

LIJST VAN AFKORTINGEN

ATM	Automated Teller Machine
BBP	Bruto binnenlands product
BEA	Bureau of Economic Analysis
BIB	Bank voor Internationale Betalingen
BLEU	Belgisch-Luxemburgse Economische Unie
BTW	Belasting over de toegevoegde waarde
CPI	Consumptieprijsindex
EC	Europese Commissie
ECB	Europese Centrale Bank
ESR	Europees Systeem van Rekeningen
EU	Europese Unie
FEDERGON	Federatie voor uitzendarbeid
HICP	Geharmoniseerde consumptieprijsindex
ICT	Informatie- en communicatietechnologie
IMF	Internationaal Monetair Fonds
INR	Instituut voor de Nationale Rekeningen
ISM	Institute for Supply Management
MEZ	Ministerie van Economische Zaken
MTA	Ministerie van Tewerkstelling en Arbeid
NBB	Nationale Bank van België
NIS	Nationaal Instituut voor de Statistiek
OESO	Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling
RSZ	Rijksdienst voor Sociale Zekerheid
RVA	Rijksdienst voor Arbeidsvoorziening
UCV	Uitwisselingscentrum van te verrekenen verrichtingen van het Belgisch financieel systeem
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System

CONVENTIONELE TEKENS

–	het gegeven bestaat niet of heeft geen zin
n.	niet beschikbaar
pct.	procent
p.m.	pro memorie
r	raming
v	voorlopig

EFFECTEN VAN DE OVERGANG NAAR DE CHARTALE EURO OP DE INFLATIE

INLEIDING

De overgang naar de chartale euro op 1 januari 2002 was ontegensprekelijk een succes, en de eurobankbiljetten en -munten werden door de bevolking positief onthaald. De aanpassing van de prijzen aan de nieuwe munteenheid heeft echter vragen opgeroepen die in dit artikel zullen worden behandeld.

In eerste instantie worden de kanalen waarlangs de invoering van de euro de prijzen kan beïnvloeden, toegelicht op basis van de meest recente gegevens. Het eerste kanaal betreft de weerslag, op de prijzen, van de kosten en baten verbonden aan de invoering van de euro. Het tweede kanaal is dat van de aantrekkelijke prijzen en de afrondingen. De invoering van de euro kan immers de verleiding doen ontstaan de in euro omgezette prijzen – naar boven – af te ronden om te komen tot nieuwe aantrekkelijke prijzen. Het derde kanaal, ten slotte, betreft de hergroepering van prijswijzigingen, doordat de invoering van de euro een gelegenheid biedt om prijswijzigingen die gewoonlijk in de tijd zijn gespreid te concentreren.

In tweede instantie is getracht het effect te ramen dat de invoering van de euro op de inflatie sorteert. Het kan echter hooguit gaan om een benadering, vermits het uitermate moeilijk, zometer onmogelijk is de effecten van de overgang op de euro te onderscheiden van andere, meer traditionele factoren die mogelijk anderszins aanleiding hebben gegeven tot prijswijzigingen, met name de stijgingen van de aankooprijzen van de intermediaire inputs, de stijging van de loonkosten, of de verandering van de winstmarges.

Tot slot wordt kort ingegaan op de dubbele prijsaanduiding, meer bepaald op haar toepassings-

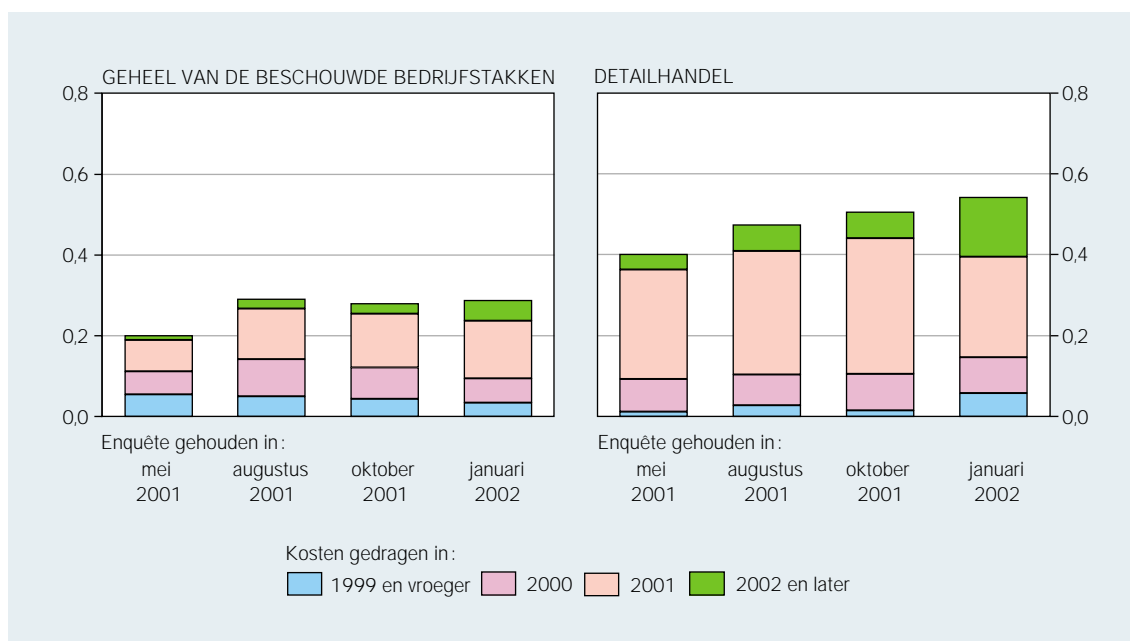
graad op het ogenblik van de omschakeling, alsook op het tempo waarin zij naar verwachting zal verdwijnen.

1. EFFECTEN OP DE PRIJZEN: DRIE MOGELIJKE KANALEN

1.1 WEERSLAG VAN DE KOSTEN EN BATEN VERBONDEN AAN DE INVOERING VAN DE EURO

Doorheen de verschillende «euro-enquêtes» die de Bank bij de ondernemingen heeft gevoerd, is de raming van de kosten verbonden aan de invoering van de eenheidsmunt opmerkelijk stabiel gebleven. Voor het geheel van de ondernemingen die aan de enquête hebben deelgenomen, lijkt het kostenniveau eerder laag. Uit de enquête van januari 2002 blijkt immers dat zij beperkt zouden blijven tot 0,29 pct. van de omzet. Bovendien werd een niet-onaanzienlijk deel – ongeveer een derde – reeds gedragen vóór 2001. De helft van de kosten werd in de loop van 2001 in rekening gebracht; het saldo heeft betrekking op 2002 of op de daaropvolgende jaren. Bij de laatste enquête hebben de ondernemingen de spreiding van de kosten over de verschillende jaren gewijzigd en meer kosten toegerekend aan 2002. Dat is vooral het geval voor de ondernemingen van de detailhandel, waar een verschuiving van de kosten lijkt te hebben plaatsgevonden van 2001 naar 2002. Overigens blijken deze ondernemingen hogere kosten te hebben gedragen dan gemiddeld, vermits laatstgenoemde 0,54 pct. van de omzet vertegenwoordigen.

De baten die de ondernemingen uit de invoering van de euro zullen halen, zijn veel moeilijker te

GRAFIEK 1 – KOSTEN VAN DE INVOERING VAN DE EURO GEDRAGEN DOOR DE ONDERNEMINGEN ¹*(procenten van de omzet)*

Bron : NBB.

