)	Total	d'accord / agree	pas d'accord / disagree	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	47%	45%	8%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	55%	41%	4%
CZECH REP.	1058	53%	37%	9%
ESTONIA	1006	38%	49%	12%
HUNGARY	1000	32%	64%	4%
LATVIA	1001	40%	41%	19%
LITHUANIA	1029	43%	42%	14%
MALTA	1000	59%	31%	9%
POLAND	1000	49%	45%	6%
SLOVAKIA	1008	41%	40%	18%
SLOVENIA	1000	70%	26%	4%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	47%	46%	7%
Femme / Female	5292	46%	44%	9%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	53%	41%	6%
25 - 39	2561	47%	46%	7%
40 - 54	2657	45%	48%	7%
55 & +	2932	43%	45%	12%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	43%	43%	14%
16 - 20	6530	48%	45%	7%
21 & +	1836	46%	50%	4%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	48%	45%	7%
Employé / Employee	2421	45%	49%	6%
Ouvrier / Manual worker	1262	48%	45%	7%
Sans profession / Without activity	5499	47%	44%	10%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	44%	48%	8%
Autres villes / Other towns	4826	46%	48%	6%
Zones rurales / Rural zones	3737	48%	41%	11%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	46%	48%	6%
A droite / Right	2401	50%	43%	6%
(Au centre) / (Centre)	683	47%	44%	8%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	41%	51%	8%

Q9. Pensez-vous que l'introduction de l'euro aiderait à maintenir la stabilité des prix, ou, au contraire, augmenterait l'inflation en (NOTRE PAYS)?

Q9. Do you think the introduction of the euro would help to maintain price stability or, on the contrary, increase inflation in (OUR COUNTRY)?

Q9.	Total	Aiderait à maintenir la stabilité des prix / Help maintain price stability	Augmenterait l'inflation / Increase inflation	[Aucun impact] / [No impact]	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	25%	48%	8%	18%
<b>NEM / NMS</b>					
CYPRUS	1000	20%	59%	7%	14%
CZECH REP.	1058	18%	47%	10%	25%
ESTONIA	1006	17%	54%	7%	21%
HUNGARY	1000	45%	27%	11%	17%
LATVIA	1001	14%	55%	5%	25%
LITHUANIA	1029	20%	54%	11%	15%
MALTA	1000	22%	62%	4%	12%
POLAND	1000	23%	54%	7%	16%
SLOVAKIA	1008	21%	45%	14%	20%
SLOVENIA	1000	37%	44%	5%	14%
<b>SEXE/ GENDER</b>					
Homme / male	4810	30%	46%	9%	15%
Femme / Female	5292	20%	51%	8%	21%
<b>Age</b>					
15 - 24	1952	23%	52%	9%	16%
25 - 39	2561	30%	43%	9%	18%
40 - 54	2657	27%	50%	8%	16%
55 & +	2932	20%	50%	8%	22%
<b>EDUCATION</b>					
15 & -	1573	14%	52%	7%	27%
16 - 20	6530	25%	50%	8%	16%
21 & +	1836	34%	40%	10%	16%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>					
Indépendant / Self-employed	890	32%	45%	6%	17%
Employé / Employee	2421	30%	45%	9%	16%
Ouvrier / Manual worker	1262	27%	48%	7%	18%
Sans profession / Without activity	5499	21%	51%	9%	19%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>					
Grands centres / Metropolitan	1540	27%	48%	8%	17%
Autres villes / Other towns	4826	25%	49%	8%	17%
Zones rurales / Rural zones	3737	24%	48%	9%	19%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>					
A gauche / Left	1814	33%	46%	9%	12%
A droite / Right	2401	30%	45%	10%	15%
(Au centre) / (Centre)	683	25%	46%	8%	20%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	21%	51%	8%	20%

Q10. Pensez-vous que l'euro est une devise internationale comme le dollar ou le Yen?

Q10. Do you think that the euro is an international currency like the dollar or the Yen?

Q10.	Total	Oui / Yes	Non / No	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	73%	20%	7%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	80%	14%	6%
CZECH REP.	1058	71%	21%	9%
ESTONIA	1006	70%	17%	13%
HUNGARY	1000	70%	21%	9%
LATVIA	1001	68%	17%	15%
LITHUANIA	1029	77%	16%	7%
MALTA	1000	73%	15%	12%
POLAND	1000	73%	22%	6%
SLOVAKIA	1008	74%	15%	12%
SLOVENIA	1000	83%	10%	6%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	74%	20%	5%
Femme / Female	5292	71%	20%	9%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	80%	16%	5%
25 - 39	2561	75%	19%	5%
40 - 54	2657	73%	21%	6%
55 & +	2932	64%	23%	13%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	66%	19%	15%
16 - 20	6530	73%	20%	7%
21 & +	1836	77%	21%	3%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	76%	19%	5%
Employé / Employee	2421	78%	19%	3%
Ouvrier / Manual worker	1262	71%	22%	7%
Sans profession / Without activity	5499	70%	20%	10%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	77%	19%	4%
Autres villes / Other towns	4826	73%	21%	6%
Zones rurales / Rural zones	3737	70%	19%	11%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	74%	19%	7%
A droite / Right	2401	74%	20%	6%
(Au centre) / (Centre)	683	72%	22%	6%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	69%	23%	7%

Q11. (NOTRE PAYS) peut-il choisir d'introduire non l'euro ?

Q11. Can (OUR COUNTRY) choose whether or not to introduce the euro?

Q11.	Total	Oui / Yes	Non / No	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	57%	33%	10%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	56%	31%	13%
CZECH REP.	1058	39%	48%	13%
ESTONIA	1006	49%	38%	12%
HUNGARY	1000	60%	32%	9%
LATVIA	1001	42%	45%	13%
LITHUANIA	1029	57%	33%	9%
MALTA	1000	53%	32%	14%
POLAND	1000	63%	28%	8%
SLOVAKIA	1008	43%	41%	16%
SLOVENIA	1000	58%	31%	10%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	59%	34%	7%
Femme / Female	5292	54%	33%	13%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	62%	29%	9%
25 - 39	2561	57%	35%	8%
40 - 54	2657	57%	35%	8%
55 & +	2932	52%	34%	14%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	50%	30%	20%
16 - 20	6530	57%	33%	9%
21 & +	1836	60%	36%	4%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	55%	37%	9%
Employé / Employee	2421	58%	37%	5%
Ouvrier / Manual worker	1262	55%	34%	10%
Sans profession / Without activity	5499	56%	31%	12%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	57%	34%	8%
Autres villes / Other towns	4826	57%	34%	9%
Zones rurales / Rural zones	3737	56%	32%	12%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	59%	34%	7%
A droite / Right	2401	57%	36%	7%
(Au centre) / (Centre)	683	57%	32%	11%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	52%	36%	11%

Q12. Selon vous, combien de pays de l'UE ont déjà introduit l'euro ?

Q12. According to you, how many EU countries have already introduced the euro?

Q12.	Total	6	12	15	25	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	15%	39%	16%	2%	28%
<b>NEM / NMS</b>						
CYPRUS	1000	11%	41%	21%	3%	24%
CZECH REP.	1058	14%	41%	21%	4%	22%
ESTONIA	1006	11%	35%	21%	4%	30%
HUNGARY	1000	17%	42%	22%	2%	16%
LATVIA	1001	12%	27%	18%	3%	40%
LITHUANIA	1029	16%	22%	17%	3%	42%
MALTA	1000	8%	31%	16%	3%	41%
POLAND	1000	15%	40%	13%	1%	31%
SLOVAKIA	1008	17%	40%	19%	2%	22%
SLOVENIA	1000	13%	39%	20%	3%	26%
<b>SEXE/ GENDER</b>						
Homme / male	4810	14%	42%	19%	2%	23%
Femme / Female	5292	16%	36%	14%	2%	33%
<b>Age</b>						
15 - 24	1952	14%	41%	21%	3%	20%
25 - 39	2561	15%	42%	18%	2%	22%
40 - 54	2657	16%	44%	15%	1%	24%
55 & +	2932	15%	30%	13%	2%	41%
<b>EDUCATION</b>						
15 & -	1573	15%	21%	10%	1%	52%
16 - 20	6530	15%	39%	19%	2%	25%
21 & +	1836	14%	55%	15%	2%	14%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>						
Indépendant / Self-employed	890	14%	48%	12%	1%	26%
Employé / Employee	2421	15%	47%	17%	2%	19%
Ouvrier / Manual worker	1262	15%	34%	22%	1%	27%
Sans profession / Without activity	5499	15%	35%	16%	2%	32%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>						
Grands centres / Metropolitan	1540	14%	44%	19%	2%	21%
Autres villes / Other towns	4826	15%	41%	16%	2%	25%
Zones rurales / Rural zones	3737	15%	34%	15%	1%	35%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>						
A gauche / Left	1814	13%	48%	19%	2%	17%
A droite / Right	2401	18%	41%	18%	2%	21%
(Au centre) / (Centre)	683	15%	44%	19%	2%	20%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	14%	40%	14%	2%	29%

Q13a. Avez-vous déjà vu des billets en euro ?

Q13a. Have you already seen euro banknotes ?

Q13a.	Total	Oui / Yes	Non / No	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	73%	26%	0%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	85%	15%	0%
CZECH REP.	1058	69%	30%	1%
ESTONIA	1006	78%	21%	1%
HUNGARY	1000	79%	21%	0%
LATVIA	1001	67%	33%	0%
LITHUANIA	1029	72%	28%	0%
MALTA	1000	70%	30%	0%
POLAND	1000	72%	27%	0%
SLOVAKIA	1008	70%	30%	1%
SLOVENIA	1000	95%	5%	0%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	77%	23%	0%
Femme / Female	5292	70%	30%	0%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	83%	16%	1%
25 - 39	2561	80%	20%	0%
40 - 54	2657	80%	19%	0%
55 & +	2932	54%	46%	0%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	53%	46%	0%
16 - 20	6530	75%	24%	0%
21 & +	1836	84%	15%	0%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	77%	23%	1%
Employé / Employee	2421	87%	13%	0%
Ouvrier / Manual worker	1262	75%	24%	1%
Sans profession / Without activity	5499	66%	34%	0%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	78%	21%	1%
Autres villes / Other towns	4826	76%	24%	0%
Zones rurales / Rural zones	3737	68%	32%	0%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	74%	26%	1%
A droite / Right	2401	77%	23%	0%
(Au centre) / (Centre)	683	77%	23%	0%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	71%	29%	0%

Q14a. Avez-vous déjà utilisé des billets en euro ?

Q14a. Have you already used euro banknotes ?

Q14a.	Total	Oui / Yes	Non / No	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	7396	49%	51%	0%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	846	76%	24%	0%
CZECH REP.	732	59%	41%	0%
ESTONIA	789	53%	47%	0%
HUNGARY	787	53%	47%	0%
LATVIA	666	47%	53%	0%
LITHUANIA	739	40%	59%	1%
MALTA	695	65%	35%	0%
POLAND	723	43%	57%	0%
SLOVAKIA	702	53%	47%	0%
SLOVENIA	952	81%	19%	0%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	3697	49%	51%	0%
Femme / Female	3699	50%	50%	0%
<b>Age</b>				
15 - 24	1629	52%	48%	0%
25 - 39	2050	53%	46%	0%
40 - 54	2131	53%	46%	0%
55 & +	1586	35%	65%	0%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	841	31%	69%	0%
16 - 20	4921	48%	52%	0%
21 & +	1549	63%	37%	0%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	684	62%	38%	0%
Employé / Employee	2104	58%	42%	0%
Ouvrier / Manual worker	951	42%	58%	0%
Sans profession / Without activity	3630	43%	56%	0%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1200	55%	45%	0%
Autres villes / Other towns	3663	52%	48%	0%
Zones rurales / Rural zones	2532	42%	58%	0%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1334	52%	48%	0%
A droite / Right	1837	56%	44%	0%
(Au centre) / (Centre)	524	49%	50%	0%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	1924	43%	57%	0%

Q14bis. Vous avez dit avoir déjà utilisé des billets en euro. Etait-ce?

Q14bis. You said you already used euro banknotes. Was it?

Q14bis.	Total	En (NOTRE PAYS) / In (OUR COUNTRY)	A l'étranger / Abroad	En (NOTRE PAYS) et à l'étranger / In (OUR COUNTRY) and abroad	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	3643	18%	62%	19%	0%
<b>NEM / NMS</b>					
CYPRUS	647	2%	94%	3%	0%
CZECH REP.	429	4%	86%	10%	0%
ESTONIA	414	18%	71%	11%	0%
HUNGARY	418	11%	74%	15%	0%
LATVIA	310	34%	48%	18%	0%
LITHUANIA	299	31%	47%	20%	1%
MALTA	455	4%	88%	8%	0%
POLAND	312	28%	48%	24%	0%
SLOVAKIA	370	6%	75%	18%	0%
SLOVENIA	767	8%	67%	25%	0%
<b>SEXE/ GENDER</b>					
Homme / male	1805	16%	63%	20%	1%
Femme / Female	1838	20%	62%	18%	0%
<b>Age</b>					
15 - 24	852	12%	71%	16%	0%
25 - 39	1096	16%	63%	21%	0%
40 - 54	1138	22%	55%	22%	1%
55 & +	557	24%	63%	13%	0%
<b>EDUCATION</b>					
15 & -	264	19%	63%	18%	0%
16 - 20	2376	19%	61%	20%	0%
21 & +	973	16%	67%	17%	0%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>					
Indépendant / Self-employed	425	23%	59%	18%	0%
Employé / Employee	1227	15%	66%	19%	0%
Ouvrier / Manual worker	399	22%	54%	21%	2%
Sans profession / Without activity	1576	19%	62%	19%	0%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>					
Grands centres / Metropolitan	656	13%	72%	15%	0%
Autres villes / Other towns	1916	17%	64%	19%	0%
Zones rurales / Rural zones	1071	24%	54%	22%	1%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>					
A gauche / Left	693	15%	62%	22%	0%
A droite / Right	1038	13%	69%	18%	0%
(Au centre) / (Centre)	259	16%	70%	14%	0%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	833	21%	63%	16%	0%



Q13b. Avez-vous déjà vu des pièces en euro ?

