

Cuvântul de deschidere al guvernatorului Băncii Naționale a României

Denominarea leului, proiect de importanță națională, a implicat în derularea sa atât instituții publice, cât și private. Pentru reușita acestuia a existat o permanentă colaborare între actorii implicați: Parlament, Guvern, Banca Națională, sistem bancar, societăți comerciale etc., care au înțeles încă de la început că de buna derulare a procesului denominării depinde evoluția pozitivă a societății românești în ansamblu.

După publicarea Legii nr. 348/14.07.2004 privind denominarea monedei naționale, s-a trecut la aplicarea în practică a măsurilor necesare implementării acesteia.

Acțiunile au fost desfășurate pe trei planuri:

- proiectarea și lansarea în producție a noilor însemne monetare;
- adaptarea sistemului bancar (sistem de plăți, sistem informatic, contabilitate etc.) la cerințele impuse de denominarea monedei naționale;
- elaborarea și derularea unei campanii de informare a publicului la nivel național.

În acest scop au fost înființate o serie de colective de lucru la care au participat reprezentanți ai băncilor comerciale, ai marilor lanțuri de magazine etc., menite să asigure o cât mai corectă corelare a acțiunilor întreprinse de Banca Națională cu nevoile reale ale sistemului bancar și societății românești în general.

Menționez aici doar conlucrarea deosebită cu băncile comerciale pentru elaborarea Circularei BNR nr. 7/2005 privind măsurile care trebuie luate de către instituțiile de credit/Trezoreria statului pentru aplicarea Legii nr. 348/2004 privind denominarea monedei naționale.

O bună colaborare a fost aceea cu instituțiile statului implicate în procesul denominării, cum ar fi: Ministerul Finanțelor Publice și Ministerul Administrației și Internelor. Cu acesta din urmă a fost încheiat un protocol de colaborare în vederea distribuirii materialelor tipărite (afișe și pliante) pentru informarea publică privind "leul nou", astfel încât acestea să ajungă până în cel mai îndepărtat cătun.

Campania de informare publică la nivel național a fost astfel concepută încât să asigure transmiterea informațiilor esențiale despre punerea în circulație a leului nou. S-a optat pentru o campanie echilibrată, care să nu panicheze publicul și care să contribuie la înlăturarea oricăror "spaiame" privind denominarea monedei naționale.

Pentru derularea campaniei au fost încheiate acorduri de colaborare cu importante trusturi de media.