¹ Enquête uitgevoerd in de sector van de particuliere ondernemingen, ongerenkend de bedrijfstak van de diensten aan gezinnen, de financiële instellingen en de verzekeringsmaatschappijen. Resultaten geëxtrapoleerd volgens de omvang van de bedrijfstakken en de verdeling van de ondernemingen naar grootte binnen elke bedrijfstak. De extrapolatie is gebaseerd op de werkgelegenheidsgegevens van de RSZ op 30 juni 2000.

kwantificeren. Tijdens de eerste enquêtes weer- spiegelde deze moeilijkheid zich in het lage ant- woordpercentage op deze vraag, dat rond de 50 à 60 pct. schommelde. Bij de enquête van januari 2002 is het antwoordpercentage geste- gen tot 79 pct., maar die toename ging gepaard met een groter aantal deelnemers die verklaar- den dat de verwachte voordelen onbestaande waren. Deze groep vertegenwoordigde 60 pct. in januari, tegenover 40 pct. in oktober 2001. De raming van de baten is bijgevolg achteruit- gegaan ten opzichte van de vorige enquêtes, en kwam uit op 0,03 pct. van de omzet tegenover 0,14 pct. in mei 2001. In tegenstelling tot de kosten, zijn de voordelen van de eenheidsmunt echter recurrent en zouden zij op termijn een neerwaarts effect op de prijzen moeten sorte- ren. Daarenboven zou de economie ook voor- deel moeten halen uit de grotere prijstranspa- rantie, die de concurrentie aanwakkert en een blijvend temperend effect sorteert op het alge- mene prijspeil.

Vermits de kosten verbonden aan de invoering van de euro eenmalig en relatief beperkt zijn, terwijl de baten een permanent karakter heb- ben, is het weinig waarschijnlijk dat dit eerste kanaal belangrijke prijsstijgingen heeft veroor- zaakt. Dit verklaart waarom bijzondere aandacht wordt besteed aan het tweede kanaal, namelijk dat van de aantrekkelijke prijzen. Dit kanaal wordt immers meestal beschouwd als de belang- rijkste bron van eventuele prijsstijgingen.

1.2 ROL VAN DE AANTREKKELIJKE PRIJZEN EN AFRONDINGEN

Daling van het percentage aantrekkelijke prijzen in frank in de loop van het tweede semester van 2001

Aan de hand van de vastgestelde praktijken inzake prijszetting in frank kunnen de aantrekk- elijke prijzen worden gedefinieerd als prijzen die

KADER 1 – GEHANTEERDE BRONNEN

De door de Bank gehouden euro-enquêtes

Sinds mei 2001 heeft de Bank bij de ondernemingen enquêtes over de invoering van de euro gehoudenⁱ. Behalve een maandelijks onderdeel voor de vragen die verband houden met de voorbereidingsgraad van de ondernemingen, werd in mei, augustus en oktober 2001 nog een tweede vragenlijst opgestuurd. Deze vragenlijst had betrekking op de omvang en de aard van de kosten en baten verbonden aan de invoering van de euro, alsook op het door de ondernemingen gevoerde beleid inzake prijsaanpassingen en dubbele prijsaanduidingⁱⁱ. De laatste enquête, die eind januari 2002 werd gehouden, na de overgang, werd aangepast en legde meer de nadruk op de weerslag van de invoering van de euro op de verkoopprijzen. In totaal hebben 2.605 van de 5.500 ondervraagde ondernemingen, waaronder 361 ondernemingen afkomstig uit de detailhandel, deze laatste enquête beantwoord.

De gedetailleerde databank van de Consumptieprijsindex (CPI)

De gedetailleerde databank met individuele prijsnoteringen waarvan het ministerie van Economische Zaken (MEZ) gebruik maakt om de CPI op te stellen, is geschikt voor een analyse van de aantrekkelijke prijzen. Eind 2001 werd dit onderwerp onder meer bestudeerd op basis van een simulatie van het worst-case scenario uitgaande van de hypothese dat elke aantrekkelijke prijs in Belgische frank systematisch naar boven zou worden afgerond om te komen tot de dichtstbijzijnde aantrekkelijke prijs van hetzelfde type in euro. In een dergelijk scenario zou het effect op de index 0,54 à 0,72 procentpunt bedragenⁱⁱⁱ. Voor dit artikel werden deze gegevens gebruikt om het aanpassingsproces van de aantrekkelijke prijzen in de loop van 2001^{iv} te onderzoeken. Deze databank bevat enkel de op het terrein genoteerde prijswaarnemingen, met name zowat 105.000 waarnemingen die elke maand worden opgetekend in meer dan 10.000 verkooppunten verspreid over 65 gemeenten. De prijzen van de producten die centraal werden opgevolgd, zoals de verzekeringspremies, de NMBS-tarieven, de prijzen van elektriciteit en gas, werden niet onderzocht.

ⁱ Alle bedrijfstakken werden beschouwd, met uitzondering echter van de diensten aan gezinnen (inclusief de horeca, het toerisme en de gezondheidszorg) en de financiële en verzekeringsdiensten.

ⁱⁱ De volledige resultaten van deze enquêtes zijn beschikbaar op de Internetsite van de Nationale Bank van België www.bnb.be, onder de rubriek «Persberichten».

ⁱⁱⁱ Aucremanne L. and Cornille D. (2001), «Attractive prices and euro-rounding effects on inflation», *National Bank of Belgium Working Papers – Documents Series*, N°17 (November).

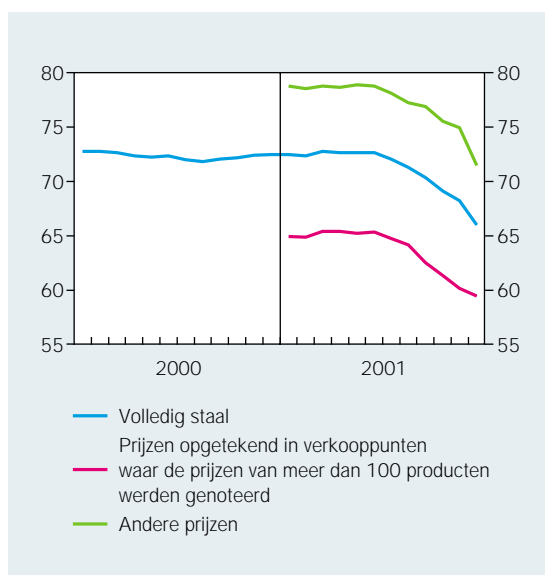
^{iv} De gegevens zijn slechts beschikbaar tot december 2001 inclusief.

eindigen op 0, 5, 9 of 98. Het aandeel van deze prijzen is tot medio 2001 relatief stabiel gebleven op iets meer dan 72 pct. Deze vaststelling impliceert dat het prijsbeleid ook als stabiel kan worden beschouwd: wanneer de aantrekkelijke prijzen veranderen, blijven de nieuwe

prijzen gewoonlijk aantrekkelijke prijzen in frank. Tussen juni en december 2001 is het percentage aantrekkelijke prijzen echter met 6,6 pct. gedaald. Redelijkerwijs kan worden aangenomen dat deze vermindering de tendens weerspiegelt om het prijsbeleid geleidelijk aan te

GRAFIEK 2 – AANDEEL VAN DE AANTREKKELIJKE PRIJZEN IN FRANK : PRIJZEN EINDIGEND OP 0, 5, 9 OF 98

(procenten van het totaal)



Bronnen: MEZ, NBB.

passen aan de toepassing van aantrekkelijke prijzen in euro¹.

Een afzonderlijke berekening werd gemaakt voor de producten die in de grootwarenhuizen worden verkocht. Vermits de Bank niet over informatie beschikt op basis waarvan de verkooppunten kunnen worden geïdentificeerd, werden de grootwarenhuizen willekeurig gedefinieerd als winkels waar voor één bepaalde maand de prijzen van meer dan honderd producten werden opgetekend. Het percentage aantrekkelijke prijzen in de grootwarenhuizen ligt lager dan gemiddeld, omdat zij voornamelijk voedingsproducten en dranken verkopen waarvoor aantrekkelijke prijzen minder gangbaar zijn. De grootste winkels treft men vooral aan in de voedingssector, waar zij gemiddeld 60 pct. van de onderzochte producten vertegenwoordigen. Overigens was de daling van het percentage aantrekkelijke prijzen in het tweede semester van 2001 minder uitgesproken voor de producten die worden verkocht in de grote winkels. Dit verschil was bijzonder duidelijk in december 2001.