Q13b. Have you already seen euro coins ?

Q13b.	Total	Oui / Yes	Non / No	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	66%	33%	0%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	82%	18%	0%
CZECH REP.	1058	61%	38%	1%
ESTONIA	1006	64%	35%	1%
HUNGARY	1000	71%	29%	0%
LATVIA	1001	55%	45%	0%
LITHUANIA	1029	52%	48%	0%
MALTA	1000	68%	32%	0%
POLAND	1000	67%	32%	0%
SLOVAKIA	1008	62%	37%	1%
SLOVENIA	1000	87%	13%	0%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	70%	30%	0%
Femme / Female	5292	63%	37%	1%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	80%	20%	1%
25 - 39	2561	73%	27%	0%
40 - 54	2657	73%	27%	0%
55 & +	2932	45%	54%	1%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	46%	53%	1%
16 - 20	6530	68%	32%	0%
21 & +	1836	78%	22%	0%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	69%	31%	0%
Employé / Employee	2421	79%	20%	0%
Ouvrier / Manual worker	1262	65%	34%	1%
Sans profession / Without activity	5499	60%	40%	1%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	71%	29%	1%
Autres villes / Other towns	4826	70%	29%	0%
Zones rurales / Rural zones	3737	59%	40%	0%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	65%	34%	0%
A droite / Right	2401	71%	28%	0%
(Au centre) / (Centre)	683	67%	33%	0%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	64%	36%	0%

Q14b. Avez-vous déjà utilisé des pièces en euro ?

Q14b. Have you already used euro coins ?

Q14b.	Total	Oui / Yes	Non / No	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	6679	50%	50%	0%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	820	77%	23%	0%
CZECH REP.	650	63%	36%	1%
ESTONIA	639	58%	42%	0%
HUNGARY	711	55%	45%	0%
LATVIA	554	46%	54%	0%
LITHUANIA	533	39%	60%	1%
MALTA	676	66%	34%	0%
POLAND	674	43%	57%	0%
SLOVAKIA	623	56%	44%	0%
SLOVENIA	869	79%	21%	0%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	3359	50%	50%	0%
Femme / Female	3319	50%	50%	0%
<b>Age</b>				
15 - 24	1554	54%	46%	0%
25 - 39	1862	55%	45%	0%
40 - 54	1935	52%	48%	0%
55 & +	1329	35%	65%	0%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	728	33%	67%	0%
16 - 20	4440	49%	51%	0%
21 & +	1430	63%	37%	0%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	610	65%	35%	0%
Employé / Employee	1923	59%	41%	0%
Ouvrier / Manual worker	825	42%	58%	0%
Sans profession / Without activity	3295	44%	56%	0%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1088	57%	43%	0%
Autres villes / Other towns	3379	52%	48%	0%
Zones rurales / Rural zones	2212	44%	55%	0%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1186	55%	45%	0%
A droite / Right	1716	57%	43%	0%
(Au centre) / (Centre)	456	52%	48%	0%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	1753	44%	56%	0%

Q14ter. Vous avez dit avoir déjà utilisé des pièces en euro. Etais-ce?

Q14ter. You said you already used euro coins. Was it?

Q14ter.	Total	En (NOTRE PAYS) / In (OUR COUNTRY)	A l'étranger / Abroad	En (NOTRE PAYS) et à l'étranger / In (OUR COUNTRY) and abroad	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	3341	15%	67%	18%	1%
<b>NEM / NMS</b>					
CYPRUS	633	2%	95%	3%	0%
CZECH REP.	411	3%	86%	9%	1%
ESTONIA	369	16%	74%	10%	0%
HUNGARY	392	7%	78%	15%	0%
LATVIA	257	27%	56%	17%	0%
LITHUANIA	209	20%	57%	22%	1%
MALTA	447	4%	89%	7%	0%
POLAND	286	24%	52%	23%	0%
SLOVAKIA	347	4%	81%	13%	2%
SLOVENIA	687	5%	73%	22%	0%
<b>SEXE/ GENDER</b>					
Homme / male	1681	13%	67%	19%	1%
Femme / Female	1661	16%	67%	16%	0%
<b>Age</b>					
15 - 24	834	13%	72%	14%	0%
25 - 39	1031	12%	68%	19%	1%
40 - 54	1012	18%	59%	22%	1%
55 & +	464	16%	72%	12%	0%
<b>EDUCATION</b>					
15 & -	239	14%	67%	19%	0%
16 - 20	2179	16%	65%	19%	1%
21 & +	894	12%	72%	15%	0%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>					
Indépendant / Self-employed	396	19%	62%	18%	1%
Employé / Employee	1131	11%	71%	18%	0%
Ouvrier / Manual worker	347	17%	62%	19%	2%
Sans profession / Without activity	1452	16%	66%	18%	0%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>					
Grands centres / Metropolitan	618	13%	73%	12%	2%
Autres villes / Other towns	1741	13%	69%	18%	0%
Zones rurales / Rural zones	982	19%	59%	21%	1%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>					
A gauche / Left	653	12%	65%	22%	0%
A droite / Right	985	12%	72%	16%	1%
(Au centre) / (Centre)	238	12%	77%	10%	1%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	763	17%	67%	16%	0%

Q15. Selon vous, les billets en euro sont-ils les mêmes dans tous les pays de la zone euro?

Q15. According to you, are the euro banknotes the same in all countries of the euro area?

Q15.	Total	Oui / Yes	Non / No	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	59%	24%	17%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	51%	28%	22%
CZECH REP.	1058	64%	18%	19%
ESTONIA	1006	59%	18%	23%
HUNGARY	1000	51%	33%	15%
LATVIA	1001	40%	39%	21%
LITHUANIA	1029	75%	10%	15%
MALTA	1000	54%	24%	22%
POLAND	1000	58%	24%	17%
SLOVAKIA	1008	68%	16%	16%
SLOVENIA	1000	64%	21%	16%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	59%	27%	13%
Femme / Female	5292	59%	21%	21%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	60%	29%	11%
25 - 39	2561	61%	25%	14%
40 - 54	2657	65%	24%	11%
55 & +	2932	52%	19%	29%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	51%	15%	34%
16 - 20	6530	61%	25%	14%
21 & +	1836	61%	28%	11%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	62%	27%	12%
Employé / Employee	2421	62%	27%	11%
Ouvrier / Manual worker	1262	63%	22%	16%
Sans profession / Without activity	5499	57%	22%	21%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	62%	26%	12%
Autres villes / Other towns	4826	58%	27%	16%
Zones rurales / Rural zones	3737	60%	19%	21%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	63%	23%	14%
A droite / Right	2401	62%	25%	14%
(Au centre) / (Centre)	683	57%	25%	17%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	56%	26%	18%

Q16. Selon vous, les pièces en euro sont-elles les mêmes dans tous les pays de la zone euro?

Q16. According to you, are the euro coins the same in all countries of the euro area?

Q16.	Total	Oui / Yes	Non / No	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	52%	30%	19%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	37%	38%	25%
CZECH REP.	1058	59%	23%	18%
ESTONIA	1006	36%	38%	26%
HUNGARY	1000	41%	39%	20%
LATVIA	1001	28%	47%	25%
LITHUANIA	1029	69%	14%	17%
MALTA	1000	47%	29%	24%
POLAND	1000	53%	29%	18%
SLOVAKIA	1008	59%	25%	17%
SLOVENIA	1000	44%	36%	19%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	49%	36%	15%
Femme / Female	5292	54%	24%	22%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	52%	36%	12%
25 - 39	2561	52%	34%	13%
40 - 54	2657	57%	28%	14%
55 & +	2932	46%	23%	32%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	46%	18%	36%
16 - 20	6530	55%	29%	16%
21 & +	1836	47%	42%	11%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	54%	32%	14%
Employé / Employee	2421	50%	39%	11%
Ouvrier / Manual worker	1262	57%	27%	16%
Sans profession / Without activity	5499	51%	26%	23%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	49%	37%	14%
Autres villes / Other towns	4826	50%	33%	17%
Zones rurales / Rural zones	3737	55%	22%	23%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	55%	30%	15%
A droite / Right	2401	51%	35%	15%
(Au centre) / (Centre)	683	50%	33%	17%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	51%	28%	21%

Q17. Dans quelle mesure vous sentez-vous informé(e) sur l'euro? Vous sentez-vous:

Q17. To what extent do you feel informed about the euro? Do you feel:

Q17.	Total	Très bien informé(e) / Very well informed	Assez bien informé(e) / Rather well informed	Pas très bien informé(e) / Not very well informed	Pas bien informé(e) du tout / Not at all well informed	[NSP/SR] / [DK/NA]	bien informé(e) / Well informed	Pas bien informé(e) / Not well informed
NEM/NMS	10102	3%	31%	48%	16%	2%	34%	64%
<b>NEM / NMS</b>								
CYPRUS	1000	10%	33%	41%	15%	1%	43%	56%
CZECH REP.	1058	3%	30%	45%	18%	3%	33%	63%
ESTONIA	1006	2%	28%	53%	15%	2%	30%	68%
HUNGARY	1000	3%	31%	55%	10%	1%	33%	65%
LATVIA	1001	2%	25%	49%	23%	2%	27%	71%
LITHUANIA	1029	4%	27%	50%	18%	1%	31%	68%
MALTA	1000	5%	27%	44%	24%	0%	32%	68%
POLAND	1000	3%	32%	47%	17%	2%	35%	63%
SLOVAKIA	1008	3%	25%	49%	21%	2%	28%	70%
SLOVENIA	1000	4%	53%	36%	6%	2%	57%	42%
<b>SEXE/ GENDER</b>								
Homme / male	4810	4%	37%	45%	12%	2%	41%	57%
Femme / Female	5292	3%	26%	50%	20%	2%	29%	70%
<b>Age</b>								
15 - 24	1952	3%	39%	47%	8%	2%	42%	56%
25 - 39	2561	4%	36%	49%	10%	1%	40%	59%
40 - 54	2657	3%	33%	49%	13%	2%	36%	62%
55 & +	2932	2%	20%	46%	29%	3%	22%	75%
<b>EDUCATION</b>								
15 & -	1573	2%	14%	46%	35%	3%	15%	81%
16 - 20	6530	3%	31%	50%	14%	2%	34%	64%
21 & +	1836	4%	47%	41%	6%	1%	51%	47%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>								
Indépendant / Self-employed	890	5%	36%	47%	10%	2%	41%	57%
Employé / Employee	2421	5%	40%	46%	9%	1%	45%	54%
Ouvrier / Manual worker	1262	1%	30%	52%	14%	2%	32%	66%
Sans profession / Without activity	5499	3%	27%	48%	21%	2%	29%	69%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>								
Grands centres / Metropolitan	1540	5%	37%	46%	12%	1%	41%	58%
Autres villes / Other towns	4826	3%	34%	46%	15%	1%	38%	61%
Zones rurales / Rural zones	3737	2%	25%	51%	19%	3%	27%	70%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>								
A gauche / Left	1814	4%	36%	47%	13%	1%	39%	60%
A droite / Right	2401	4%	36%	48%	11%	1%	41%	58%
(Au centre) / (Centre)	683	5%	33%	49%	12%	1%	38%	61%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	2%	30%	46%	20%	2%	32%	66%

Q18. Quand souhaitez-vous être informé sur l'euro?

Q18. When would you like to be informed about the euro?

