

Történések és kérdőjelek az Euro és marketingje kapcsán

Az európai pénzügyi rendszer létrehozását 1978-ban a brémai csúcstalálkozón határozták el, hosszú folyamat eredményeként született, mely még Valery Giscard d'Estaing elnöksége előtt kezdődött és teljes egészében ma sem ért véget. A brémai csúcst olyan eseménysorozat előzte meg, amely kényszerítően hatott az európaiak azon törekvéseire, hogy csökkentse a saját valutáik közötti árfolyam-ingadozásokat, a központi bankok összehangoltan interveniáljanak, valamint legyenek egymás között hitelkedvezmények. Ezen időszak eseményei közül a következő évek a kiemelkedők:

- 1970-ben már konkrét tervek készültek a gazdasági pénzügyi unió kialakításáról.
- 1971 májusában a Bundesbank döntést hoz a német márka lebegtetéséről.
- 1972 március: „valutakígyó”.
- 1973 március: a dollár lebegtetése.
- 1973 ősze: jom kippuri háború – olajválság.

Az Európa Tanács határozata 1978. július 6-7-ei ülésén Brémában a Hanza-városok egyikében egy gyönyörű középkori épületben, a Rathaus-ban igen kemény erőfeszítések után született meg. Az európai pénzügyi egyezmény feltételezte egy elszámolási pénzegység létét, amely a jövőbeli „európai pénz embriója, génje lesz”. A rendszer létrehozásának két főszereplője, mozgatója Helmut Schmidt és Valery Giscard d'Estaing volt. Már csak az elnevezéssel volt gond. A francia javaslat győzött – ne legyen külön neve az elszámolási pénznek –, hanem a betöltött szerepe domináljon. Így alakult ki az European Currency Unit (ECU) kifejezés. A csalafintaság hamar kiderült, ugyanis ecu volt a franciák legbecsebb pénzegysége a Valois-dinasztia idejében, de ez a tény már nem zavart senkit. 1979. március 13-án érvénybe lépett az új európai pénzügyi rendszer 2.30 márka/frank árfolyamszorzó alapján.

Az Európai Gazdasági Közösség létrehozása után 40, az ECU megjelenésétől pedig 19 évvel 11 országot minősítették az Euróra alkalmasnak a brüsszeli csúcson (Ausztria, Belgium, Finnország, Franciaország, Hollandia, Írország, Luxemburg, Németország, Olaszország,

Portugália, Spanyolország). Az Európai Bizottság szerint ezen országok megfelelnek az igen szigorú maastrichti konvergencia kritériumoknak. Ismeretes, hogy Görögország gazdasági helyzete miatt maradt ki, ugyanis a hat kritériumból ötnek nem felel meg, ezért 2001 után kíván csatlakozni. Politikai indokok alapján Dánia, Nagy-Britannia és Svédország viszont elutasítja az Eurót, közvéleményük idegenkedik a közös valutától.

Az ECU-tól az Euró-ig, avagy mennyire és mire volt elegendő az elfogadtatáshoz, bevezetéshez, alkalmazáshoz az eltelt 19 vagy 23 év. (Neves határidők: 1998. május 2., 1998 nyara, 1998. december 31., 1999. január 1., 2002. január 1., 2002. július 1.) Amíg az ECU „csak” elszámolási egység szerepét töltötte be, az Európai Monetáris Rendszerben a közvéleményt „kevésbé” érintette. Az Euró viszont rövid időn belül mintegy 300 millió polgár életébe avatkozik be úgy, hogy csábítóan jó, vagy keseríti azt. A kérdőjelek sokasága borzolja a kedélyeket, egy francia folyóiratban Corinne Lhaik cikkének már a címe is („Az Euróval kapcsolatos ismeretlenek”) prezen-tálja, hogy a jövő európai valutája továbbra is a széleskörű viták tárgya. És itt célszerű a marketingre háruló feladatokról is említést tenni. Szükséges vagy elégséges voltuk, netán hiányosságaik, kifejtett hatásuk-hatékonyságuk azonban csak a „fogyasztást” követően mérhetőek. A felkészülési stádium is más a 11 országban. A feladat igen széleskörű, amely természetesen a kialakított stratégia megvalósítására irányul. Ebben szó van a kommunikációs filozófiáról, a globális, központi és regionális imázs alakításától a tudat és indentitás formálásáig számos funkció- és eszközrendszerrel. Előnyöket és annak vonzó jellemzőit, pozícióit erősíti, magatartást befolyásol, tudatot erősít. Ezen kívül még számos oldalról közelíthető meg a cél, a közös pénz „eladása” és ez történjen úgy, hogy mindenütt bizonyíthatóan maradjon meg a nemzeti jelleg is. Ideológia-erősítés, meggyőzés, a bizalom megszerzése a közvéleménynél, érdekek, előnyök érvényre juttatásának segítése. Bár az egyes fogalmak ma már messze különböznek egymástól, közös területeik vannak. Az elmúlt egy-két évtized nemcsak a „marketing”-gel kapcsolatos terminológiai finomítást eredményezte, hanem ágazatokra, szakokra történő