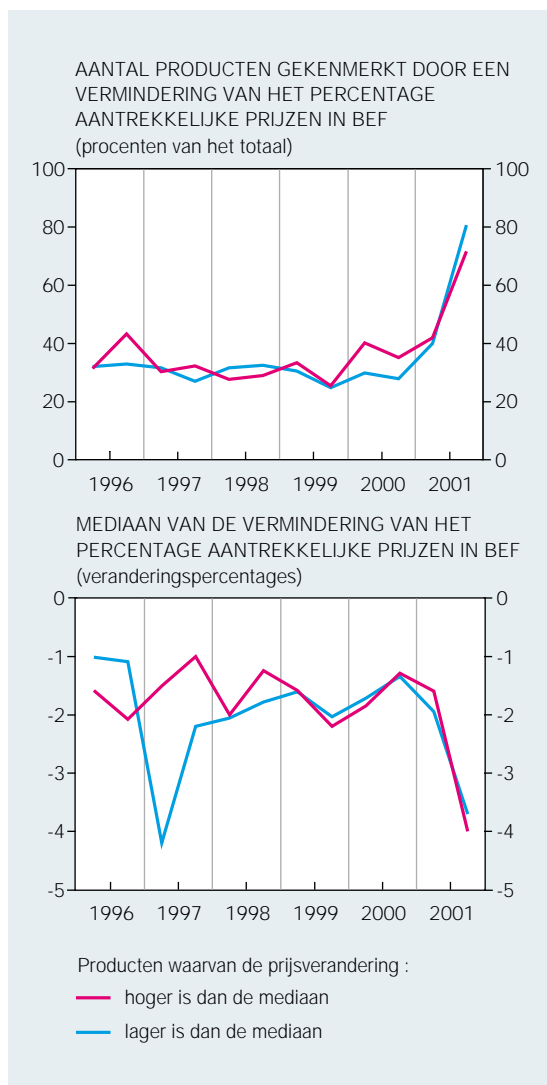
Rekening houdende met deze ontwikkeling en met de scherpe concurrentie in deze sector, is het weinig waarschijnlijk dat zich in de grootwarenhuizen forse prijsstijgingen hebben voorgedaan. De enquêtes van de Economische Inspectie van het MEZ, waaruit blijkt dat de prijzen in de grote winkels tussen april 2001 en januari 2002² licht zijn gedaald, staven deze hypothese.

In totaal nemen de grootwarenhuizen slechts circa 18 pct. van de CPI voor hun rekening, maar hun overwicht in de voedingssector is niet zonder belang. Uit de simulaties van het worst-case scenario, dat in kader 1 kort wordt beschreven, bleek immers dat het voor deze producten was dat het theoretische risico in geval van afronding naar boven het grootst was. Dit kan worden verklaard door het overwicht van de kleine prijzen, waarvoor het afrondingseffect proportioneel belangrijker is. Dit compenseert het feit dat het hanteren van aantrekkelijke prijzen er minder frequent is dan gemiddeld. De bijdrage van de voedingsproducten en dranken aan het totale resultaat van het worst-case scenario (van 0,54 tot 0,72 procentpunt) vertegenwoordigt 0,25 procentpunt. Als men ervan uitgaat dat de afrondingseffecten nihil zouden kunnen zijn voor 60 pct. van deze producten – dit wil zeggen voor de producten die in de grootwarenhuizen worden verkocht – valt het resultaat 0,15 procentpunt lager uit, zelfs zonder rekening te houden met het feit dat de grootwarenhuizen ook bepaalde niet-voedingsproducten verkopen die in de CPI zijn opgenomen. Deze producten vertegenwoordigen ongeveer 6 pct. van de totale CPI.

Teneinde na te gaan of er een duidelijk verband bestaat tussen de aanpassing van de prijzen aan de euro en de verandering van deze prijzen, worden twee variabelen die de strategie voor het

¹ Deze hypothese werd getoetst aan de hand van een grondige analyse van het verloop van de verdeling van de prijzen voor diverse geselecteerde producten.

² Ministerie van Economische Zaken (2002), 8ste euro-enquête – januari 2002, perscommuniqué van 6 februari 2002.

GRAFIEK 3 – VERLOOP VAN HET PERCENTAGE AANTREKKELIJKE PRIJZEN

Bronnen : MEZ, NBB.

bepalen van de aantrekkelijke prijzen kenmerken, vergeleken voor twee substaten van producten. Het eerste substaal is dat van de producten die gekenmerkt zijn door de hoogste prijsveranderingen – hoger dan de mediane prijsverandering – en het tweede is dat van de producten gekenmerkt door prijsveranderingen die onder de mediaan blijven. De vergelijking is voor de periode 1996-2001 opgesteld per semester.

In de tweede helft van 2001 is het aantal producten waarvoor de aantrekkelijke prijzen in

frank schaarser worden, gestegen. Deze tendens is duidelijk, zowel voor de hoogste prijsveranderingen als voor de lagere prijsveranderingen, wat betekent dat de overgang naar aantrekkelijke prijzen in euro niet noodzakelijk gepaard is gegaan met sterke prijsstijgingen. Het aantal producten waarvoor het percentage aantrekkelijke prijzen in frank in het tweede semester van 2001 is gedaald in het eerste staal – dat met de hoogste prijsveranderingen – is trouwens iets kleiner dan in het tweede staal.

De mediane daling van het percentage aantrekkelijke prijzen in frank¹, die veel meer uitgesproken was in de tweede helft van 2001 dan in de meeste voorgaande periodes, toont ook een parallisme tussen beide staten, zodat ook in dit geval geen eenzijdig verband lijkt te bestaan tussen, enerzijds, de omvang van de aanpassing van de aantrekkelijke prijzen en, anderzijds, de omvang van de vastgestelde prijsveranderingen. De intensiteit van het aanpassingsproces is blijkbaar echter ietwat meer uitgesproken in het staal met de hogere prijsveranderingen.

Aanpassing van de aantrekkelijke prijzen in 2002

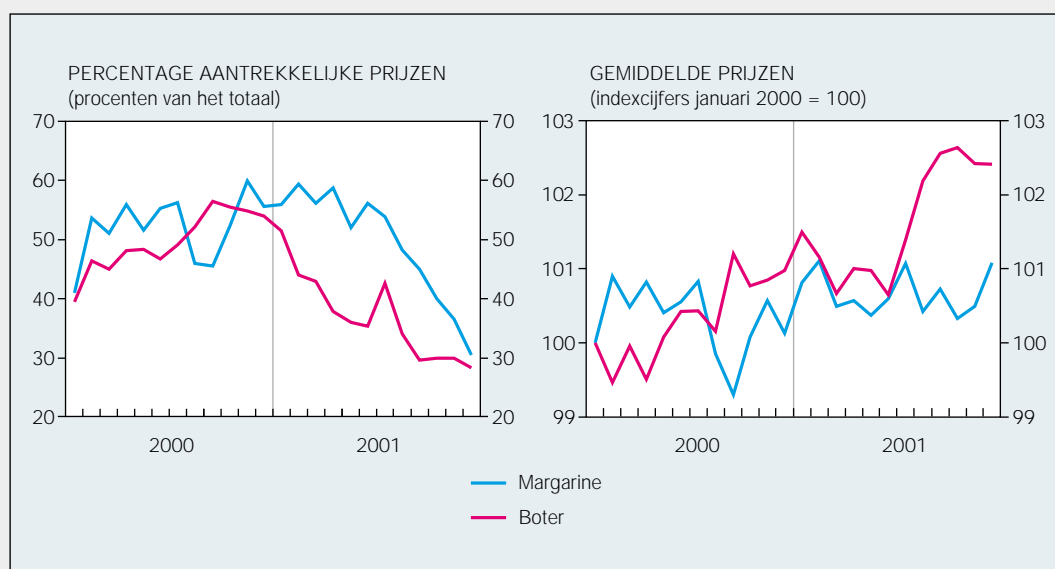
De aanpassing van de aantrekkelijke prijzen in euro is een dynamisch proces dat in 2001 heeft ingezet en zich in 2002 voortzet. Uit de door de Bank in januari 2002 gehouden enquête is gebleken dat, voor het geheel van de beschouwde bedrijfstakken, 40 pct. van de ondernemingen aantrekkelijke prijzen hanteert. Dit percentage ligt echter hoger voor de ondernemingen van de detailhandel: onder hen hanteert circa 60 pct. aantrekkelijke prijzen². Van

¹ Deze tweede variabele werd uiteraard slechts berekend voor de producten waarvoor het percentage aantrekkelijke prijzen in frank daadwerkelijk is gedaald.