Q18.	Total	Le plus rapidement possible / As soon as possible	Au moins plusieurs années avant l'intro. de l'euro / At least a few years before the intro. of the euro	Au moins plusieurs mois avant l'intro. de l'euro / At least a few months before the intro. of the euro	Au moins plusieurs semaines avant l'intro. de l'euro / At least a few weeks before the intro. of the euro	Au moins plusieurs jours avant l'intro. de l'euro / At least a few days before the intro. of the euro	[NSP/SR] / [DK/NA]
NEM/NMS	10102	30%	24%	32%	6%	3%	5%
<b>NEM / NMS</b>							
CYPRUS	1000	45%	17%	22%	6%	6%	4%
CZECH REP.	1058	25%	21%	36%	10%	3%	5%
ESTONIA	1006	35%	28%	23%	3%	1%	10%
HUNGARY	1000	32%	27%	31%	3%	2%	4%
LATVIA	1001	31%	30%	24%	4%	3%	9%
LITHUANIA	1029	36%	29%	23%	3%	2%	7%
MALTA	1000	52%	17%	18%	6%	1%	5%
POLAND	1000	28%	24%	34%	5%	3%	5%
SLOVAKIA	1008	43%	18%	23%	7%	3%	6%
SLOVENIA	1000	35%	11%	35%	6%	5%	8%
<b>SEXE/ GENDER</b>							
Homme / male	4810	33%	23%	32%	5%	3%	5%
Femme / Female	5292	29%	25%	32%	6%	3%	5%
<b>Age</b>							
15 - 24	1952	34%	21%	34%	6%	2%	3%
25 - 39	2561	30%	24%	33%	7%	3%	3%
40 - 54	2657	31%	26%	32%	5%	2%	4%
55 & +	2932	28%	24%	30%	5%	4%	10%
<b>EDUCATION</b>							
15 & -	1573	27%	22%	30%	7%	5%	9%
16 - 20	6530	30%	24%	33%	6%	2%	5%
21 & +	1836	33%	25%	33%	5%	2%	3%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>							
Indépendant / Self-employed	890	32%	20%	39%	3%	2%	4%
Employé / Employee	2421	30%	26%	32%	6%	2%	3%
Ouvrier / Manual worker	1262	33%	25%	32%	5%	2%	3%
Sans profession / Without activity	5499	30%	23%	31%	6%	3%	7%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>							
Grands centres / Metropolitan	1540	32%	25%	33%	4%	2%	4%
Autres villes / Other towns	4826	32%	25%	30%	7%	3%	4%
Zones rurales / Rural zones	3737	28%	22%	35%	5%	3%	7%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>							
A gauche / Left	1814	30%	27%	30%	6%	2%	4%
A droite / Right	2401	34%	20%	34%	6%	3%	4%
(Au centre) / (Centre)	683	38%	25%	24%	6%	3%	3%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	29%	25%	33%	5%	2%	6%

Q19. A qui feriez-vous le plus confiance pour vous informer sur le passage à l'euro ? Premièrement?

Q19. Whom would you trust the most to inform you on the changeover to the euro? Firstly?

Q19. "1"	Total	a) Le gouv., les autorités nat. ou rég. / Gov., nat. or reg. authorities	b) L'admin. publique/ Public admin.	c) La banque centrale nationale/ National Central Bank	d) Les institutions europ./ Europ. Institutions	e) Les banques commerc./ Commerc. banks	f) Les journa- listes/ Journa- lists	g) Les syndicats, les org. profess., etc/ Trade unions, profess. org., etc	h) Les assoc. de cons./ Cons. assoc.	i) [Autres]/ [Others]	j) [NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	14%	5%	43%	9%	6%	11%	3%	3%	1%	5%
<b>NEM / NMS</b>											
CYPRUS	1000	29%	5%	27%	8%	12%	6%	2%	6%	1%	3%
CZECH REP.	1058	20%	7%	36%	13%	10%	4%	4%	2%	1%	4%
ESTONIA	1006	20%	1%	37%	9%	2%	13%	2%	4%	1%	10%
HUNGARY	1000	17%	3%	45%	9%	9%	2%	2%	4%	2%	6%
LATVIA	1001	24%	11%	33%	10%	3%	9%	3%	1%	0%	6%
LITHUANIA	1029	27%	3%	30%	15%	3%	11%	1%	3%	1%	6%
MALTA	1000	18%	2%	35%	6%	15%	4%	4%	10%	2%	5%
POLAND	1000	8%	4%	48%	8%	5%	16%	3%	3%	0%	6%
SLOVAKIA	1008	21%	7%	39%	11%	7%	4%	3%	2%	0%	5%
SLOVENIA	1000	3%	2%	50%	11%	8%	5%	3%	13%	1%	2%



Q19. A qui feriez-vous le plus confiance pour vous informer sur le passage à l'euro ? Premièrement?

Q19. Whom would you trust the most to inform you on the changeover to the euro? Firstly?

Q19. "1"	Total	a) Le gov., les autorités nat. ou rég. / Gov., nat. or reg. authorities	b) L'admin. publique/ Public admin.	c) La banque centrale nationale/ National Central Bank	d) Les institutions europ./ Europ. Institutions	e) Les banques commerc./ Commerc. banks	f) Les journa- listes/ Journa- lists	g) Les syndicats, les org. profess., etc/ Trade unions, profess. org., etc	h) Les assoc. de cons./ Cons. assoc.	i) [Autres]/ [Others]	j) [NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	14%	5%	43%	9%	6%	11%	3%	3%	1%	5%
<b>SEXE/ GENDER</b>											
Homme / male	4810	13%	5%	43%	10%	6%	12%	3%	3%	0%	5%
Femme / Female	5292	14%	5%	44%	9%	6%	10%	3%	3%	1%	5%
<b>Age</b>											
15 - 24	1952	10%	4%	44%	13%	7%	13%	3%	2%	0%	4%
25 - 39	2561	13%	6%	44%	10%	6%	11%	2%	5%	0%	3%
40 - 54	2657	14%	4%	43%	9%	8%	10%	3%	3%	1%	5%
55 & +	2932	16%	5%	43%	6%	5%	9%	3%	3%	1%	10%
<b>EDUCATION</b>											
15 & -	1573	19%	2%	40%	5%	4%	8%	5%	2%	1%	13%
16 - 20	6530	13%	5%	43%	10%	7%	11%	3%	4%	1%	4%
21 & +	1836	12%	5%	48%	12%	5%	12%	1%	3%	0%	2%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>											
Indépendant / Self-employed	890	17%	2%	43%	8%	5%	13%	2%	4%	1%	5%
Employé / Employee	2421	13%	6%	45%	10%	8%	9%	2%	4%	1%	2%
Ouvrier / Manual worker	1262	15%	3%	40%	13%	5%	12%	3%	2%	0%	6%
Sans profession / Without activity	5499	13%	5%	44%	8%	6%	11%	3%	3%	1%	7%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>											
Grands centres / Metropolitan	1540	12%	5%	42%	13%	6%	12%	2%	3%	1%	3%
Autres villes / Other towns	4826	13%	5%	44%	10%	6%	10%	2%	3%	1%	5%
Zones rurales / Rural zones	3737	15%	4%	43%	7%	7%	11%	4%	4%	0%	6%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>											
A gauche / Left	1814	14%	6%	44%	9%	6%	9%	3%	4%	1%	3%
A droite / Right	2401	14%	6%	45%	11%	5%	9%	3%	3%	0%	3%
(Au centre) / (Centre)	683	16%	6%	41%	11%	6%	6%	2%	6%	1%	4%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	13%	5%	42%	8%	8%	12%	2%	3%	1%	6%

Q19. A qui feriez-vous le plus confiance pour vous informer sur le passage à l'euro ? Deuxièmement?

Q19. Whom would you trust the most to inform you on the changeover to the euro? Secondly?

Q19. "2"	Total	a) Le gouv., les autorités nat. ou rég./ Gov., nat. or reg. authorities	b) L'admin. publique/ Public admin.	c) La banque centrale nationale/ National Central Bank	d) Les institutions europ./ Europ. Institutions	e) Les banques commerc./ Commerc. banks	f) Les journa- listes/ Journa- lists	g) Les syndicats, les org. profess., etc/ Trade unions, profess. org., etc	h) Les assoc. de cons./ Cons. assoc.	i) [Autres]/ [Others]	j) [NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	9554	17%	8%	21%	13%	12%	11%	4%	8%	1%	6%
<b>NEM / NMS</b>											
CYPRUS	967	17%	6%	25%	9%	18%	7%	4%	7%	1%	8%
CZECH REP.	1021	13%	11%	22%	14%	21%	5%	5%	6%	0%	3%
ESTONIA	901	23%	4%	23%	13%	7%	9%	4%	5%	0%	11%
HUNGARY	942	20%	6%	19%	11%	17%	5%	4%	10%	2%	5%
LATVIA	941	17%	17%	21%	10%	7%	11%	4%	2%	0%	10%
LITHUANIA	964	17%	6%	22%	15%	7%	16%	4%	5%	0%	8%
MALTA	949	13%	3%	19%	8%	28%	3%	5%	14%	1%	4%
POLAND	941	17%	7%	22%	13%	9%	15%	2%	8%	0%	5%
SLOVAKIA	960	13%	11%	19%	18%	13%	9%	6%	4%	1%	5%
SLOVENIA	981	9%	3%	18%	13%	12%	5%	5%	11%	0%	24%

Q19. A qui feriez-vous le plus confiance pour vous informer sur le passage à l'euro ? Deuxièmement?

Q19. Whom would you trust the most to inform you on the changeover to the euro? Secondly?

Q19. "2"	Total	a) Le gouv., les autorités nat. ou rég./ Gov., nat. or reg. authorities	b) L'admin. publique/ Public admin.	c) La banque centrale/ nationale/ National Central Bank	d) Les institutions europ./ Europ. Institutions	e) Les banques commerc./ Commerc. banks	f) Les journa- listes/ Journa- lists	g) Les syndicats, les org. profess., etc/ Trade unions, profess. org., etc	h) Les assoc. de cons./ Cons. assoc.	i) [Autres]/ [Others]	j) [NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	9554	17%	8%	21%	13%	12%	11%	4%	8%	1%	6%
<b>SEXE/ GENDER</b>											
Homme / male	4552	18%	8%	21%	12%	12%	12%	3%	8%	1%	6%
Femme / Female	5002	15%	8%	21%	15%	12%	11%	4%	7%	0%	6%
<b>Age</b>											
15 - 24	1883	17%	9%	22%	18%	13%	10%	3%	5%	0%	4%
25 - 39	2491	15%	8%	19%	15%	14%	12%	3%	9%	0%	4%
40 - 54	2534	16%	7%	22%	13%	12%	12%	4%	8%	1%	6%
55 & +	2647	18%	8%	22%	9%	10%	12%	4%	7%	1%	9%
<b>EDUCATION</b>											
15 & -	1369	12%	10%	23%	6%	12%	16%	4%	4%	1%	12%
16 - 20	6245	17%	8%	20%	13%	13%	11%	3%	8%	0%	5%
21 & +	1803	17%	6%	22%	18%	11%	11%	4%	7%	1%	4%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>											
Indépendant / Self-employed	845	14%	5%	21%	12%	14%	18%	3%	11%	0%	3%
Employé / Employee	2364	16%	7%	23%	18%	13%	8%	4%	7%	0%	4%
Ouvrier / Manual worker	1191	18%	9%	19%	12%	11%	10%	5%	7%	0%	7%
Sans profession / Without activity	5130	17%	8%	21%	12%	12%	12%	3%	7%	1%	7%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>											
Grands centres / Metropolitan	1488	17%	6%	23%	16%	10%	11%	5%	8%	1%	5%
Autres villes / Other towns	4568	16%	8%	20%	14%	13%	10%	3%	9%	1%	6%
Zones rurales / Rural zones	3498	17%	8%	22%	12%	12%	14%	3%	6%	1%	6%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>											
A gauche / Left	1761	20%	8%	20%	10%	15%	10%	3%	8%	1%	5%
A droite / Right	2331	18%	9%	19%	13%	13%	12%	4%	8%	1%	4%
(Au centre) / (Centre)	653	15%	5%	22%	16%	16%	10%	2%	8%	0%	5%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2567	14%	9%	22%	15%	11%	11%	3%	7%	1%	8%

Q19. A qui feriez-vous le plus confiance pour vous informer sur le passage à l'euro ? Premièrement ? Deuxièmement ?

Q19. Whom would you trust the most to inform you on the changeover to the euro? Firstly? Secondly?

Q19. "1&2"	Total	a) Le gov., les autorités nat. ou rég./ Gov., nat. or reg. authorities	b) L'admin. publique/ Public admin.	c) La banque centrale nationale/ National Central Bank	d) Les institutions europ./ Europ. Institutions	e) Les banques commerc./ Commerc. banks	f) Les journa- listes/ Journa-lists	g) Les syndicats, les org. profess., etc/ Trade unions, profess. org., etc	h) Les assoc. de cons./ Cons. assoc.	i) [Autres]/ [Others]	j) [NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	29%	12%	63%	22%	18%	22%	6%	10%	1%	5%
<b>NEM / NMS</b>											
CYPRUS	1000	45%	10%	51%	16%	30%	13%	6%	13%	2%	3%
CZECH REP.	1058	33%	18%	57%	26%	30%	9%	9%	8%	1%	4%
ESTONIA	1006	41%	5%	58%	20%	8%	21%	5%	8%	2%	10%
HUNGARY	1000	36%	9%	63%	19%	24%	7%	6%	14%	3%	6%
LATVIA	1001	40%	27%	53%	19%	9%	19%	7%	3%	0%	6%
LITHUANIA	1029	43%	8%	51%	30%	10%	26%	5%	7%	1%	6%
MALTA	1000	30%	5%	53%	14%	42%	7%	9%	23%	2%	5%
POLAND	1000	24%	11%	68%	20%	13%	31%	5%	11%	0%	6%
SLOVAKIA	1008	33%	17%	57%	28%	20%	13%	9%	6%	2%	5%
SLOVENIA	1000	12%	5%	68%	23%	20%	11%	8%	24%	2%	2%

Q19. A qui feriez-vous le plus confiance pour vous informer sur le passage à l'euro ? Premièrement ? Deuxièmement ?

Q19. Whom would you trust the most to inform you on the changeover to the euro? Firstly? Secondly?