szétválását is. Ezek alapján lényegesen árnyaltabban értelmezhetőek többek között a reklám, propaganda, PR, CI stb. fogalmak és megjelent egyes területek profilozódott marketingje, például az ország-, a kultúra-, a bank-, az idegenforgalmi marketing. És az Euro bevezetése mindezt meg is követeli. Egyesek szerint a gépezet beindult, az Euróról egy szlogen így hangzik: „Minél jobban megismerjük, annál jobban megszeretjük”. 2002-re pedig ez egészen tiszta úgy lesz.

A francia L'Express cikke szerint „néhány hónap”, és itt van az egységes valuta Európa 11 országában. E ténnyel kapcsolatban a változás néhány gyakorlati vonatkozásával foglalkozik, hogy „szép csendben szokjunk hozzá”. Az Euróról kétféleképp fogalmaz – sokk, forradalom, ugrás a semmibe, a legjobb és a legrosszabb értelemben. Vagy a logisztika oldaláról való másik megközelítés, ami arra vonatkozik, hogy több tízmilliárd bankjegyet és érmét kell kicserélni, logisztikát módosítani és mindent átszámolni, átárazni. Van aki nagy „felfordulásra” számít, mások szerint pont ezt kell kivédeni vagy mérsékelni. A szaksajtó repertoárja is változatos – Miként használjuk az Eurót?, Kik örülnek az Eurónak?, Mit ér az Euró?, Hogyan váltjuk át?, Az érmék összekeveredésének kockázata (8 féle van belőlük), Ki fizeti meg a bevezetés költségeit?, Változtat-e az új fizetőeszköz a vásárlóerőn? – és még sorolhatnám húszig a kérdéseket. Egy népszerűsítő kiadvány címe ugyanis „hogyan igazodjunk el húsz kérdésben?” kimerítő válaszokat ad. Kétkedők, ellenzők természetesen mindenütt vannak, azonban kérdéseik természete már megváltozott, már nem az a kérdés, hogy az Euró megszületik-e, hanem az, hogy sikeres lesz-e. Minden kérdés találó, még akkor is, ha a szakemberek szemében helytelennek is tűnik. Ezek a közvélemény kérdései. A szélsőségek között szűk az „átjáró”, de a 11 ország célja az, hogy az Eurót könnyen elfogadhatóvá és népszerűvé tegye a nehézségek lebecsülése nélkül. Az Euró eljövetele pedig egyes szolgáltatóknak már most is nagy üzlet, azt mondják, hogy az „Euróbusiness vonzó terület”. Az informatikai és engineering cégek az állással kapcsolatos tevékenysége már most 15–18 százalékos növekedésű (kettős árfeltüntetetés, számlázás, könyvvitel, fizetési jegyzék, átképzések, átszámolásra programozott zsebkalkulátorok, számítástechnikai rendszerek átállítása, szoftverek módosítása stb.).

Mindezekon kívül még egy személyt is meg kell említenem. Brüsszelben Yves-Thibault de Silguy, a téma európai biztosja mindössze három éve foglalkozik a közös pénz kialakításával, amit állítólag tökéletesen sikerült elindítania. Az ő 1995 márciusában megjelentetett Zöld Könyvének ajánlásait követik az érintett európai államok. Marketing-stratégiájának felépítéséhez tudta, hogyan értesse meg, hogy kinek, miért fontos az Euró, ezt részben el is tudta fogadtatni, hisz nagyon érti a kommunikáció nyelvét és ebben a saját egója is segíti.

A felkészülés folytatódik, azonban az euro által kiváltott gazdasági kérdések gyakorta politikai választ igényelnek. Lehetséges, hogy a monetáris unió kiötlői ezt így is akarták.