² Het aandeel van 72 pct. aantrekkelijke prijzen in frank in de gedetailleerde databank van het MEZ lijkt te stroken met de resultaten van de euro-enquête, namelijk een aandeel van 60 pct. van de ondernemingen die aantrekkelijke prijzen hanteert. Dit is nog meer het geval indien rekening wordt gehouden met de dekingsverschillen, vermits de euro-enquête met name niet de sector van de diensten aan gezinnen omvat, meer bepaald de horeca, waar aantrekkelijke prijzen zeer frequent worden toegepast.

KADER 2 - HEEFT DE AANPASSING VAN DE AANTREKKELIJKE PRIJZEN AANLEIDING GEGEVEN TOT EEN VERSNELLING VAN DE INFLATIE? EEN CONCREET VOORBEELD: BOTER EN MARGARINE

Deze twee producten werden gekozen omdat zij onderling substitueerbaar zijn. Daarenboven kan men redelijkerwijs aannemen dat zij het voorwerp uitmaken van dezelfde prijsstrategie in euro, omdat zij gewoonlijk in dezelfde winkels worden verkocht. In 408 winkels die beide producten verkopen, was het percentage aantrekkelijke prijzen voor beide producten in 2000 vergelijkbaar, en is het percentage aantrekkelijke prijzen in frank in 2001 gedaald voor boter en margarine.



Bronnen: MEZ, NBB.

Ondanks de overeenkomsten inzake vorming van aantrekkelijke prijzen, stelt men in 2001 een opmerkelijk verschil in prijsverloop tussen beide producten vast. Terwijl de gemiddelde prijs van boter vanaf juli is gestegen, was dit niet het geval voor margarine. Dit toont duidelijk aan dat een vermindering van het percentage aantrekkelijke prijzen niet automatisch uitmondt in prijsstijgingen. Het uiteenlopende prijsverloop zou bijgevolg vooral te wijten zijn aan productgebonden kostenstijgingen. Blijkbaar heeft de vastgestelde stijging van de producentenprijzen van zuivelproducten, waarschijnlijk als gevolg van de verscherpte maatregelen met betrekking tot de voedselveiligheid na de BSE-crisis (bovine spongiforme encefalopathie) en de mond-en-klauwzeerepidemie een weerslag gehad op de consumptieprijzen van boter, maar ook op die van melk, yoghurt, enz.

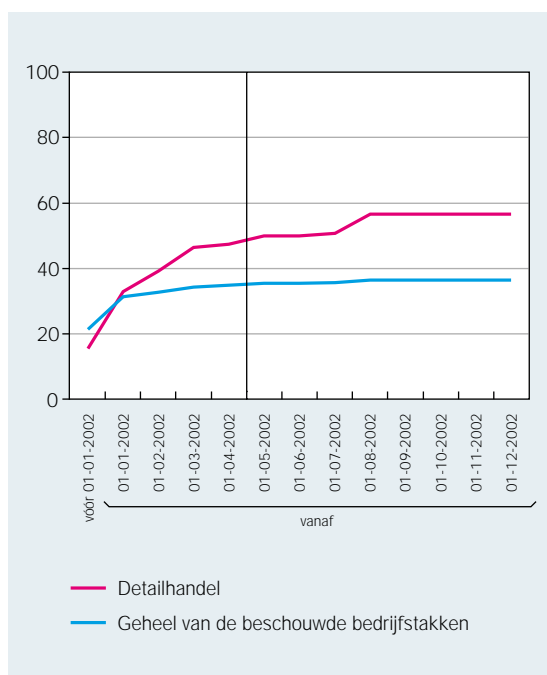
die ondernemingen hanteerde iets meer dan 15 pct. reeds vóór 1 januari 2002 aantrekkelijke prijzen in euro. Dit aandeel is tegen de

maand januari 2002 gestegen tot ongeveer een derde, en tot meer dan 45 pct. tegen de maand maart 2002. Voor de overige ondernemingen die

beweren aantrekkelijke prijzen te hanteren, zou hun aanpassing aan de euro geleidelijk moeten gebeuren tegen december 2002, maar de aanpassingen zouden grotendeels moeten zijn voltrokken tegen de maand augustus, namelijk net na de zomerkoopjes. Vermits de analyse van de resultaten op het vlak van inflatie de periode bestrijkt tot april 2002, is het vermeldenswaardig dat volgens de enquête van de Bank zowat 80 pct. van de ondernemingen van de detailhandel die aantrekkelijke prijzen hanteren, van plan waren deze uiterlijk in april in euro vast te stellen. Blijkbaar verliep de aanpassing van die prijzen voor het geheel van de beschouwde bedrijfstakken sneller dan in de detailhandel: het percentage aantrekkelijke prijzen dat al vóór begin januari aan de euro was aangepast, was niet-onaanzienlijk, en de meeste prijzen die nog niet waren aangepast, zijn sinds januari 2002 in euro uitgedrukt.

GRAFIEK 4 – AANTAL ONDERNEMINGEN DAT AANTREKKELIJKE PRIJZEN IN EURO HANTEERT¹

(procenten van het totaal, enquête van januari 2002)

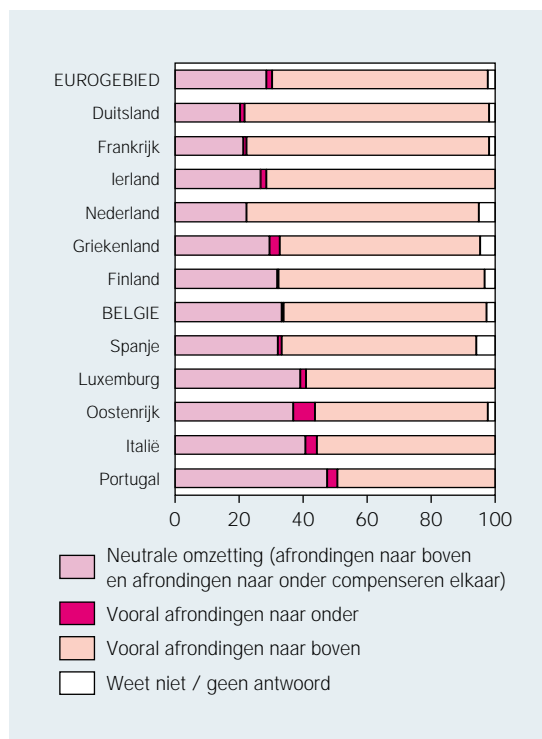


Bron : NBB.

¹ Zie de voetnoot bij grafiek 1.

GRAFIEK 5 – PERCEPTIE VAN DE CONSUMENTEN INZAKE AFRONDING BIJ DE OMZETTING IN EURO

(procenten van het totaal)



Bron : EC.

Uit de euro-enquête van januari 2002 blijkt dat het effect op de prijzen van de omzetting van aantrekkelijke prijzen in frank in meer dan 80 pct. van de gevallen neutraal is. In de andere gevallen zou de aanpassing het vaakst naar boven geschieden, behalve in de detailhandel, waar de aanpassing van de aantrekkelijke prijzen vaker naar onder zou gebeuren. Deze sector omvat echter zowel de grootwarenhuizen als de kleinhandel, en de enquête voert geen onderzoek naar de diensten aan de gezinnen, met name de horeca, het toerisme en de gezondheidszorg, noch naar de financiële en verzekeringsdiensten.