Q19. "1&2"	Total	a) Le gov., les autorités nat. ou rég./ Gov., nat. or reg. authorities	b) L'admin. publique/ Public admin.	c) La banque centrale nationale/ National Central Bank	d) Les institutions europ./ Europ. Institutions	e) Les banques commerc./ Commerc. banks	f) Les journa- listes/ Journa-lists	g) Les syndicats, les org. profess., etc/ Trade unions, profess. org., etc	h) Les assoc. de cons./ Cons. assoc.	i) [Autres]/ [Others]	j) [NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	29%	12%	63%	22%	18%	22%	6%	10%	1%	5%
<b>SEXE/ GENDER</b>											
Homme / male	4810	31%	12%	63%	21%	18%	23%	6%	10%	1%	5%
Femme / Female	5292	28%	12%	64%	23%	18%	20%	7%	10%	1%	5%
<b>Age</b>											
15 - 24	1952	26%	13%	65%	31%	19%	22%	6%	7%	0%	4%
25 - 39	2561	28%	13%	63%	25%	20%	23%	5%	14%	1%	3%
40 - 54	2657	29%	11%	65%	22%	19%	22%	7%	10%	1%	5%
55 & +	2932	33%	12%	62%	13%	14%	20%	7%	10%	2%	10%
<b>EDUCATION</b>											
15 & -	1573	29%	12%	60%	10%	14%	22%	9%	6%	2%	13%
16 - 20	6530	30%	12%	63%	23%	19%	21%	6%	12%	1%	4%
21 & +	1836	28%	10%	70%	30%	16%	23%	5%	10%	1%	2%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>											
Indépendant / Self-employed	890	30%	7%	62%	19%	18%	31%	4%	15%	1%	5%
Employé / Employee	2421	28%	13%	68%	27%	20%	17%	6%	11%	1%	2%
Ouvrier / Manual worker	1262	32%	12%	59%	25%	15%	22%	8%	9%	1%	6%
Sans profession / Without activity	5499	29%	13%	63%	19%	17%	22%	6%	10%	1%	7%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>											
Grands centres / Metropolitan	1540	28%	11%	64%	28%	16%	22%	7%	11%	1%	3%
Autres villes / Other towns	4826	28%	13%	64%	23%	18%	20%	5%	11%	1%	5%
Zones rurales / Rural zones	3737	31%	12%	63%	17%	18%	23%	7%	9%	1%	6%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>											
A gauche / Left	1814	34%	13%	63%	19%	21%	19%	6%	11%	1%	3%
A droite / Right	2401	32%	14%	64%	24%	18%	21%	7%	11%	1%	3%
(Au centre) / (Centre)	683	31%	11%	62%	26%	22%	15%	4%	14%	1%	4%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	26%	13%	63%	22%	18%	23%	5%	9%	1%	6%

Q20. Où pensez-vous que l'information sur l'euro et son passage devrait être disponible?

Q20.Where do you think useful information on the euro and the changeover should be available?

Q20.	Total	a) Dans les banques / a) In banks	b) Dans les supermarchés et les commerces / b) In supermarkets and shops	c) Dans les espaces publics / In public places	d) Dans les écoles et autres endroits d'éduc. et de form. / d) In schools and other places of educ. and train.	e) Sur le lieu de travail / e) In the workplace	f) A la radio / f) On the radio	g) A la télévision / g) On television	h) Dans les journaux et les magazines / h) In newspapers, magazines	i) Dans votre boîte aux lettres / i) In your letter box	j) Sur Internet / j) On the Internet	k) [Autre part] / k) [Elsewhere]	l) [NSP/SR] / l) [DK/NA]
NEM/NMS	10102	50%	20%	31%	30%	18%	45%	75%	56%	33%	36%	1%	2%
<b>NEM / NMS</b>													
CYPRUS	1000	42%	15%	19%	28%	15%	34%	61%	44%	33%	29%	1%	1%
CZECH REP.	1058	77%	27%	47%	27%	16%	42%	79%	62%	34%	45%	1%	2%
ESTONIA	1006	37%	16%	21%	22%	16%	54%	70%	61%	37%	50%	0%	4%
HUNGARY	1000	43%	24%	19%	35%	29%	61%	81%	68%	43%	43%	3%	2%
LATVIA	1001	42%	25%	31%	23%	20%	37%	71%	58%	36%	31%	2%	0%
LITHUANIA	1029	35%	18%	15%	12%	14%	47%	80%	62%	30%	25%	0%	1%
MALTA	1000	52%	25%	32%	34%	25%	65%	86%	55%	42%	36%	1%	1%
POLAND	1000	42%	14%	29%	32%	14%	40%	71%	47%	27%	29%	1%	2%
SLOVAKIA	1008	69%	25%	45%	19%	21%	48%	75%	63%	36%	39%	4%	1%
SLOVENIA	1000	86%	51%	61%	54%	41%	71%	83%	80%	57%	69%	0%	0%

Q20. Où pensez-vous que l'information sur l'euro et son passage devrait être disponible?

Q20. Where do you think useful information on the euro and the changeover should be available?

Q20.	Total	a) Dans les banques / a) In banks	b) Dans les supermarchés et les commerces / b) In supermarkets and shops	c) Dans les espaces publics / In public places	d) Dans les écoles et autres endroits d'éduc. et de form. / d) In schools and other places of educ. and train.	e) Sur le lieu de travail / e) In the workplace	f) A la radio / f) On the radio	g) A la télévision / g) On television	h) Dans les journaux et les magazines / h) In newspapers, magazines	i) Dans votre boîte aux lettres / i) In your letter box	j) Sur Internet / j) On the Internet	k) [Autre part] / k) [Elsewhere]	l) [NSP/SR] / l) [DK/NA]
NEM/NMS	10102	50%	20%	31%	30%	18%	45%	75%	56%	33%	36%	1%	2%
<b>SEXE/ GENDER</b>													
Homme / male	4810	49%	18%	33%	27%	15%	44%	74%	56%	30%	37%	1%	2%
Femme / Female	5292	50%	21%	30%	31%	20%	46%	75%	56%	35%	34%	2%	2%
<b>Age</b>													
15 - 24	1952	51%	21%	37%	50%	19%	40%	67%	53%	30%	51%	2%	2%
25 - 39	2561	54%	21%	35%	31%	21%	46%	74%	58%	34%	46%	1%	1%
40 - 54	2657	53%	21%	31%	26%	19%	46%	77%	62%	34%	36%	2%	1%
55 & +	2932	43%	17%	25%	18%	12%	46%	78%	49%	32%	15%	1%	3%
<b>EDUCATION</b>													
15 & -	1573	41%	17%	24%	22%	13%	41%	76%	42%	27%	15%	1%	4%
16 - 20	6530	52%	20%	34%	30%	18%	44%	74%	58%	34%	37%	1%	2%
21 & +	1836	48%	20%	28%	33%	20%	50%	75%	60%	33%	51%	2%	0%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>													
Indépendant / Self-employed	890	53%	16%	32%	29%	11%	50%	78%	59%	29%	42%	2%	3%
Employé / Employee	2421	56%	26%	33%	33%	26%	50%	76%	65%	35%	53%	2%	1%
Ouvrier / Manual worker	1262	56%	20%	38%	24%	22%	44%	77%	58%	38%	33%	1%	2%
Sans profession / Without activity	5499	45%	18%	29%	29%	14%	42%	73%	51%	31%	27%	1%	2%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>													
Grands centres / Metropolitan	1540	46%	24%	27%	28%	20%	47%	72%	60%	33%	42%	1%	1%
Autres villes / Other towns	4826	52%	18%	31%	30%	18%	44%	76%	55%	33%	39%	1%	2%
Zones rurales / Rural zones	3737	49%	20%	34%	30%	17%	45%	74%	55%	32%	29%	1%	2%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>													
A gauche / Left	1814	54%	23%	33%	28%	17%	49%	76%	62%	35%	40%	2%	1%
A droite / Right	2401	54%	20%	33%	30%	19%	46%	76%	58%	34%	41%	2%	1%
(Au centre) / (Centre)	683	60%	22%	33%	30%	22%	53%	78%	59%	33%	44%	1%	1%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	45%	20%	32%	30%	18%	46%	77%	54%	35%	30%	2%	1%

Q21. Selon vous, quel est le sujet le plus important concernant l'euro que les campagnes d'information doivent couvrir en priorité? Premièrement?

Q21. In your view, what is the most important issue about the euro that information campaigns have to cover in priority? Firstly?

Q21. "1"	Total	Le scénario du passage d'une monnaie à l'autre/ Changeover scenario	La valeur d'un euro en (MONNAIE NATIONALE)/ The value of one euro in (COUNTRY CURRENCY)	Ce à quoi ressemblent les pièces et les billets en euro/ What notes and coins in euros look like	Comment éviter d'être trompé dans les conversions des devises en euro/ How to avoid being cheated in euro currency conversions	Les conséquences pratiques de l'euro en ce qui concerne votre salaire, votre compte en banque/ The practical implications of the euro regarding your salary, your bank account	Les conséquences sociales, économiques ou politiques de l'euro/ The social, economic or political implications of the euro	[NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	14%	18%	7%	17%	21%	19%	5%
<b>NEM / NMS</b>								
CYPRUS	1000	10%	26%	4%	18%	12%	20%	9%
CZECH REP.	1058	28%	21%	6%	9%	19%	15%	2%
ESTONIA	1006	13%	7%	2%	14%	28%	25%	11%
HUNGARY	1000	23%	19%	8%	12%	14%	16%	8%
LATVIA	1001	18%	28%	5%	16%	16%	12%	5%
LITHUANIA	1029	21%	24%	4%	19%	13%	12%	7%
MALTA	1000	27%	22%	3%	22%	16%	6%	3%
POLAND	1000	5%	14%	7%	23%	24%	22%	4%
SLOVAKIA	1008	27%	23%	5%	5%	16%	20%	4%
SLOVENIA	1000	17%	20%	4%	18%	22%	15%	4%



Q21. Selon vous, quel est le sujet le plus important concernant l'euro que les campagnes d'information doivent couvrir en priorité? Premièrement?

Q21. In your view, what is the most important issue about the euro that information campaigns have to cover in priority? Firstly?

Q21. "1"	Total	Le scénario du passage d'une monnaie à l'autre/ Changeover scenario	La valeur d'un euro en (MONNAIE NATIONALE)/ The value of one euro in (COUNTRY CURRENCY)	Ce à quoi ressemblent les pièces et les billets en euro/ What notes and coins in euros look like	Comment éviter d'être trompé dans les conversions des devises en euro/ How to avoid being cheated in euro currency conversions	Les conséquences pratiques de l'euro en ce qui concerne votre salaire, votre compte en banque/ The practical implications of the euro regarding your salary, your bank account	Les conséquences sociales, économiques ou politiques de l'euro/ The social, economic or political implications of the euro	[NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	14%	18%	7%	17%	21%	19%	5%
<b>SEXE/ GENDER</b>								
Homme / male	4810	15%	18%	6%	16%	22%	20%	4%
Femme / Female	5292	13%	18%	7%	19%	19%	19%	5%
<b>Age</b>								
15 - 24	1952	14%	18%	4%	17%	19%	25%	3%
25 - 39	2561	15%	16%	6%	16%	25%	20%	2%
40 - 54	2657	16%	17%	7%	13%	23%	20%	4%
55 & +	2932	11%	20%	8%	22%	15%	15%	10%
<b>EDUCATION</b>								
15 & -	1573	10%	22%	9%	21%	16%	9%	13%
16 - 20	6530	14%	18%	6%	18%	21%	19%	3%
21 & +	1836	17%	14%	5%	12%	23%	28%	2%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>								
Indépendant / Self-employed	890	18%	14%	8%	13%	22%	22%	4%
Employé / Employee	2421	19%	16%	5%	14%	22%	21%	2%
Ouvrier / Manual worker	1262	14%	20%	6%	16%	26%	15%	3%
Sans profession / Without activity	5499	11%	18%	7%	19%	18%	19%	7%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>								
Grands centres / Metropolitan	1540	16%	18%	7%	17%	20%	19%	3%
Autres villes / Other towns	4826	14%	18%	6%	15%	22%	20%	3%
Zones rurales / Rural zones	3737	13%	17%	7%	20%	19%	17%	7%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>								
A gauche / Left	1814	16%	19%	6%	14%	20%	22%	3%
A droite / Right	2401	18%	19%	6%	14%	17%	21%	3%
(Au centre) / (Centre)	683	21%	17%	3%	14%	21%	18%	5%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	13%	18%	7%	17%	21%	18%	6%

Q21. Selon vous, quel est le sujet le plus important concernant l'euro que les campagnes d'information doivent couvrir en priorité? Deuxièmement?

Q21. In your view, what is the most important issue about the euro that information campaigns have to cover in priority? Secondly?

Q21. "2"	Total	Le scénario du passage d'une monnaie à l'autre/ Changeover scenario	La valeur d'un euro en (MONNAIE NATIONALE)/ The value of one euro in (COUNTRY CURRENCY)	Ce à quoi ressemblent les pièces et les billets en euro/ What notes and coins in euros look like	Comment éviter d'être trompé dans les conversions des devises en euro/ How to avoid being cheated in euro currency conversions	Les conséquences pratiques de l'euro en ce qui concerne votre salaire, votre compte en banque/ The practical implications of the euro regarding your salary, your bank account	Les conséquences sociales, économiques ou politiques de l'euro/ The social, economic or political implications of the euro	[NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	11%	15%	8%	18%	22%	19%	8%
<b>NEM / NMS</b>								
CYPRUS	1000	11%	17%	4%	16%	18%	16%	18%
CZECH REP.	1058	11%	14%	9%	14%	24%	25%	3%
ESTONIA	1006	11%	7%	4%	18%	24%	20%	16%
HUNGARY	1000	20%	15%	8%	16%	18%	10%	13%
LATVIA	1001	13%	14%	5%	22%	21%	18%	8%
LITHUANIA	1029	12%	13%	6%	21%	21%	16%	10%
MALTA	1000	15%	24%	6%	21%	19%	10%	6%
POLAND	1000	7%	16%	8%	19%	24%	20%	6%
SLOVAKIA	1008	15%	17%	7%	12%	18%	27%	6%
SLOVENIA	1000	15%	11%	6%	19%	16%	12%	21%

Q21. Selon vous, quel est le sujet le plus important concernant l'euro que les campagnes d'information doivent couvrir en priorité? Deuxièmement?