Dilemmák és elgázodás

Az euro messzinek tűnik még a civil szféra számára, a polgárok is csak 2002 januárjában foghatják kézbe, ekkor kerülnek ugyanis forgalomba az új pénz bankjegyei és érméi. Ahhoz, hogy fokozatosan lépjen be az emberek életébe, először mint a gyógyszer kell adagolni, majd lendületesebb lesz az ütem. Nincs tehát korán ahhoz, hogy a barátkozás megkezdődjön.

Az előzőekben már utaltam egy népszerűsítő kiadványra, amely 20, gyakorlatias – mivel „zsebre” megy – kérdésen keresztül tárgyalja az euróval kapcsolatos elgázodást, elsősorban francia megközelítésből.

Mint hivatalos magyar pénznem, megjelenése ténylegesen távoli, de talán érdemes a dilemmákat nekünk is megismernünk.

A 20 kérdés és a rövid válaszok:

1. Mikor válik ismertté és mit ér az euro?
A válasz már régóta ismert, 1998. december 31-én. Az euro egy ECU-vel lesz egyenlő. Mivel az ECU az azt alkotó valutáktól függően változik, már előre meghatározták, hogy a megszületésének előestéjén, 1998. december 31-én érvényes árfolyamot veszik alapul. Tehát ez a dátum az értékrogzítés időpontja.
2. Mikor jelenik meg az euro?
Elméletileg 1999. január 1-jén, valójában a háromnapos ünnep miatt csak január 4-én lesz hivatalos fizetőeszköz.
3. Mi történik 2002. január 1-jén?
Az euro ténylegesen is megérkezik, bankjegyei és pénzerméi ezen a keddi napon kerülnek forgalomba, azaz megjelennek bankokban, automatákban, kereskedőknél.
4. Mikor tűnik el a frank?
Legkésőbb 2002. július 1-jéig a párhuzamos forgalom időszaka lejár. A beváltásra 10 évig van lehetőség. A kérdésre a konkrét válasz viszont 1999. január 1-je, mivel a frank politikailag és gazdaságilag megszűnik.
5. Mely országok vesznek részt az euro bevezetésében?
Akik a maastrichti konvergencia-kritériumoknak megfeleltek, 11 ország: Franciaország, Németország, Olaszország, Portugália, Spanyolország, Belgium, Luxemburg, Hollandia, Írország, Ausztria, Finnország.
6. Ki fogja gyártani az új pénzt?
A nyolcféle érmét a tagállamok készítik el, Franciaországban a Bordeaux melletti Pessac pénzverdé-