Ondanks het feit dat verschillende factoren erop wijzen dat de aanpassing van de aantrekkelijke prijzen aan de euro niet noodzakelijk tot prijsstijgingen heeft geleid, zien de consumenten dat

totaal anders. Volgens de enquête van de EC van januari 2002 heeft 67,3 pct. van de ingezetenen van het eurogebied en 63,4 pct. van de Belgen het gevoel dat de prijsomzetting in hun nadeel is gebeurd. Dit niveau leunt dicht aan bij het percentage personen die bij de laatste opiniepeiling vóór de changeover vreesde voor misbruiken – namelijk 65 pct. voor het eurogebied en 60 pct. voor België. Het gevoel dat de prijsomzetting in euro neutraal is geweest, dit wil zeggen dat de afrondingen naar boven en naar onder elkaar compenseren, wordt gedeeld door ongeveer een derde van de ondervraagde personen in België, tegen 28,5 pct. in het eurogebied.

1.3 HERGROEPERING VAN PRIJSWIJZIGINGEN DIE NIET GEKOPPELD ZIJN AAN DE INVOERING VAN DE EURO

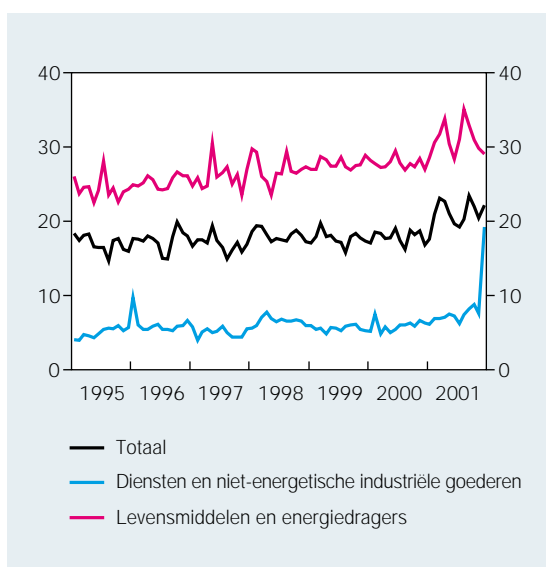
Vermits prijswijzigingen gepaard gaan met vaste kosten, kan de overgang op de euro – die alle

ondernemingen heeft verplicht hun prijzen te wijzigen – tijdens de omschakelingsperiode hebben geleid tot een hergroepering van prijswijzigingen die niet gekoppeld zijn aan de invoering van de euro. Op deze manier kunnen de prijswijzigingskosten, die vaak worden omschreven als menukosten¹, immers worden gedrukt.

De prijswijzigingen van de ene maand op de andere zijn tijdens de periode 1995-2000, na seizoenszuivering, relatief stabiel gebleven rond de 18 pct.; in 2001 werden zij vervolgens talrijker. Die toename is in hoofdzaak te wijten aan de componenten energiedragers en levensmiddelen, die nog volatieler waren dan gewoonlijk vanwege de schokken die deze producten hebben getroffen. Voor de diensten en niet-energetische industriële goederen zijn de prijswijzigingen daarentegen tot medio 2001 stabiel gebleven op een relatief laag peil, volledig vergelijkbaar met de voorgaande jaren. Vervolgens werd een beperkte stijging vastgesteld, gevolgd door een forse toename in december 2001, wat de hypothese van een hergroepering van de prijsveranderingen lijkt te staven.

GRAFIEK 6 – PRIJSWIJZIGINGEN TEN OPZICHTE VAN DE VORIGE MAAND – SEIZOENGEZUIVERDE REEKSEN

(procenten van het totaal)



Bronnen: MEZ, NBB.

Om de hypothese van een hergroepering van de prijsveranderingen te kunnen bevestigen, dient echter ook te worden nagegaan of op de stijging van het aantal prijswijzigingen – ingezet eind 2001 en waarschijnlijk doorgetrokken tijdens de eerste maanden van 2002 – later in 2002 een vertraging volgde.

2. HET EFFECT VAN DE EURO OP DE INFLATIE – EEN POGING TOT RAMING

Het is delicaat om een raming te maken van het effect dat de invoering van de chartale euro op

¹ Naar analogie van de noodzakelijke aanpassing van de menu's in restaurants.

de inflatie sorteert, vooral daar dat effect haast onmogelijk kan worden onderscheiden van de meer traditionele factoren die ten grondslag liggen aan prijsstijgingen. Uit de euro-enquête van januari 2002 blijkt dat het opwaartse effect van de invoering van de euro op het algemene prijspeil beperkt zou zijn gebleven; zij plaatst echter ook het voormelde identificatieprobleem duidelijker op de voorgrond.

2.1 IDENTIFICATIE VAN DE OORZAKEN VAN PRIJSSTIJGINGEN

Ruim 85 pct. van de bedrijven die hebben deelgenomen aan de enquête van januari 2002 hebben verklaard dat de invoering van de euro geen stijging van de verkoopprijzen tot gevolg heeft gehad. Was dat toch het geval, dan lijken de factoren die met de invoering van de euro gepaard zijn gegaan, nl. de afrondingen naar aantrekkelijke prijzen in euro en de weerslag van de kosten verbonden aan de overgang op de euro, een relatief weinig belangrijke impact te hebben gehad. Naar orde van belangrijkheid komen die factoren immers respectievelijk op de vierde en zesde plaats, duidelijk achter andere factoren zoals de stijging van de loonkosten of de verhoging van de aankooprijzen. In de kleinhandel wordt

echter als eerste reden voor de prijsstijgingen de verhoging van de aankooprijzen vermeld, onmiddellijk gevolgd door de afrondingen naar aantrekkelijke prijzen in euro en de weerslag van de aan de overgang op de euro verbonden kosten. Niettemin hebben slechts 12 pct. van de bedrijven uit deze branche meegedeeld dat zij hun prijzen effectief hebben opgetrokken.

2.2 RECENT VERLOOP VAN DE VOORNAAMSTE BESTANDDELEN VAN DE HICP

Zowel in België als in het eurogebied is de inflatie tussen december 2001 en januari 2002 fors aangetrokken. Die ontwikkeling is in eerste instantie toe te schrijven aan het verloop van de prijzen voor niet-bewerkte levensmiddelen en voor energiedragers. In eerstgenoemd geval waren de prijsstijgingen het resultaat van slechte weersomstandigheden in Europa waardoor de groentenprijzen fors in de hoogte gingen. In het tweede geval was de prijsversnelling toe te schrijven aan een basiseffect, namelijk de uitgesproken prijsdaling voor energiedragers in januari 2001. Deze producten hebben trouwens ook in de Europese landen die geen deel uitmaken van het eurogebied, in januari

TABEL 1 – GEHARMONISEERDE CONSUMPTIEPRIJSINDEX

(wijziging t.o.v. de overeenstemmende periode van het voorgaande jaar)

	België	Eurogebied	Denemarken	Verenigd Koninkrijk
December 2001	2,0	2,0	2,1	1,0
Januari 2002	2,6	2,7	2,5	1,6
Versnelling van de inflatie tussen december 2001 en januari 2002	0,7	0,7	0,4	0,6
waaraan is bijgedragen door:				
Niet-bewerkte levensmiddelen	0,3	0,2	0,1	0,1
Energiedragers	0,4	0,3	0,1	0,3
Overige factoren	0,2	0,2	0,2

Bronnen: EC, NBB.

