

LISTE DES ABREVIATIONS

AIP	Accord interprofessionnel
ASBL	Association sans but lucratif
BCE	Banque centrale européenne
BNB	Banque Nationale de Belgique
CDD	Contrat à durée déterminée
CDI	Contrat à durée indéterminée
CE	Commission européenne
CVTS	Continuing vocational training survey
DBRIS	Base de données de redevables d'informations statistiques
ETP	Equivalent temps plein
FED	Federal Reserve System
FMI	Fonds monétaire international
ICN	Institut des comptes nationaux
INS	Institut national de statistique
IPC	Indice des prix à la consommation
IPCH	Indice des prix à la consommation harmonisé
MAE	Ministère fédéral des Affaires Economiques
MET	Ministère fédéral de l'Emploi et du Travail
NACE	Nomenclature statistique des activités économiques de la Communauté européenne
NACE-Bel	Version belge de la nomenclature statistique des activités économiques
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
PIB	Produit intérieur brut
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
UE	Union européenne

SIGNES CONVENTIONNELS

–	la donnée n'existe pas ou n'a pas de sens
e	estimation
n.	non disponible
p	provisoire
p.c.	pourcent
p.m.	pour mémoire

L'ADAPTATION DES PRIX AU PASSAGE A L'EURO

L'introduction des pièces et des billets en euros en janvier 2002 constitue un changement structurel important affectant les habitudes de la plupart des agents économiques. Pour les entreprises, c'est notamment une partie importante de la politique commerciale et de la politique des prix, qu'il faut adapter. Pour les consommateurs ce changement implique en particulier l'acquisition de nouvelles références, de nouvelles échelles de valeurs et de comparaison. Il s'agit d'un ensemble de processus qui demande du temps. L'objet du présent article est d'analyser cette transition et les éventuelles interactions avec l'inflation.

1. ECART ENTRE INFLATION RESSENTIE ET INFLATION MESUREE

En ce qui concerne l'adaptation des prix à l'euro, deux enseignements principaux de l'enquête euro que la Banque a menée auprès des entreprises en janvier 2002 peuvent être remémorés¹. Le premier est que la transition des prix vers des prix en euros avait déjà commencé en 2001 et que, selon les intentions déclarées par les entreprises, cette transition aurait dû toucher à sa fin en septembre 2002. Le présent article

en propose une vérification sur la base d'une analyse ex-post des prix individuels relevés par le Ministère des Affaires économiques pour établir l'indice des prix à la consommation².

Le deuxième enseignement important de l'enquête euro est que les entreprises avaient réalisé, ou envisageaient de réaliser, une conversion des prix globalement neutre. Cette neutralité a été confirmée par une analyse détaillée publiée dans la Revue Economique de la Banque du deuxième trimestre 2002³, dont la conclusion souligne qu'il existe peu de motifs pour supposer que le passage à l'euro ait exercé un effet important à la hausse sur le niveau général des prix. Toutefois, pour certaines catégories de produits, le passage à l'euro aurait effectivement entraîné des hausses de prix. Globalement, l'effet de l'euro sur l'inflation serait néanmoins resté limité à 0,2 point de pourcentage. Ce résultat est inévitablement entaché d'une marge d'imprécision, les effets du passage à l'euro ne pouvant être facilement distingués des autres facteurs qui sont à l'origine des ajustements de prix.