- ben az euro készülése már megkezdődött. A hét eurobankjegy előállítását az Európai Központi Bank felelőssége. A gyakorlatban ezt is az adott országok készítik, szigorúan törekedve az azonosságra, nemzeti jelzés nélküliek. A nyomtatás elkezdődött.
7. Milyen lesz a bankjegyek felismerhetősége?
Az 5, 10, 20, 50, 100, 200 és 500 euros bankjegyek színe világos, az értéket jelölő számok nagyok. Méretük növekvő, arányosan a rajta szereplő értékkel, csak a 200 euro és 500 euro lesz azonos nagyságú, de tapintható tulajdonságaik lehetővé teszik a megkülönböztetést a vakok részére.
8. Az érmék összecserélésének mekkora a kockázata?
Nyolcféle van belőlük 1, 2, 5, 10, 20, 50 cent/vagy centime, illetve 1, 2 euro. A felismerhetőséget segíti a méret és súly különbsége, viszont kissé hátráltatja némelyikük azonos „vörösréz” színe. Sajnos a vakok nem kaptak megkülönböztető jeleket, mint például a lyuk az érmén, vagy a csipkésítés, de segíti őket az egyik oldalon lévő nemzeti jelkép (Marianné, Colosseum, sas stb.)
9. Hogy lehet a frankról áttérni az euróra és viszont?
A frankban kifejezett összeget az euro árfolyamával kell osztani (1998. december 31-én rögzítik). Az átváltási kulcs a tizedesvessző után kötelező jelleggel öt számjegyet tartalmaz. Az osztás után általában több tizedest tartalmazó számjegy keletkezik, ebből csak az első kettő számjegy, kötelező kerekítési szabályok alkalmazásával. A fordított átváltási művelet azonos szabályok szerint történik.
10. Mindig végig kell-e mindent számolni?
A banki műveletek esetében a bank végzi az átszámolást. A napi gyakorlathoz már elterjedően vannak az automatikus átszámítást végző kalkulátorok, amelyekben az euro-átváltási kulcs 1998. december 31-én pontosítható.
11. Keletkeznek-e „követelések” a kerekítés révén?
Matematikai okokból az oda-vissza átváltás nem ad azonos értéket, de nem válhat követeléssé. A differencia -3 és +3 centime között mozoghat az eredeti összegtől függően. A viták elkerülése érdekében a törvény úgy rendelkezik, hogy az adás még eltérés esetén is mentesül, ha a kerekítési szabályokat betartotta.
12. Mikortól fogják az árakat euróban megadni?
1999. január 1-jétől lehetséges, de nem kötelező. Feltételezhető, hogy a „nagyok” lesznek az úttörők, úgy mint szuper- és hipermarketek, áruházak, és 2002. január 1-jéig a kettős árcímke gyakorlattá válik.
13. Mit fognak csinálni a csomagküldő szolgáltatók?
A 2001–2002 őszi/téli katalógusok a célzott termékeknél az árakat már euróban adják meg, a többi ár frankban, esetleg euróban is. A 2002 tavaszi/nyári katalógusnál viszont fordított a helyzet, első helyen az euro, de a frankban érték is szerepel. A 2002–2003 őszi/téli katalógusban már csak egyes produktumok árai szerepelnek frankban.
14. Jól jön-e az átállás a kereskedőknek ahhoz, hogy árat emeljenek?
Ez a félelem a fogyasztóknál igen gyakori. A szakértők úgy vélekednek: a kereskedők nem érdekeltek abban, hogy vastagabban számoljanak, ha meg akarnak tartani olyan fogyasztókat, akiket úgylis megzavar az euro belépése. A konkurencia is visszatartó tényező.
15. Hogyan kerülhetők el a visszaélések?
Alapszabály, hogy tilos egy terméket euroban drágábban eladni, mint frankban, vagy fordítva. Természetesen a fogyasztói szövetségek, civil szervezetek folyamatosan ellenőrzik az áralakulásokat, a kiszereelés-változtatásokat, a pszichológiai árkülcsöböket és segítséget nyújtanak a jogviták rendezéséhez.
16. Mikortól lehet euróban fizetni?
1999. január 1-jétől. Bár ekkor még nincs forgalomban érme és bankjegy, de euroval csekken, átutalással, bankkártyával egyes bankoknál már lehet pénzügyi műveleteket végezni. Azonban sem a bankok, sem a kereskedők nem kötelezettek még erre, illetve az elfogadásra.
17. Mi a teendő, ha 1999. január 1-je és 2001. december 31. között euróban kap valaki egy összeget?
A címzett bankja átváltja és átutalja a számlájára. A megtakarítások, osztlékok viszont már euróban maradnak.
18. Változtat-e az euro a vásárlóerőn?
A szakértők szerint a válasz egyszerűen nem, az változatlan marad. Történik ez annak ellenére, hogy az értékek nominális összege alacsonyabb, így az a benyomás alakulhat ki, hogy „kevesebbet kapunk”. Idő kell ahhoz, hogy az újfajta értékskálához hozzászokjanak a fogyasztók.
19. Ki fizeti meg az euroval kapcsolatos költségeket?
Jelenleg még nehéz meghatározni a költségeket, egyébként is a szereplők függvényében változnak. Az exportőröknél például enyhíti a helyzetet, hogy eltűnik az árfolyamkockázat. A kisvállalkozások, kereskedők esetében egyelőre három verzió ajánlott: a haszon csökkentése, nyereség a termelékenységből, vagy áremelés.
20. Megfizettetik-e a bankok ennek árát az ügyfelekkel?
Ezt csak szeretnék. Az ezt érintő ajánlásban egyes műveletek ingyenesek, mások viszont fizető szolgáltatások, de alacsonyabb áron. A kötelező műveletek ingyenesek, például egy frankban vezetett számla átállítása euróra, viszont egy esetleges visszatérés frankra már térítéses szolgáltatás. Mindezekhez azonban a bankok együttműködése még szükséges.

Szerzőnk mérnök-üzemgazda, a Gazdasági Minisztérium szakmai tanácsadója