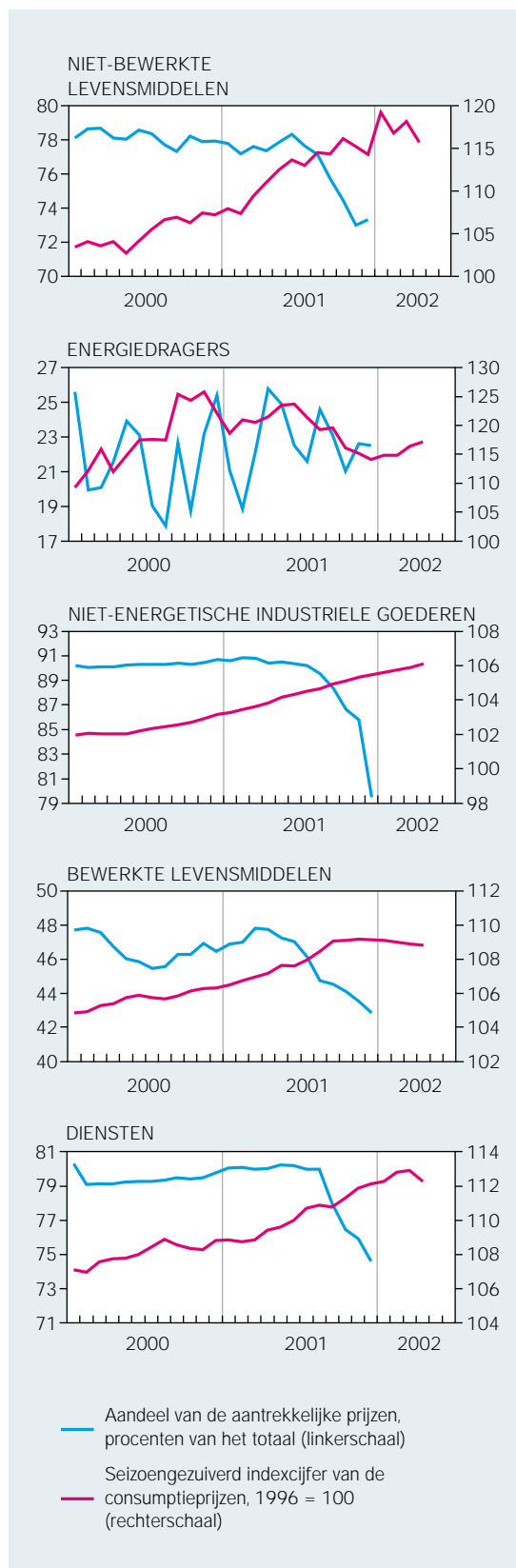
2002 bijgedragen tot een versnelling van de inflatie. Volgens ramingen van Eurostat kwam het effect van de overgang op de stijging van de HICP in het eurogebied tussen december 2001 en januari 2002 vermoedelijk tussen de 0,0 en 0,16 procentpunt uit. Aangezien de twee vermelde productcategorieën in België een relatief grotere bijdrage leverden aan de inflatieversnelling in januari 2002, schommelde de impact op de HICP van januari er blijkbaar in een nog smallere marge. In februari en maart is de inflatie relatief hoog gebleven; in april is ze vervolgens teruggelopen tot 1,7 pct. Deze ontwikkelingen worden toegelicht in het artikel «De Belgische economie in 2002».

Om het effect van de invoering van de euro op de inflatie na te gaan, is een grondiger analyse vereist, in de eerste plaats voor de vijf belangrijkste componenten van de HICP en, indien nodig, op het niveau van de producten. Daartoe zijn bepaalde producten geselecteerd op basis van aanwijzingen van aanzienlijke prijsstijgingen in de loop van de tweede helft van 2001. Die aanwijzingen betroffen vaak producten waar de Economische Inspectie van het MEZ in haar enquêtes reeds gewag had van gemaakt.

Niet-bewerkte levensmiddelen

Uit het na januari 2002 opgetekende prijsverloop van de niet-bewerkte levensmiddelen blijkt dat de forse stijging aan het begin van het jaar van tijdelijke aard was. Zij waren reeds in 2001 aanzienlijk gestegen, voornamelijk vanwege de crisis in de vleessector en de slechte fruit- en groentenogst als gevolg van de ongunstige weersomstandigheden tijdens de zomer en de herfst. Het verloop van het aandeel van de aantrekkelijke prijzen voor deze component wijst er bovendien op dat de in 2001 opgetekende prijsverhoging de aanpassing van de aantrekkelijke prijzen voorafgaat. Deze bevindingen laten toe te besluiten dat de stijging van de prijzen van de niet-bewerkte levensmiddelen niet of nauwelijks te maken had met de overgang op de euro.

GRAFIEK 7 – PRIJSVERLOOP



Bronnen : MEZ, NBB, EC.

Energiedragers

De prijzen van de energiedragers zijn tijdens de overgangperiode op de euro zo goed als ongewijzigd gebleven. Het duurder worden van de energieprijzen in maart en april 2002 is van zijn kant toe te schrijven aan de prijsverhogingen voor ruwe aardolie. Het is bovendien weinig waarschijnlijk dat het prijsverloop voor deze productcategorie beïnvloed zou zijn door de overgang op de euro. De door het Controlecomité voor de Elektriciteit en het Gas genomen maatregelen, alsook de verplichting om de prijs voor een liter benzine of diesel aan te geven tot drie cijfers na de komma, en die voor stookolie tot vier cijfers na de komma, waarborgen immers een vrijwel neutrale omzetting. Bovendien wordt de praktijk van de aantrekkelijke prijzen in de energiesector weinig toegepast.

Niet-energetische industriële goederen

Ondanks een aanzienlijke daling van het aantal in franken luidende aantrekkelijke prijzen tijdens het tweede semester van 2001, is het stijgingstempo van het indexcijfer van de niet-energetische industriële goederen, seizoeninvloeden niet meegerekend, tijdens de overgangperiode op de euro vertraagd. Tussen april en oktober 2001 waren de bewuste prijzen met 1,2 pct. gestegen, terwijl zij tussen oktober 2001 en april 2002 opgelopen zijn met 0,9 pct. Deze prijsstijgingen zijn niet uitzonderlijk, zeker niet als men rekening houdt met het feit dat de invoerprijzen en de industriële producentenprijzen tevoren fors waren gestegen als gevolg van de depreciatie van de euro en de olieprijsstijging in de loop van 2000. Ook voor deze categorie van producten is het derhalve weinig waarschijnlijk dat de overgang op de euro een opmerkelijk effect zou hebben gesorteerd. Met name de in 2001 opgetekende prijsstijgingen voor boeken en dagbladen lijken fors te zijn beïnvloed door de prijsverhoging voor papier, veel meer dan door de gewijzigde strategie inzake het bepalen van de aantrekkelijke prijzen. Hetzelfde geldt voor de prijs van schoenen die fors is beïnvloed door de prijs van het leder.

Bewerkte levensmiddelen

De prijzen van de bewerkte levensmiddelen zijn tijdens de overgangperiode niet gestegen. Het aandeel van de aantrekkelijke prijzen is overigens relatief gering, en het verloop ervan lijkt los te staan van het prijsverloop. In het tegenovergestelde geval zouden de prijzen blijven stijgen zijn naarmate het aandeel van de aantrekkelijke prijzen in de loop van het laatste kwartaal van 2001 kromp. De tijdens de zomer van 2001 opgetekende prijsstijgingen hebben dus voornamelijk met andere factoren te maken, wat door een grondiger analyse wordt bevestigd. De prijs van het brood is gestegen als gevolg van de verhoging, op 6 juli 2001, van de gereguleerde broodprijs. Die verhoging werd gerechtvaardigd door het kostenverloop, meer bepaald de prijs van de bloem en de loonkosten. De prijzen van de zuivelproducten zijn gestegen als gevolg van de moeilijkheden in de runderteelt. Het is daarentegen niet denkbeeldig dat de prijsverhogingen voor tabak¹ en chocolade² te maken zouden hebben met de invoering van de euro.