Q21. In your view, what is the most important issue about the euro that information campaigns have to cover in priority? Secondly?

Q21. "2"	Total	Le scénario du passage d'une monnaie à l'autre/ Changeover scenario	La valeur d'un euro en (MONNAIE NATIONALE)/ The value of one euro in (COUNTRY CURRENCY)	Ce à quoi ressemblent les pièces et les billets en euro/ What notes and coins in euros look like	Comment éviter d'être trompé dans les conversions des devises en euro/ How to avoid being cheated in euro currency conversions	Les conséquences pratiques de l'euro en ce qui concerne votre salaire, votre compte en banque/ The practical implications of the euro regarding your salary, your bank account	Les conséquences sociales, économiques ou politiques de l'euro/ The social, economic or political implications of the euro	[NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	11%	15%	8%	18%	22%	19%	8%
<b>SEXE/ GENDER</b>								
Homme / male	4810	11%	16%	7%	14%	22%	22%	7%
Femme / Female	5292	10%	15%	8%	21%	22%	16%	8%
<b>Age</b>								
15 - 24	1952	13%	13%	10%	17%	22%	20%	5%
25 - 39	2561	11%	16%	7%	15%	25%	22%	4%
40 - 54	2657	11%	14%	6%	19%	25%	19%	6%
55 & +	2932	9%	16%	8%	19%	18%	16%	14%
<b>EDUCATION</b>								
15 & -	1573	8%	15%	9%	20%	15%	15%	19%
16 - 20	6530	11%	16%	8%	18%	23%	19%	6%
21 & +	1836	12%	13%	7%	13%	28%	22%	4%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>								
Indépendant / Self-employed	890	11%	16%	6%	17%	23%	21%	6%
Employé / Employee	2421	11%	13%	7%	14%	27%	23%	4%
Ouvrier / Manual worker	1262	12%	15%	7%	18%	25%	18%	4%
Sans profession / Without activity	5499	10%	16%	8%	19%	19%	17%	10%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>								
Grands centres / Metropolitan	1540	12%	15%	9%	14%	25%	19%	6%
Autres villes / Other towns	4826	11%	13%	7%	20%	23%	20%	6%
Zones rurales / Rural zones	3737	10%	18%	7%	16%	20%	18%	11%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>								
A gauche / Left	1814	13%	12%	6%	19%	24%	21%	5%
A droite / Right	2401	11%	16%	7%	15%	26%	20%	6%
(Au centre) / (Centre)	683	12%	14%	10%	14%	20%	22%	9%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	10%	15%	9%	19%	19%	19%	9%

Q21. Selon vous, quel est le sujet le plus important concernant l'euro que les campagnes d'information doivent couvrir en priorité? Premièrement? Deuxièmement?

Q21. In your view, what is the most important issue about the euro that information campaigns have to cover in priority? Firstly? Secondly?

Q21. "1&2"	Total	Le scénario du passage d'une monnaie à l'autre/ Changeover scenario	La valeur d'un euro en (MONNAIE NATIONALE)/ The value of one euro in (COUNTRY CURRENCY)	Ce à quoi ressemblent les pièces et les billets en euro/ What notes and coins in euros look like	Comment éviter d'être trompé dans les conversions des devises en euro/ How to avoid being cheated in euro currency conversions	Les conséquences pratiques de l'euro en ce qui concerne votre salaire, votre compte en banque/ The practical implications of the euro regarding your salary, your bank account	Les conséquences sociales, économiques ou politiques de l'euro/ The social, economic or political implications of the euro	[NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	25%	33%	14%	35%	43%	38%	5%
<b>NEM / NMS</b>								
CYPRUS	1000	21%	43%	8%	34%	30%	36%	9%
CZECH REP.	1058	39%	35%	15%	23%	43%	40%	2%
ESTONIA	1006	24%	14%	6%	32%	52%	45%	11%
HUNGARY	1000	42%	35%	17%	27%	32%	26%	8%
LATVIA	1001	31%	42%	10%	38%	37%	30%	5%
LITHUANIA	1029	34%	37%	10%	40%	34%	28%	7%
MALTA	1000	42%	46%	9%	43%	35%	16%	3%
POLAND	1000	12%	30%	15%	42%	48%	42%	4%
SLOVAKIA	1008	42%	40%	11%	17%	34%	47%	4%
SLOVENIA	1000	31%	31%	11%	37%	38%	27%	4%

Q21. Selon vous, quel est le sujet le plus important concernant l'euro que les campagnes d'information doivent couvrir en priorité? Premièrement? Deuxièmement?

Q21. In your view, what is the most important issue about the euro that information campaigns have to cover in priority? Firstly? Secondly?

Q21. "1&2"	Total	Le scénario du passage d'une monnaie à l'autre/ Changeover scenario	La valeur d'un euro en (MONNAIE NATIONALE)/ The value of one euro in (COUNTRY CURRENCY)	Ce à quoi ressemblent les pièces et les billets en euro/ What notes and coins in euros look like	Comment éviter d'être trompé dans les conversions des devises en euro/ How to avoid being cheated in euro currency conversions	Les conséquences pratiques de l'euro en ce qui concerne votre salaire, votre compte en banque/ The practical implications of the euro regarding your salary, your bank account	Les conséquences sociales, économiques ou politiques de l'euro/ The social, economic or political implications of the euro	[NSP/ SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	25%	33%	14%	35%	43%	38%	5%
<b>SEXE/ GENDER</b>								
Homme / male	4810	26%	33%	13%	30%	44%	42%	4%
Femme / Female	5292	24%	32%	15%	39%	41%	35%	5%
<b>Age</b>								
15 - 24	1952	27%	31%	14%	35%	41%	45%	3%
25 - 39	2561	26%	32%	12%	31%	50%	42%	2%
40 - 54	2657	27%	31%	14%	32%	48%	39%	4%
55 & +	2932	20%	36%	16%	40%	33%	30%	10%
<b>EDUCATION</b>								
15 & -	1573	17%	36%	18%	41%	31%	24%	13%
16 - 20	6530	25%	33%	14%	36%	44%	38%	3%
21 & +	1836	29%	27%	12%	25%	51%	50%	2%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>								
Indépendant / Self-employed	890	28%	30%	14%	31%	44%	43%	4%
Employé / Employee	2421	30%	30%	12%	28%	50%	44%	2%
Ouvrier / Manual worker	1262	26%	35%	13%	34%	51%	33%	3%
Sans profession / Without activity	5499	22%	34%	15%	39%	38%	36%	7%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>								
Grands centres / Metropolitan	1540	29%	33%	16%	31%	45%	38%	3%
Autres villes / Other towns	4826	25%	31%	14%	35%	46%	40%	3%
Zones rurales / Rural zones	3737	23%	35%	14%	36%	39%	35%	7%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>								
A gauche / Left	1814	29%	32%	13%	33%	44%	43%	3%
A droite / Right	2401	29%	35%	13%	30%	44%	40%	3%
(Au centre) / (Centre)	683	33%	31%	13%	28%	41%	39%	5%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	22%	33%	16%	37%	41%	36%	6%

Q22. Voici une liste de différentes actions de campagne d'information. Pouvez-vous me dire pour chacune d'entre-elles si vous l'estimeriez essentielle ou non pour vous préparer à l'euro?

a) Le double affichage des prix dans les commerces

Q22. Here is a list of various information campaign actions. Could you tell me for each of them whether you would find it essential or not essential to prepare yourself for the euro?

a) Dual display of prices in shops

Q22. a)	Total	Essentielle / Essential	Pas essentielle / Not essential	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	81%	18%	2%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	90%	9%	1%
CZECH REP.	1058	75%	22%	4%
ESTONIA	1006	78%	20%	2%
HUNGARY	1000	88%	10%	1%
LATVIA	1001	86%	12%	2%
LITHUANIA	1029	85%	11%	4%
MALTA	1000	93%	6%	1%
POLAND	1000	79%	20%	1%
SLOVAKIA	1008	81%	16%	3%
SLOVENIA	1000	88%	11%	1%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	79%	20%	1%
Femme / Female	5292	82%	16%	2%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	80%	19%	1%
25 - 39	2561	81%	18%	1%
40 - 54	2657	81%	17%	1%
55 & +	2932	80%	17%	3%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	79%	17%	4%
16 - 20	6530	81%	18%	1%
21 & +	1836	84%	16%	1%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	76%	24%	1%
Employé / Employee	2421	84%	15%	1%
Ouvrier / Manual worker	1262	77%	21%	1%
Sans profession / Without activity	5499	81%	17%	2%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	85%	13%	1%
Autres villes / Other towns	4826	82%	17%	1%
Zones rurales / Rural zones	3737	77%	20%	2%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	81%	17%	2%
A droite / Right	2401	81%	18%	1%
(Au centre) / (Centre)	683	81%	17%	2%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	81%	18%	1%

Q22. Voici une liste de différentes actions de campagne d'information. Pouvez-vous me dire pour chacune d'entre-elles si vous l'estimeriez essentielle ou non pour vous préparer à l'euro?

b) Le double affichage des montants sur les factures (électricité, gaz, .)

Q22. Here is a list of various information campaign actions. Could you tell me for each of them whether you would find it essential or not essential to prepare yourself for the euro?

b) Dual display of the amount on bills (electricity, gas, .)

Q22. b)	Total	Essentielle / Essential	Pas essentielle / Not essential	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	70%	28%	2%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	82%	15%	3%
CZECH REP.	1058	63%	32%	5%
ESTONIA	1006	67%	29%	4%
HUNGARY	1000	77%	22%	2%
LATVIA	1001	70%	26%	4%
LITHUANIA	1029	74%	20%	6%
MALTA	1000	89%	10%	2%
POLAND	1000	69%	30%	1%
SLOVAKIA	1008	68%	27%	5%
SLOVENIA	1000	77%	23%	1%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	69%	29%	2%
Femme / Female	5292	71%	26%	3%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	70%	28%	2%
25 - 39	2561	66%	32%	2%
40 - 54	2657	71%	26%	2%
55 & +	2932	72%	25%	3%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	73%	22%	5%
16 - 20	6530	69%	28%	2%
21 & +	1836	68%	31%	1%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	69%	29%	2%
Employé / Employee	2421	70%	28%	2%
Ouvrier / Manual worker	1262	65%	32%	3%
Sans profession / Without activity	5499	71%	26%	3%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	73%	25%	2%
Autres villes / Other towns	4826	71%	27%	2%
Zones rurales / Rural zones	3737	67%	30%	3%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	70%	27%	3%
A droite / Right	2401	66%	32%	2%
(Au centre) / (Centre)	683	72%	27%	2%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	71%	27%	2%

Q22. Voici une liste de différentes actions de campagne d'information. Pouvez-vous me dire pour chacune d'entre-elles si vous l'estimeriez essentielle ou non pour vous préparer à l'euro?

c) Le double affichage sur votre bulletin de salaire

Q22. Here is a list of various information campaign actions. Could you tell me for each of them whether you would find it essential or not essential to prepare yourself for the euro?

c) Dual display on your pay slip

Q22. c)	Total	Essentielle / Essential	Pas essentielle / Not essential	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	66%	30%	4%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	74%	20%	6%
CZECH REP.	1058	54%	37%	8%
ESTONIA	1006	64%	31%	5%
HUNGARY	1000	73%	25%	3%
LATVIA	1001	63%	31%	6%
LITHUANIA	1029	65%	24%	10%
MALTA	1000	85%	12%	2%
POLAND	1000	69%	29%	2%
SLOVAKIA	1008	57%	35%	8%
SLOVENIA	1000	79%	20%	1%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	64%	32%	4%
Femme / Female	5292	68%	27%	5%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	68%	28%	4%
25 - 39	2561	68%	30%	3%
40 - 54	2657	67%	30%	3%
55 & +	2932	63%	31%	6%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	66%	25%	9%
16 - 20	6530	66%	31%	3%
21 & +	1836	68%	29%	3%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	61%	34%	5%
Employé / Employee	2421	70%	28%	2%
Ouvrier / Manual worker	1262	65%	32%	4%
Sans profession / Without activity	5499	66%	29%	5%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	69%	27%	4%
Autres villes / Other towns	4826	66%	30%	4%
Zones rurales / Rural zones	3737	66%	29%	5%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	64%	31%	4%
A droite / Right	2401	65%	32%	3%
(Au centre) / (Centre)	683	63%	33%	4%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	68%	28%	4%



Q22. Voici une liste de différentes actions de campagne d'information. Pouvez-vous me dire pour chacune d'entre-elles si vous l'estimeriez essentielle ou non pour vous préparer à l'euro?

d) Les prospectus / brochures

Q22. Here is a list of various information campaign actions. Could you tell me for each of them whether you would find it essential or not essential to prepare yourself for the euro?

d) Leaflets / Brochures

Q22. d)	Total	Essentielle / Essential	Pas essentielle / Not essential	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	64%	32%	4%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	83%	16%	2%
CZECH REP.	1058	55%	40%	6%
ESTONIA	1006	73%	24%	3%
HUNGARY	1000	55%	42%	3%
LATVIA	1001	43%	51%	6%
LITHUANIA	1029	56%	35%	9%
MALTA	1000	86%	11%	3%
POLAND	1000	72%	26%	1%
SLOVAKIA	1008	48%	40%	12%
SLOVENIA	1000	62%	36%	2%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	61%	35%	3%
Femme / Female	5292	66%	30%	4%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	63%	33%	3%
25 - 39	2561	66%	31%	3%
40 - 54	2657	64%	33%	3%
55 & +	2932	63%	32%	5%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	70%	26%	4%
16 - 20	6530	63%	33%	3%
21 & +	1836	63%	34%	3%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	62%	36%	3%
Employé / Employee	2421	61%	36%	3%
Ouvrier / Manual worker	1262	66%	30%	4%
Sans profession / Without activity	5499	65%	31%	4%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	65%	31%	3%
Autres villes / Other towns	4826	62%	34%	4%
Zones rurales / Rural zones	3737	65%	31%	4%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	58%	38%	3%
A droite / Right	2401	64%	33%	3%
(Au centre) / (Centre)	683	56%	40%	4%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	64%	31%	4%

Q22. Voici une liste de différentes actions de campagne d'information. Pouvez-vous me dire pour chacune d'entre-elles si vous l'estimeriez essentielle ou non pour vous préparer à l'euro?

e) Les spots publicitaires à la télévision

Q22. Here is a list of various information campaign actions. Could you tell me for each of them whether you would find it essential or not essential to prepare yourself for the euro?

e) TV spots

Q22. e)	Total	Essentielle / Essential	Pas essentielle / Not essential	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	78%	20%	2%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	79%	19%	2%
CZECH REP.	1058	77%	20%	3%
ESTONIA	1006	87%	11%	2%
HUNGARY	1000	76%	21%	2%
LATVIA	1001	81%	16%	3%
LITHUANIA	1029	78%	17%	5%
MALTA	1000	95%	4%	1%
POLAND	1000	80%	19%	1%
SLOVAKIA	1008	57%	34%	9%
SLOVENIA	1000	78%	21%	1%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	78%	20%	2%
Femme / Female	5292	77%	20%	3%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	74%	24%	2%
25 - 39	2561	77%	21%	2%
40 - 54	2657	78%	19%	2%
55 & +	2932	79%	17%	4%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	81%	14%	5%
16 - 20	6530	78%	20%	2%
21 & +	1836	76%	23%	1%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	75%	23%	2%
Employé / Employee	2421	75%	23%	2%
Ouvrier / Manual worker	1262	81%	17%	2%
Sans profession / Without activity	5499	78%	19%	3%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	81%	17%	2%
Autres villes / Other towns	4826	76%	22%	2%
Zones rurales / Rural zones	3737	78%	19%	3%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	77%	20%	3%
A droite / Right	2401	77%	21%	2%
(Au centre) / (Centre)	683	75%	23%	2%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	78%	20%	2%

Q22. Voici une liste de différentes actions de campagne d'information. Pouvez-vous me dire pour chacune d'entre-elles si vous l'estimeriez essentielle ou non pour vous préparer à l'euro?

f) Les spots publicitaires à la radio

Q22. Here is a list of various information campaign actions. Could you tell me for each of them whether you would find it essential or not essential to prepare yourself for the euro?

f) Radio spots

Q22. f)	Total	Essentielle / Essential	Pas essentielle / Not essential	[NSP/SR] / [DK/ NA]
NEM/NMS	10102	66%	30%	3%
<b>NEM / NMS</b>				
CYPRUS	1000	73%	24%	2%
CZECH REP.	1058	58%	36%	6%
ESTONIA	1006	82%	16%	2%
HUNGARY	1000	68%	29%	2%
LATVIA	1001	68%	27%	5%
LITHUANIA	1029	71%	23%	6%
MALTA	1000	91%	7%	2%
POLAND	1000	69%	29%	2%
SLOVAKIA	1008	48%	42%	10%
SLOVENIA	1000	67%	32%	1%
<b>SEXE/ GENDER</b>				
Homme / male	4810	66%	32%	2%
Femme / Female	5292	67%	29%	4%
<b>Age</b>				
15 - 24	1952	65%	32%	2%
25 - 39	2561	65%	32%	2%
40 - 54	2657	67%	30%	3%
55 & +	2932	68%	28%	4%
<b>EDUCATION</b>				
15 & -	1573	73%	22%	5%
16 - 20	6530	66%	31%	3%
21 & +	1836	65%	34%	1%
<b>PROFESSION - OCCUPATION</b>				
Indépendant / Self-employed	890	66%	33%	2%
Employé / Employee	2421	65%	33%	2%
Ouvrier / Manual worker	1262	67%	30%	3%
Sans profession / Without activity	5499	67%	29%	4%
<b>HABITAT - LOCALITY TYPE</b>				
Grands centres / Metropolitan	1540	69%	28%	3%
Autres villes / Other towns	4826	65%	32%	3%
Zones rurales / Rural zones	3737	68%	29%	3%
<b>ECHELLE POLITIQUE/ POLITICAL SCALE</b>				
A gauche / Left	1814	66%	30%	3%
A droite / Right	2401	66%	32%	2%
(Au centre) / (Centre)	683	63%	33%	3%
(Ni à gauche, ni à droite) / (Neither left, nor right)	2729	65%	32%	3%

**Fiche Technique**

**Technical Note**

## Détails du sondage

Ce sondage sur « L'introduction de l'euro dans les nouveaux pays membres » a été réalisé pour la Commission européenne, Direction Générale des Affaires Economiques et Financières.

Les interviews ont été réalisées du 01/09/2004 au 15/09/2004 par les 10 Instituts EOS GALLUP EUROPE dont la liste suit:

Chypre	CY	SYNOVATE - NICOSA
Rép. Tchèque	CZ	FACTUM – PRAHA
Estonie	EE	TNS EMOR – TALLINN
Hongrie	HU	TNS HUNGARY – BUDAPEST
Lettonie	LV	TNS BALTIC DATA HOUSE – RIGA
Lithuanie	LT	TNS GALLUP - VILNIUS
Malte	MT	MISCO – VALLETTA
Pologne	PL	TNS OBOP - WARSZAWA
Slovaquie	SK	TNS FACTUM – BRATISLAVA
Slovenie	SI	RM PLUS – MARIBOR

## Survey details

This survey on the "Introduction of the euro in the new member states" was conducted for the European Commission, Directorate-General Economic and Financial Affairs.

The interviews were conducted between the 01/09/2004 and the 15/09/2004 by these 10 EOS GALLUP EUROPE Institutes:

(Interviews : 01/09/2004 – 08/09/2004)	Cyprus
(Interviews : 01/09/2004 – 08/09/2004)	Czech Republic
(Interviews : 02/09/2004 – 10/09/2004)	Estonia
(Interviews : 01/09/2004 – 04/09/2004)	Hungary
(Interviews : 02/09/2004 – 15/09/2004)	Latvia
(Interviews : 01/09/2004 – 07/09/2004)	Lithuania
(Interviews : 01/09/2004 – 07/09/2004)	Malta
(Interviews : 02/09/2004 – 10/09/2004)	Poland
(Interviews : 01/09/2004 – 08/09/2004)	Slovakia
(Interviews : 02/09/2004 – 13/09/2004)	Slovenia

## Représentativité des résultats

Chaque échantillon national est représentatif de la population âgée de 15 ans et plus.

## Tailles des échantillons

Les tailles d'échantillon sont d'environ 1000 répondants par pays.

Une pondération a été appliquée aux résultats nationaux pour calculer un total marginal où chaque pays contribue au résultat de l'Union européenne en proportion du nombre de ses habitants.

## Representativeness of the results

Each national sample is representative of the population aged 15 years and above.

## Sizes of the sample

The sample sizes amount to approximately 1000 respondents in each country.

A weighting factor was applied to the national results in order to compute a marginal total where each country contributes to the European Union result in proportion to its population.

Le tableau ci-dessous détaille pour les 10 Etats membres:

(1) le nombre d'interviews effectivement réalisées dans chaque pays

(2) le nombre d'interviews pondérées sur base de la population de chaque Etat Membre

The table below presents, for each of the 10 Member States:

(1) the number of interviews actually carried out in each country

(2) the population-weighted total number of interviews for each Member State

	TOTAL INTERVIEWS			
	(1)	(1)	(2)	(2)
	Réalisées Conducted	% du total % of total	Pondérées Weighted	% du total (Pondéré) % on Total (Weighted)
Total EU	10102	100,0%	10102	100,0%
CYPRUS	1000	9,9%	96	1,0%
CZECH REP.	1058	10,5%	1419	14,0%
ESTONIA	1006	10,0%	185	1,8%
HUNGARY	1000	9,9%	1376	13,6%
LATVIA	1001	9,9%	322	3,2%
LITHUANIA	1029	10,2%	491	4,9%
MALTA	1000	9,9%	52	0,5%
POLAND	1000	9,9%	5168	51,2%
SLOVAKIA	1008	10,0%	717	7,1%
SLOVENIA	1000	9,9%	277	2,7%

#### Questionnaires

1. Le questionnaire établi pour ce sondage est reproduit à la fin de ce volume de résultats, en Français et en Anglais (Voir ci-après).
2. Les traductions ont été réalisées dans chaque langue d'interview par les instituts nationaux cités ci-dessus.
3. Un exemplaire de chaque questionnaire national est joint aux volumes de tableaux de résultats.

#### Questionnaires

1. The questionnaire prepared for this survey is reproduced at the end of this results volume, in French and in English (see hereafter).
2. The institutes listed above translated the questionnaire in their respective national language(s).
3. One copy of each national questionnaire is annexed to the data tables results volumes.

## Tableaux des résultats

### \* VOLUME A : PAYS PAR PAYS

Le VOLUME A présente les résultats de l'Union européenne pays par pays.

### \* VOLUME B : DEMOGRAPHIQUES DES REpondANTS

Le VOLUME B présente les résultats de l'Union européenne ventilés selon quelques caractéristiques socio-démographiques des répondants:

#### *Volume B1 :*

Sexe (Homme, Femme)

Age (15-24, 25-39, 40-54, 55 +)

Education (15&-, 16-20, 21&+)

Profession

Habitat

#### *Volume B2 :*

Echelle politique

### \* VOLUME(S) C : CHAQUE PAYS

Le(s) VOLUME(S) C présente(nt) la même analyse que celle du VOLUME B, mais pour chaque pays individuellement.

## Tables of results

### \* VOLUME A : COUNTRY BY COUNTRY

The VOLUME A presents the European Union results country by country.

### \* VOLUME B : RESPONDENTS' DEMOGRAPHICS

The VOLUME B presents the European Union results with the following socio-demographic characteristics of respondents as breakdowns:

#### *Volume B1 :*

Sex (Male, Female)

Age (15-24, 25-39, 40-54, 55 +)

Education (15&-, 16-20, 21&+)

Occupation

Locality type

#### *Volume B2 :*

Political scale

### \* VOLUME(S) C : EACH COUNTRY

The VOLUME(S) C present(s) the same analysis as in VOLUME B, but for each individual country.

## Valeurs statistiques des résultats

Les résultats d'un sondage ne sont jamais valables que dans les limites d'une **marge statistique** d'échantillonnage. Cette marge est plus ou moins grande, et dépend de trois choses:

1. La taille de l'échantillon (ou de la partie d'échantillon que l'on analyse): plus le nombre de répondants est grand, plus la marge statistique est petite;
2. Le résultat lui-même: plus le résultat est proche de 50%, plus la marge statistique est grande;
3. Le degré de certitude que l'on exige : plus on est sévère, plus la marge statistique est grande.

A titre d'exemple, prenons un cas imaginaire:

1. 500 personnes ont répondu à une question;
2. Le résultat analysé est de 50 % environ;
3. On choisit un degré de certitude de 95 % (c'est le niveau le plus utilisé par les statisticiens, et c'est celui adopté pour la table ci-après);

Dans ce cas illustratif la marge statistique est de: (+/- 4.4%) autour des 50% observés. Et en conclusion: le résultat pour la population totale se situe entre 45.6% et 54.4%.

Nous reproduisons ci-après les marges statistiques calculées pour différents échantillons et différents résultats observés, au degré de certitude de 95%.

## Statistical significance of the results

The results in a survey are valid only between the limits of a **statistical margin** caused by the sampling process. This margin varies with three factors:

1. The sample size (or the size of the analysed part in the sample): the greater the number of respondents is, the smaller the statistical margin will be;
2. The result in itself: the closer the result approaches 50%, the wider the statistical margin will be;
3. The desired degree of confidence: the more "strict" we are, the wider the statistical margin will be.

As an example, examine this illustrative case:

1. One question has been answered by 500 people;
2. The analysed result is around 50%;
3. We choose a significance level of 95 % (it is the level most often used by the statisticians, and it is the one chosen for the Table hereafter);

In this illustrative case the statistical margin is: (+/- 4.4%) around the observed 50%. And as a conclusion: the result for the whole population lies between 45.6% and 54.4 %.