Diensten

De prijsindex bij de diensten is in de loop van 2001 fors gestegen. Voor een deel is die stijging manifest samengevallen met het aanpassingsproces van de aantrekkelijke prijzen. In februari 2002 is die prijsindex aanzienlijk verder gestegen,

¹ De prijs van de sigaretten is in 2001 tweemaal gestegen. De keuze van de nieuwe prijzen doet vermoeden dat die verhoging het resultaat was van de invoering van de euro en dat zij eerst in euro werden vastgesteld (3,20 euro voor een pakje van 20 sigaretten en 3,70 euro voor een pakje van 25 sigaretten). Deze prijzen zijn terzelfder tijd aantrekkelijk en aangepast aan de geldautomaten die geen stukken van 1 en 2 centiemen aanvaarden. Omgerekend in frank, gaat het om respectievelijk 129 en 149 frank, wat verklaart waarom, meer bepaald voor een pakje van 25 sigaretten, de prijs oorspronkelijk werd aangegeven als 149 frank/3,70 euro, terwijl de omzetting van de prijs in frank naar euro 3,69 euro geeft. Na discussie werd deze prijs exact omgezet (149 frank/3,69 euro). Zodra echter nog slechts één enkele prijs zal worden aangegeven, zal een pakje van 25 sigaretten 3,70 euro kosten.

² De aanzienlijke prijsstijging voor cacao, die werd doorberekend in de producentenprijzen, verklaart immers slechts ten dele de stijging van de chocoladeprijs, terwijl het aandeel van de aantrekkelijke prijzen aanzienlijk is verminderd.

TABEL 2 – PRODUCTEN WAARVAN DE PRIJZEN IN 2001 FORS ZIJN GESTEGEN

	Weging in pct.	Con- sumptie- prijzen ¹	Produ- centen- prijzen ¹	Andere prijs- en kosten- indica- toren ²	Aandeel van de aantrekkelijke prijzen in frank in pct.		
					Januari 2001	December 2001	Vershil
Niet-energertische industriële goederen							
Boeken en dagbladen	2,08	4,2	5,7 ³		72 ⁴	77 ⁴	+5 ⁴
Schoenen	1,40	2,7	4,2		100	97	-3
Bewerkte levensmiddelen							
Brood	2,66	5,3	4,4	2,5 ⁵	48	43	-5
Volle melk	0,21	7,6	} 2,2 ⁶	} 20,3 ⁷	37	14	-23
Kaas	1,19	2,2			65	60	-5
Boter	0,22	1,2			52	29	-23
Chocolade	1,38	8,6	5,7	33,9 ⁸	43	20	-23
Tabak	1,32	4,6		1,4 ⁹	1	97	+96
Diensten							
Hotels, cafés en restaurants	6,63	3,7			95	88	-7
waarvan:							
<i>Niet-alcoholhoudende dranken</i>							
Mineraal water in een café	0,11	4,8	} 0,8		99	89	-10
p.m. Mineraal water in een winkel		3,5		15	25	+10	
Cola in een café	0,12	4,5		99	90	-9	
p.m. Cola in een winkel		1,7		12	47	+35	
<i>Koffie</i>							
Expresso in een café	0,07	3,8	} -5,5 ¹⁰		99	85	-14
p.m. Koffie in een winkel		-7,6		56	31	-25	
<i>Bier</i>							
Bier in een café	0,63	4,8	} 8,8		96	88	-8
p.m. Bier in een winkel		2,2		32	48	+15	
<i>Maaltijden</i>							
Biefstuk met frieten in een restaurant ..	0,72	3,3	} 9,6 ¹¹		100	95	-5
p.m. Biefstuk in een winkel		1,9		82	71	-11	
Kapsalons en schoonheidsinstituten	1,23	3,8			97 ¹²	89 ¹²	-8 ¹²
Zwembaden	0,15	5,3			100	90	-10

Bronnen: MEZ, NIS, CLE, IMF, NBB.

¹ Veranderingspercentages tussen januari en december 2001, tenzij anders vermeld.² Veranderingspercentages.³ Papier- en kartonindustrie: editing en drukwerken, februari – december 2001.⁴ Uitsluitend romans.⁵ Consumptieprijzen voor bloem, december 2000 – december 2001.⁶ Productie van melkproducten, februari – december 2001.⁷ Betaalde prijs aan de melkproducenten, april – december 2001.⁸ Prijs van de cacaobonen, januari – december 2001.⁹ Grondstoffenprijs voor tabak, januari – december 2001.¹⁰ Grondstoffenprijs voor koffie, januari – december 2001.¹¹ Vleesindustrie.¹² Haarsnit.

wat er zou kunnen op wijzen dat de overgang op de euro een relatief zwaar effect zou hebben gesorteerd. Ook andere factoren hebben echter een rol gespeeld. Zo zijn de diensten het bestanddeel van de HICP dat het sterkst wordt beïnvloed door het verloop van de loonkosten, ook al gebeurt dat meestal niet synchroon. De sedert 1999 in dit domein opgetekende groei overschrijdt duidelijk die van de voorgaande jaren. Andere kostenfactoren hebben misschien ook wel gespeeld. Zo heeft de in de loop van 2000 opgetekende prijsstijging voor aardolie na enige tijd een uitwerking gehad op de inflatie in het reisverkeer en in het transport, en ertoe geleid dat de dienstverlenende bedrijven hogere verwarmingskosten dienden te betalen.

Er zijn nochtans indicaties dat het in 2001 opgetekende verloop van de consumptieprijsen voor bepaalde diensten slechts ten dele mag worden toegeschreven aan kostenveranderingen. Dit lijkt het geval te zijn voor de rubrieken «Hotels, cafés en restaurants»¹, «Kapsalons en schoonheidsinstituten» en «Zwembaden». Bovendien wordt vanaf 1 januari 2002 ook het prijsverloop van vier andere diensten blijkbaar in aanzienlijke mate beïnvloed door de invoering van de euro. Het gaat om de rubrieken: «Huishoudelijke diensten en onderhoud van woningen», «Stomerijen, reparatie en kledingverhuur», «Reparatie huishoudelijke apparaten» en «Onderhoud en reparatie van personenwagens».

2.3 EEN TOT DUSVER BEPERKTE IMPACT

In totaal negen rubrieken, goed voor ongeveer 11 pct. van de HICP, zijn blijkbaar duidelijk

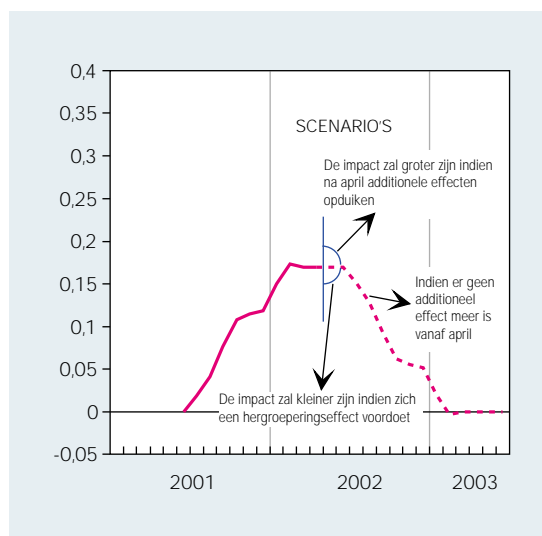
¹ Hoewel de hogervermelde prijsstijgingen voor levensmiddelen, alsook de forse stijging van de industriële producentenprijs voor bier in de loop van 2001 het verloop van de consumptieprijsen in deze bedrijfstak ongetwijfeld heeft beïnvloed, is het opmerkelijk dat dezelfde producten een uiteenlopende prijsontwikkeling hebben laten optekenen naargelang zij verbruikt worden in de horeca of verkocht worden in winkels. Deze ontwikkelingen zijn overigens gepaard gegaan met een inkrimping van het aandeel van de in frank luidende aantrekkelijke prijzen in de horeca.

beïnvloed door de invoering van de chartale euro. Een dergelijke lijst opstellen, blijft uiteraard een zeer delicate oefening waarvan het resultaat omzichtig moet worden geïnterpreteerd.

Aangezien de prijsstijging voor deze producten niet integraal toe te schrijven is aan de invoering van de euro, is de bijdrage ervan aan de sedert juni 2001 opgetekende totale inflatie slechts deels in aanmerking genomen bij deze poging om het effect van de invoering van de chartale euro op de inflatie te ramen. Dat deel is gedefinieerd als de prijsstijging hoger dan 2,5 pct. op jaarbasis – het inflatiecijfer dat voor deze producten als normaal mag worden beschouwd. Uitgaande van die veronderstelling zou het effect van de invoering van de euro op de inflatie tijdens de periode juni – oktober 2001 zijn toegenomen, en vervolgens nogmaals in januari en februari 2002. In april 2002 zou het 0,18 procentpunt hebben bedragen, wat relatief weinig is.

GRAFIEK 8 – POGING TOT RAMING VAN HET EURO-EFFECT¹

(bijdragen tot de totale inflatie in procenten)



Bron: NBB.

¹ In de veronderstelling dat voor de negen geselecteerde producten het gedeelte van de prijsstijging boven de 2,5 pct. integraal toe te schrijven is aan de invoering van de euro.

Zo er zich vanaf april 2002 geen additionele effecten voordoen, zou de aldus berekende impact geleidelijk uit de inflatiecijfers moeten verdwijnen: op de middellange termijn zou er op de inflatie geen effect meer worden gesorteerd, maar het prijspeil zou wel – in geringe mate – beïnvloed blijven.

Mochten tijdens de komende maanden, parallel met de geleidelijke afschaffing van de dubbele prijsaanduiding, additionele effecten opduiken, dan zouden die bovenop de reeds vastgestelde effecten komen en zou de inflatie ietwat langer de weerslag ondervinden.

Ingeval de hypothese van een hergroepering van de prijzen zou worden bewaarheid, zou het initiële opwaartse effect door een neerwaarts effect worden gecompenseerd. Een hergroepering van prijsstijgingen komt immers neer op een loutere verschuiving in de tijd van prijswijzigingen die er hoe dan ook zouden zijn gekomen. In dat geval zou het prijspeil op de middellange termijn niet worden beïnvloed.

3. DUBBELE PRIJSAANDUIDING

De dubbele prijsaanduiding heeft de prijsneutraliteit van de overgang op de chartale euro in de hand gewerkt en tijdens de conversieperiode voor een grotere transparantie gezorgd. Het is echter waarschijnlijk dat, naarmate de consumenten meer vertrouwd raken met de nieuwe valuta, de dubbele prijsaanduiding geleidelijk achterwege zal worden gelaten.

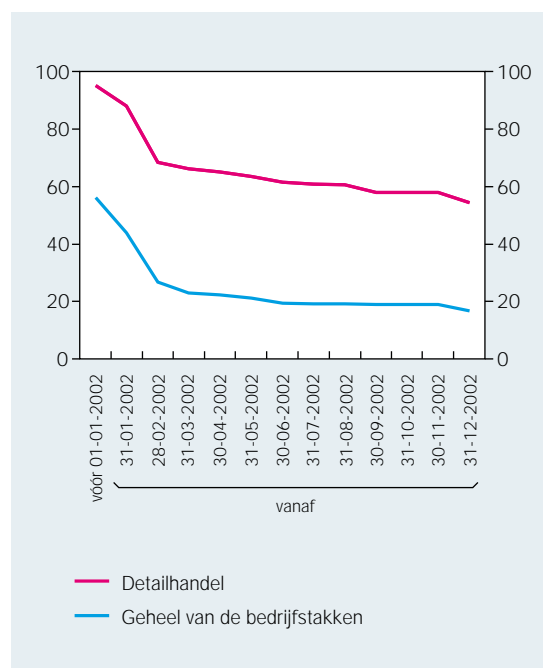
Volgens de enquête van januari 2002, werd bij de overgang op de euro in de kleinhandel het systeem van de dubbele prijsaanduiding blijkbaar voor meer dan 95 pct. toegepast, conform de plannen waar gewag van werd gemaakt in de enquête van oktober 2001 en ook conform de informatie die inzake de dubbele prijsaanduiding door de Economische Inspectie van het

MEZ werd verstrekt. Bijna 30 pct. van de bedrijven in de kleinhandel gaf te kennen de dubbele prijsaanduiding uiterlijk op 28 februari 2002, de laatste dag van de periode van dubbele omloop, te willen afschaffen. Nog volgens die plannen zou de dubbele prijsaanduiding nadien ietwat afnemen. Dit resultaat is nochtans niet helemaal zeker vermits ongeveer de helft van de bedrijven die op het ogenblik van de overgang op de euro de dubbele prijsaanduiding toepasten, niet wisten tot wanneer zij de beide prijzen zouden aangeven. Wat de nog aarzelende ondernemingen betreft, lijken verschillende, eind maart – begin april genomen beslissingen erop te wijzen dat met name in de grootdistributie de periode van dubbele prijsaanduiding zou worden verlengd tot het einde van het jaar.

Over het geheel van de bedrijfstakken beschouwd, hebben om en nabij 56 pct. van de bedrijven

GRAFIEK 9 – PLANNEN VOOR DE GELEIDELIJKE AFSCHAFFING VAN DE DUBBELE PRIJSAANDUIDING¹

(percentage dubbele prijsaanduidingen, enquête van januari 2002)



Bron : NBB.

¹ Zie de voetnoot bij grafiek 1.

die hebben deelgenomen aan de enquête van januari, verklaard bij de overgang op de euro het systeem van de dubbele prijsaanduiding te hebben toegepast. In januari 2002 wist een kwart van de ondernemingen die dat systeem toepasten, nog niet tot wanneer zij het zouden handhaven, maar vooral in de branches die weinig rechtstreekse contacten hebben met de consumenten, lijkt de frank als referentie snel te verdwijnen.

CONCLUSIES

De verschillende kanalen waarlangs de overgang op de chartale euro effect kan sorteren op de inflatie zijn onderzocht op basis van de meest recente gegevens, meer bepaald die afkomstig van de in januari 2002 door de Bank gevoerde enquête. Die analyse heeft de vroegere vaststellingen bevestigd, volgens welke er weinig redenen zijn om ervan uit te gaan dat de overgang op de euro een significant opwaartse impact zou hebben gehad op het algemene prijspeil. De kosten die deze overgang voor de bedrijven heeft veroorzaakt, zijn eerder beperkt, zodat de eventuele weerslag ervan op de prijzen slechts weinig belangrijk lijkt.

Het kanaal voor de aanpassing van de aantrekkelijke prijzen en de prijsafrodingen, wordt algemeen beschouwd als de potentieel belangrijkste bron van prijseffecten. Tal van elementen wijzen er evenwel op dat de aanpassing van de aantrekkelijke prijzen, die in de detailhandel in april 2002 reeds voor 80 pct. zou

zijn voltooid, in zeer grote mate neutraal is gebleken.

Voor bepaalde productcategorieën zou de overgang op de euro echter wel degelijk prijsstijgingen met zich hebben gebracht. Totaal beschouwd, zou het effect van de euro op de totale inflatie in april 2002 evenwel beperkt zijn gebleven tot 0,2 procentpunt. Uit de analyse is echter ook gebleken dat een dergelijke raming onvermijdelijk heel onzeker blijft, aangezien de effecten van de changeover niet gemakkelijk kunnen worden onderscheiden van de andere factoren die aan de prijsaanpassingen ten grondslag liggen.

Het is niet denkbeeldig dat tijdens de komende maanden nog andere effecten van de overgang aan de oppervlakte komen. Het is evenwel ook mogelijk dat over enkele maanden de inflatie haar «normale» tempo eerder zal onderschrijden, omdat als gevolg van de overgang bepaalde prijsaanpassingen vervroegd kunnen hebben plaatsgehad, precies teneinde ze te laten samenvallen met de overgang op de euro. Op de langere termijn mag men verwachten dat de invoering van de euro voor een grotere prijs transparantie zal zorgen wat, bij overigens gelijkblijvende omstandigheden, een neerwaartse druk op het prijspeil zal uitoefenen.

Bij de overgang op de euro, is de dubbele prijsaanduiding op zeer ruime schaal toegepast in de detailhandel en, volgens de enquête van de Bank, zullen die dubbele prijzen slechts geleidelijk verdwijnen. Dit element heeft er ongetwijfeld toe bijgedragen dat de overgang zo goed als prijsneutraal is geweest.