Hereafter, the statistical margins computed for various observed results are shown, on various sample sizes, at the 95% significance level.



**MARGES STATISTIQUES  
D'ÉCHANTILLONAGE  
(AU NIVEAU DE CONFIANCE DE 95 %)**

**STATISTICAL MARGINS DUE TO THE  
SAMPLING PROCESS  
(AT THE 95 % LEVEL OF  
CONFIDENCE)**

Différentes tailles d'échantillon sont en lignes;  
Différents résultats observés sont en colonnes:

Various sample sizes are in rows;  
Various observed results are in columns:

	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	
	95%	90%	85%	80%	75%	70%	65%	60%	55%	50%	
N=50	6.0	8.3	9.9	11.1	12.0	12.7	13.2	13.6	13.8	13.9	N=500
N=500	1.9	2.6	3.1	3.5	3.8	4.0	4.2	4.3	4.4	4.4	N=1000
N=1000	1.4	1.9	2.2	2.5	2.7	2.8	3.0	3.0	3.1	3.1	N=1000
N=1500	1.1	1.5	1.8	2.0	2.2	2.3	2.4	2.5	2.5	2.5	N=1500
N=2000	1.0	1.3	1.6	1.8	1.9	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	N=2000
N=3000	0.8	1.1	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.8	1.8	N=3000
N=4000	0.7	0.9	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.5	1.5	1.5	N=4000
N=5000	0.6	0.8	1.0	1.1	1.2	1.3	1.3	1.4	1.4	1.4	N=5000
N=6000	0.6	0.8	0.9	1.0	1.1	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	N=6000
N=7000	0.5	0.7	0.8	0.9	1.0	1.1	1.1	1.1	1.2	1.2	N=7000
N=7500	0.5	0.7	0.8	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	N=7500
N=8000	0.5	0.7	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	N=8000
N=9000	0.5	0.6	0.7	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0	1.0	N=9000
N=10000	0.4	0.6	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0	N=10000
N=11000	0.4	0.6	0.7	0.7	0.8	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	N=11000
N=12000	0.4	0.5	0.6	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	0.9	0.9	N=12000
N=13000	0.4	0.5	0.6	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9	N=13000
N=14000	0.4	0.5	0.6	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	N=14000
N=15000	0.3	0.5	0.6	0.6	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8	N=15000
	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	
	95%	90%	85%	80%	75%	70%	65%	60%	55%	50%	

# **QUESTIONNAIRE**

Socio Démographiques

- D1. Sexe [1] Homme  
[2] Femme
- D2. Age exact : [ ][ ] ans  
[00] [REFUS/ S.R.]
- D3. Age de fin d'études : [AGE EXACT EN 2 CHIFFRES]  
[ ][ ] ans  
[00] [REFUS/ SR]  
[01] [JAMAIS ETE A L'ECOLE PLEIN TEMPS]  
[99] [ENCORE A L'ECOLE PLEIN TEMPS]

- D4. Sur le plan professionnel, peut-on dire qu'actuellement vous êtes indépendant, employé, ouvrier ou êtes-vous sans activité professionnelle ?
- [LIRE ITEMS A GAUCHE - ENSUITE FAIRE PRECISER (« c'est-à-dire ») - UNE SEULE REPONSE]

**- Indépendant**

- c'est-à-dire : - exploitant agricole, forestier, pêcheur ..... 11  
- commerçant, artisan ..... 12  
- de profession libérale (avocat, médecin, comptable, architecte,...) ..... 13  
- chef d'entreprise .....  
- autre (PRECISER)..... 15

**- Employé**

- c'est-à-dire : - de profession libérale (médecin, avocat, comptable, architecte,...) ..... 21  
- cadre supérieur/dirigeant d'entreprise ..... 22  
- cadre moyen ..... 23  
- fonctionnaire ..... 24  
- employé de bureau ..... 25  
- autre employé (vendeur, infirmier, etc...) ..... 26  
- autre (PRECISER)..... 27

**- Ouvrier**

- c'est-à-dire : - agent de maîtrise (chef d'équipe) ..... 31  
- ouvrier qualifié ..... 32  
- ouvrier non qualifié ..... 33  
- autre (PRECISER)..... 34

**- Sans activité professionnelle**

- c'est-à-dire : - vous occupant de votre ménage ..... 41  
- étudiant (à temps plein) ..... 42

Socio Demographics

- D1. Sex [1] Male  
[2] Female
- D2. Exact Age: [ ][ ] Years old  
[00] [REFUSAL/NO ANSWER]
- D3. Age when finished full time education : [EXACT AGE IN 2 DIGITS]  
[ ][ ] years old  
[00] [REFUSAL/ NO ANSWER]  
[01] [NEVER BEEN IN FULL TIME EDUCATION]  
[99] [STILL IN FULL TIME EDUCATION]

- D4. As far as your current occupation is concerned, would you say you are self-employed, an employee, a manual worker or would you say that you are without a professional activity ?
- [READ OUT LEFT ITEMS - THEN ASK TO SPECIFY ("that is to say")  
- ONLY ONE ANSWER]

**- Self-employed**

- i.e. : - farmer, forester, fisherman ..... 11  
- owner of a shop, craftsman ..... 12  
- professional (lawyer, medical practitioner, accountant, architect,...) 13  
- manager of a company ..... 14  
- other (SPECIFY)..... 15

**- Employee**

- i.e. : - professional (employed doctor, lawyer, accountant, architect)..... 21  
- general management, director or top management ..... 22  
- middle management, ..... 23  
- civil servant ..... 24  
- office clerk ..... 25  
- other employee (salesman, nurse, etc...) ..... 26  
- other (SPECIFY)..... 27

**- Manual worker**

- i.e. : - supervisor / foreman (team manager, etc ...)..... 31  
- manual worker ..... 32  
- unskilled manual worker ..... 33  
- other (SPECIFY) ..... 34

**- Without a professional activity**

- i.e. : - looking after the home ..... 41  
- student (full time) ..... 42

- retraité.....	43
- à la recherche d'un emploi.....	44
- autre (PRECISER).....	45
- (Refus) .....	99

- retired .....	43
- seeking a job .....	44
- other (SPECIFY).....	45
- (Refusal).....	99

D5. Région = "European Administrative Regional Unit" (N.U.T.S. 2)  
[2 CHIFFRES]

D5. Region = "European Administrative Regional Unit" (N.U.T.S. 2)  
[2 DIGITS]

D6. Type de localité?

D6. Type of Locality?

- zone métropolitaine .....	1
- autre ville/centre urbain .....	2
- zone rurale .....	3

- metropolitan zone .....	1
- other town/urban centre .....	2
- rural zone .....	3

D7. Politiquement, sur une échelle allant de la gauche à la droite, diriez-vous que vous vous situez... ?

D7. Politically speaking, on a scale going from left to right, would you say that you position yourself ... ?

[LIRE - UNE SEULE REPONSE]

[READ OUT - ONLY ONE ANSWER]

- Très à gauche .....	1
- A gauche .....	2
- Au centre gauche.....	3
- Au centre droit.....	4
- A droite .....	5
- Très à droite .....	6
- (Au centre – réponse non suggérée) .....	7
- (Ni à gauche, ni à droite – réponse non suggérée) .....	8
- (NSP/SR).....	9

- Very left .....	1
- Left.....	2
- Centre- left .....	3
- Centre- right .....	4
- Right .....	5
- Very right.....	6
- (Centre – spontaneous response) .....	7
- (Neither left nor right - spontaneous response) .....	8
- (DK/NA) .....	9

**Perception et soutien de la monnaie unique**

Q1. Personnellement, diriez vous que l'introduction de l'euro en (NOTRE PAYS) est un sujet qui vous intéresse? Etes-vous... :

[LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE]

- Très intéressé ..... 1
- Plutôt intéressé ..... 2
- Plutôt pas intéressé ..... 3
- Pas du tout intéressé ..... 4
- [NSP/SR] ..... 5

Q2. Pensez-vous que l'introduction de l'euro aurait des conséquences positives ou négatives pour (NOTRE PAYS)... ?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Conséquences très positives ..... 1
- Conséquences plutôt positives ..... 2
- Conséquences plutôt négatives ..... 3
- Conséquences très négatives ..... 4
- [NSP/SR] ..... 5

Q3. Pour vous personnellement, pensez-vous que cela serait positif ou négatif si l'euro était introduit ?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Très positif ..... 1
- Plutôt positif ..... 2
- Plutôt négatif ..... 3
- Très négatif ..... 4
- [NSP/SR] ..... 5

**Perception and Support for the single currency**

Q1. Personally, would you say that the introduction of the euro in (OUR COUNTRY) is a topic that you are interested in? Are you...:

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Very interested ..... 1
- Rather interested ..... 2
- Rather not interested ..... 3
- Not at all interested ..... 4
- [DK/NA] ..... 5

Q2. Do you think the introduction of the euro would have positive or negative consequences for (OUR COUNTRY)...?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Very positive consequences ..... 1
- Rather positive consequences ..... 2
- Rather negative consequences ..... 3
- Very negative consequences ..... 4
- [DK/NA] ..... 5

Q3. For you personally, do you think that it would be positive or negative if the euro would be introduced?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Very positive ..... 1
- Rather positive ..... 2
- Rather negative ..... 3
- Very negative ..... 4
- [DK/NA] ..... 5

Q4. De manière générale, les personnes que vous connaissez personnellement sont elles plus en faveur ou contre l'idée d'introduire l'euro en (NOTRE PAYS) ?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Très en faveur de son introduction .....1
- Plutôt en faveur de son introduction .....2
- Plutôt contre son introduction .....3
- Tout à fait contre son introduction.....4
- [NSP/SR].....5

Q5. Etes-vous personnellement content(e) ou non que l'euro puisse remplacer le (MONNAIE NATIONALE)?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Très content(e).....1
- Plutôt content(e).....2
- Plutôt mécontent(e) .....3
- Très mécontent(e).....4
- [NSP/SR].....5

Q6. Quand souhaiteriez-vous que l'euro devienne votre monnaie ?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Le plus vite possible.....1
- Après un certain temps .....2
- Le plus tard possible .....3
- [NSP/SR].....4

Q4. Generally speaking, are most people you personally know more in favour or against the idea of introducing the euro in (OUR COUNTRY)?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Very much in favour of its introduction .....1
- Rather in favour of its introduction .....2
- Rather against its introduction .....3
- Very much against its introduction .....4
- [DK/NA] .....5

Q5. Are you personally happy or not that the euro could replace the (NATIONAL CURRENCY)?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Very happy .....1
- Rather happy .....2
- Rather unhappy .....3
- Very unhappy .....4
- [DK/NA] .....5

Q6. When would you like the euro to become your currency?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- As soon as possible .....1
- After a certain time .....2
- As late as possible .....3
- [DK/NA] .....4

**Les attentes et les craintes concernant l'adoption de l'euro**

Q7. Pensez-vous que l'introduction de l'euro... ?

[LIRE - UNE REPONSE PAR LIGNE]

- oui .....1
- non .....2
- [NSP/SR].....3

- a) Vous permettra de facilement comparer les prix entre les pays de la zone euro ? ..... 1 2 3
- b) Rendra plus facile l'achat dans les pays de la zone euro ? .....1 2 3
- c) Supprimera les frais liés au change d'une devise à l'autre à l'intérieur des pays de la zone euro?.....1 2 3
- d) Sera plus commode pour ceux qui voyagent dans d'autres pays de la zone euro ? .....1 2 3

Q8. Pouvez-vous me dire, pour chacune des propositions suivantes, si vous êtes d'accord ou pas d'accord... ?

[LIRE - UNE REPONSE PAR LIGNE]

- d'accord.....1
- pas d'accord.....2
- [DK/NA] .....3

- a) Le remplacement de la (MONNAIE NATIONALE) par l'euro vous causera personnellement beaucoup d'inconvénients ..... 1 2 3
- b) Vous craignez les abus et tricheries sur les prix pendant le passage à la nouvelle monnaie ..... 1 2 3
- c) Vous pensez que l'adoption de l'euro signifiera que (NOTRE PAYS) perdra le contrôle sur sa politique économique ..... 1 2 3
- d) Vous pensez que l'adoption de l'euro signifiera que (NOTRE PAYS) perdra une part importante de son identité ..... 1 2 3
- e) L'utilisation de l'euro au lieu de la (MONNAIE NATIONALE) nous permettra probablement de nous sentir plus européen qu'aujourd'hui?.....1 2 3

**Expectations and fears regarding the adoption of the euro**

Q7. Do you think that the introduction of the euro...?

[READ OUT – ONE ANSWER PER LINE ONLY]

- yes .....1
- no .....2
- [DK/NA] .....3

- a) Will allow you to easily compare prices between euro-area countries?..... 1 2 3
- b) Will make purchasing in the euro-area countries easier? .....1 2 3
- c) Will eliminate charges for changing from one currency to another inside euro-area countries? .....1 2 3
- d) Will be more convenient for those who travel in other countries of the euro-area? .....1 2 3

Q8. Could you tell me for each of the following statements if you agree or disagree...?

[READ OUT – ONE ANSWER PER LINE ONLY]

- agree .....1
- disagree .....2
- [DK/NA] .....3

- a) The replacement of the (NATIONAL CURRENCY) by the euro will cause you personally a lot of inconvenience ..... 1 2 3
- b) You are afraid of abuses and cheating on prices during the changeover ..... 1 2 3
- c) You think that adopting the euro will mean that (OUR COUNTRY) will lose control over its economic policy ..... 1 2 3
- d) You think that adopting the euro will mean that (OUR COUNTRY) will lose a great deal of its identity ..... 1 2 3
- e) The usage of the euro instead of the (NATIONAL CURRENCY) will probably make us feel more European than now? ..... 1 2 3

Q9. Pensez-vous que l'introduction de l'euro aiderait à maintenir la stabilité des prix, ou, au contraire, augmenterait l'inflation en (NOTRE PAYS)?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Aiderait à maintenir la stabilité des prix .....1
- Augmenterait l'inflation.....2
- [Aucun impact] .....3
- [NSP/SR].....4

Q9. Do you think the introduction of the euro would help to maintain price stability or, on the contrary, increase inflation in (OUR COUNTRY)?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Help maintain price stability .....1
- Increase inflation.....2
- [No impact].....3
- [DK/NA].....4

Q10. Pensez-vous que l'euro est une devise internationale comme le dollar ou le Yen?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Oui.....1
- Non.....2
- [NSP/SR].....3

Q10. Do you think that the euro is an international currency like the dollar or the Yen?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Yes .....1
- No .....2
- [DK/NA].....3

**Connaissances sur l'euro**

Q11. (NOTRE PAYS) peut-il choisir d'introduire ou non l'euro ?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Oui.....1
- Non.....2
- [NSP/SR].....3

**Knowledge about the euro**

Q11. Can (OUR COUNTRY) choose whether or not to introduce the euro?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Yes .....1
- No .....2
- [DK/NA].....3



Q12. Selon vous, combien de pays de l'UE ont déjà introduit l'euro ?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- 6 .....1
- 12 .....2
- 15 .....3
- 25 .....4
- [NSP/SR] .....5

Q13. Avez-vous déjà vu... ?

[LIRE - UNE REPONSE PAR LIGNE]

- Oui .....1
- Non .....2
- [NSP/SR] .....3

- a) des billets en euro .....1 2 3
- b) des pièces en euro .....1 2 3

Q14. Avez-vous déjà utilisé... ?

[LIRE - UNE REPONSE PAR LIGNE]

- Oui .....1
- Non .....2
- [NSP/SR] .....3

- a) des billets en euro .....1 2 3
- b) des pièces en euro .....1 2 3

Q12. According to you, how many EU countries have already introduced the euro?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- 6 .....1
- 12 .....2
- 15 .....3
- 25 .....4
- [DK/NA] .....5

Q13. Have you already seen...?

[READ OUT – ONE ANSWER PER LINE ONLY]

- Yes .....1
- No .....2
- [DK/NA] .....3

- a) euro banknotes .....1 2 3
- b) euro coins .....1 2 3

Q14. Have you already used...?

[READ OUT – ONE ANSWER PER LINE ONLY]

- Yes .....1
- No .....2
- [DK/NA] .....3

- a) euro banknotes .....1 2 3
- b) euro coins .....1 2 3

**FILTRE ! [SI LE REpondANT A DEJA UTILISE DES BILLETS EN EURO Q14a=1]**

Q14 bis. Vous avez dit avoir déjà utilisé des billets en euro. Etait-ce... ?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- En (NOTRE PAYS) .....1
- A l'étranger.....2
- En (NOTRE PAYS) et à l'étranger .....3
- [NSP/SR].....4

**FILTRE ! [SI LE REpondANT A DEJA UTILISE DES PIECES EN EURO Q14b=1]**

Q14 ter. Vous avez dit avoir déjà utilisé des pièces en euro. Etait-ce... ?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- En (NOTRE PAYS) .....1
- A l'étranger.....2
- En (NOTRE PAYS) et à l'étranger .....3
- [NSP/SR].....4

[A TOUS]

Q15. Selon vous, les billets en euro sont-ils les mêmes dans tous les pays de la zone euro?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Oui.....1
- Non.....2
- [NSP/SR].....3

**FILTER ! [IF THE RESPONDENT ALREADY USED EURO BANK NOTES Q14a=1]**

Q14 bis. You said you already used euro banknotes. Was it...?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- In (OUR COUNTRY) .....1
- Abroad .....2
- In (OUR COUNTRY) and abroad.....3
- [DK/NA] .....4

**FILTER ! [IF THE RESPONDENT ALREADY USED EURO COINS Q14b=1]**

Q14 ter. You said you already used euro coins. Was it...?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- In (OUR COUNTRY) .....1
- Abroad .....2
- In (OUR COUNTRY) and abroad.....3
- [DK/NA] .....4

[TO ALL]

Q15. According to you, are the euro banknotes the same in all countries of the euro area?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Yes.....1
- No .....2
- [DK/NA] .....3

Q16. Selon vous, les pièces en euro sont-elles les mêmes dans tous les pays de la zone euro?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Oui.....1
- Non.....2
- [NSP/SR].....3

**Canaux d'information**

Q17. Dans quelle mesure vous sentez-vous informé(e) sur l'euro? Vous sentez-vous... :

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Très bien informé(e).....1
- Assez bien informé(e) .....2
- Pas très bien informé(e).....3
- Pas bien informé(e) du tout.....4
- [NSP/SR].....5

Q18. Quand souhaitez-vous être informé sur l'euro?

[LIRE – UNE SEULE REPONSE]

- Le plus rapidement possible .....1
- Au moins plusieurs années avant l'introduction de l'euro .....2
- Au moins plusieurs mois avant l'introduction de l'euro .....3
- Au moins plusieurs semaines avant l'introduction de l'euro .....4
- Au moins plusieurs jours avant l'introduction de l'euro .....5
- [NSP/SR].....6

Q16. According to you, are the euro coins the same in all countries of the euro area?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Yes.....1
- No .....2
- [DK/NA].....3

**Information channel**

Q17. To what extent do you feel informed about the euro? Do you feel...:

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- Very well informed .....1
- Rather well informed .....2
- Not very well informed .....3
- Not at all well informed .....4
- [DK/NA].....5

Q18. When would you like to be informed about the euro?

[READ OUT – ONE ANSWER ONLY]

- As soon as possible .....1
- At least a few years before the introduction of the euro .....2
- At least a few months before the introduction of the euro .....3
- At least a few weeks before the introduction of the euro .....4
- At least a few days before the introduction of the euro .....5
- [DK/NA].....6

Q19. A qui feriez-vous le plus confiance pour vous informer sur le passage à l'euro ?  
Premièrement ? Deuxièmement ?

[ROTATION - LIRE – UNE REPONSE POUR « PREMIEREMENT » ET UNE REPONSE  
POUR « DEUXIEMEMENT »]

- |   |    |
|---|----|
| a) Le gouvernement, les autorités nationales ou régionales..... | 1  |
| b) L'administration publique .....                              | 2  |
| c) La banque centrale nationale.....                            | 3  |
| d) Les institutions européennes .....                           | 4  |
| e) Les banques commerciales .....                               | 5  |
| f) Les journalistes .....                                       | 6  |
| g) Les syndicats, les organisations professionnelles, etc. .... | 7  |
| h) Les associations de consommateurs .....                      | 8  |
| i) [Autres -SPECIFIER].....                                     | 9  |
| j) [NSP/SR].....  | 10 |
- 
- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| - Premièrement.....  | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| - Deuxièmement ..... | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |

Q19. Whom would you trust the most to inform you on the changeover to the euro? Firstly?  
Secondly?

[ROTATE - READ OUT – ONE ANSWER FOR “FIRSTLY” AND ONE ANSWER  
FOR “SECONDLY”]

- |   |    |
|---|----|
| a) Government, national or regional authorities.....  | 1  |
| b) Public administration .....                        | 2  |
| c) National Central Bank .....                        | 3  |
| d) European Institutions .....                        | 4  |
| e) Commercial banks .....                             | 5  |
| f) Journalists.....                                   | 6  |
| g) Trade unions, professional organisations, etc..... | 7  |
| h) Consumer associations.....                         | 8  |
| i) [Others - SPECIFY].....                            | 9  |
| j) [DK/NA].....                                       | 10 |
- 
- |                 |                      |
|-----------------|----------------------|
| - Firstly.....  | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| - Secondly..... | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |

Q20. Où pensez-vous que l'information sur l'euro et son passage devrait être disponible?

[ROTATION - LIRE – PLUSIEURS REPONSES POSSIBLE]

- |   |   |
|---|---|
| a) Dans les banques .....   | 1 |
| b) Dans les supermarchés et les commerces .....                         | 1 |
| c) Dans les espaces publics.....  | 1 |
| d) Dans les écoles et autres endroits d'éducation et de formations..... | 1 |
| e) Sur le lieu de travail .....   | 1 |
| f) A la radio.....  | 1 |
| g) A la télévision.....   | 1 |
| h) Dans les journaux et les magazines .....                             | 1 |
| i) Dans votre boîte aux lettres .....                                   | 1 |
| j) Sur Internet.....  | 1 |
| k) [Autre part].....  | 1 |
| l) [NSP/SR].....  | 1 |

Q20. Where do you think useful information on the euro and the changeover should be  
available?

[ROTATE - READ OUT – SEVERAL ANSWERS POSSIBLE]

- |   |   |
|---|---|
| a) In banks .....   | 1 |
| b) In supermarkets and shops.....                             | 1 |
| c) In public places .....                                     | 1 |
| d) In schools and other places of education and training..... | 1 |
| e) In the workplace .....                                     | 1 |
| f) On the radio .....   | 1 |
| g) On television .....  | 1 |
| h) In newspapers, magazines .....                             | 1 |
| i) In your letter box .....                                   | 1 |
| j) On the Internet .....                                      | 1 |
| k) [Elsewhere] .....  | 1 |
| l) [DK/NA] .....  | 1 |

Q21. Selon vous, quel est le sujet le plus important concernant l'euro que les campagnes d'information doivent couvrir en priorité? Premièrement? Deuxièmement?

[ROTATION - LIRE – UNE REPONSE POUR « PREMIEREMENT » ET UNE REPONSE POUR « DEUXIEMEMENT »]

- |   |   |
|---|---|
| a) Le scénario du passage d'une monnaie à l'autre.....  | 1 |
| b) La valeur d'un euro en (MONNAIE NATIONALE).....  | 2 |
| c) Ce à quoi ressemblent les pièces et les billets en euro .....                                      | 3 |
| d) Comment éviter d'être trompé dans les conversions des devises en euro.....                         | 4 |
| e) Les conséquences pratiques de l'euro en ce qui concerne votre salaire, votre compte en banque..... | 5 |
| f) Les conséquences sociales, économiques ou politiques de l'euro.....                                | 6 |
| g) [NSP/SR].....  | 7 |
- 
- |                      |               |
|----------------------|---------------|
| - Premièrement.....  | 1 2 3 4 5 6 7 |
| - Deuxièmement ..... | 1 2 3 4 5 6 7 |

Q21. In your view, what is the most important issue about the euro that information campaigns have to cover in priority? Firstly? Secondly?

[ROTATE - READ OUT – ONE ANSWER FOR “FIRSTLY” AND ONE ANSWER FOR “SECONDLY”]

- |   |   |
|---|---|
| a) Changeover scenario .....  | 1 |
| b) The value of one euro in (COUNTRY CURRENCY).....                                     | 2 |
| c) What notes and coins in euros look like .....  | 3 |
| d) How to avoid being cheated in euro currency conversions.....                         | 4 |
| e) The practical implications of the euro regarding your salary, your bank account..... | 5 |
| f) The social, economic or political implications of the euro .....                     | 6 |
| g) [DK/NA].....   | 7 |
- 
- |                 |               |
|-----------------|---------------|
| - Firstly.....  | 1 2 3 4 5 6 7 |
| - Secondly..... | 1 2 3 4 5 6 7 |

Q22. Voici une liste de différentes actions de campagne d'information. Pouvez-vous me dire pour chacune d'entre-elles si vous l'estimeriez essentielle ou non pour vous préparer à l'euro?

[LIRE - UNE REPONSE PAR LIGNE]

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| - Essentielle .....     | 1 |
| - Pas essentielle ..... | 2 |
| - [NSP/SR] .....        | 3 |
- 
- |   |       |
|---|-------|
| a) Le double affichage des prix dans les commerces .....                            | 1 2 3 |
| b) Le double affichage des montants sur les factures (électricité, gaz, ...). ..... | 1 2 3 |
| c) Le double affichage sur votre bulletin de salaire.....                           | 1 2 3 |
| d) Les prospectus/ brochures.....   | 1 2 3 |
| e) Les spots publicitaires à la télévision.....                                     | 1 2 3 |
| f) Les spots publicitaires à la radio.....  | 1 2 3 |

Q22. Here is a list of various information campaign actions. Could you tell me for each of them whether you would find it essential or not essential to prepare yourself for the euro?

[READ OUT – ONE ANSWER PER LINE ONLY]

- |                      |   |
|----------------------|---|
| - Essential .....    | 1 |
| - Not essential..... | 2 |
| - [DK/NA].....       | 3 |
- 
- |  |       |
|--|-------|
| a) Dual display of prices in shops .....                             | 1 2 3 |
| b) Dual display of the amount on bills (electricity, gas, ...) ..... | 1 2 3 |
| c) Dual display on your pay slip .....                               | 1 2 3 |
| d) Leaflets / Brochures .....  | 1 2 3 |
| e) TV spots.....   | 1 2 3 |
| f) Radio spots .....   | 1 2 3 |