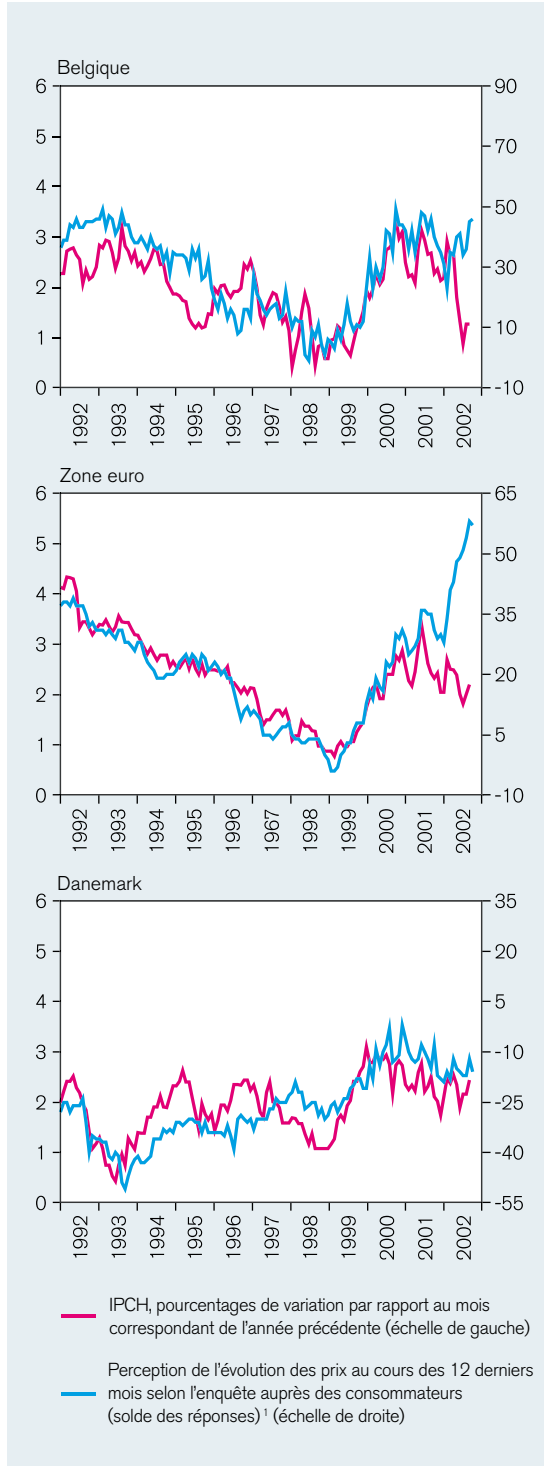
Il y a peu de raisons de revoir cette estimation, puisqu'il n'y a pas eu d'éléments nouveaux indiquant des effets additionnels significatifs à la hausse sur l'inflation. Par ailleurs, ces conclusions vont dans le même sens que l'estimation d'Eurostat pour la zone euro dans son ensemble et que les estimations réalisées dans d'autres pays, même si dans certains cas, comme aux Pays-Bas notamment, l'incidence semble plus élevée qu'en Belgique.

Néanmoins, on observe en 2002 un écart croissant entre l'inflation ressentie par les consommateurs et l'inflation effective. En effet, selon les enquêtes auprès des consommateurs, l'inflation ressentie en 2002 augmente significativement en Belgique, ainsi que dans la zone euro,

¹ Le rapport complet de l'enquête euro de janvier 2002 est disponible sur le site internet de la Banque www.bnb.be, sous la rubrique « Presse » à la date du 6 mars 2002.

² Les quelques 100.000 prix relevés mensuellement dans la base de données utilisée, concernent 394 produits dans 65 localités et plus de 10.000 points de ventes différents. Ces produits couvrent environ 70 p.c. de l'Indice des Prix à la Consommation (IPC). Les produits non inclus dans la base de données (30 p.c. de l'IPC) correspondent à des produits suivis de manière centralisée, comme l'électricité, le gaz, les télécommunications, les journaux, les assurances, etc. Le Ministère des Affaires économiques (MAE) a supprimé de la base de données toutes les informations permettant d'identifier le producteur ou le point de vente.

³ Banque Nationale de Belgique (2002), « Effets du passage à l'euro fiduciaire sur l'inflation », Revue économique 2002 II, 8^e année.

GRAPHIQUE 1 – INFLATION MESUREE ET INFLATION RESSENTIE PAR LES CONSOMMATEURS

Source : CE.

¹ Réponses à la question « Par rapport à ce qu'il était il y a douze mois, estimez-vous que le coût de la vie est aujourd'hui : (a) beaucoup plus élevé, (b) sensiblement plus élevé, (c) un peu plus élevé, (d) globalement identique, (e) inférieur ou (f) sans opinion. » Les résultats publiés sont calculés comme la différence entre la proportion pondérée de personnes interrogées qui concluent à une hausse du coût de la vie et la proportion pondérée de répondants qui indiquent un coût de la vie stable ou inférieur. Pour la zone euro, les réponses des différents pays sont pondérées par la valeur des dépenses des consommateurs.

alors que, dans le même temps, l'inflation effective tend à ralentir depuis le début de l'année 2002. Au Danemark, par contre, pays ne faisant pas partie de la zone euro mais connaissant une évolution similaire quant au cours de change, on n'observe pas une telle divergence. Ce constat est de nature à associer la divergence entre inflation ressentie et effective dans la zone euro à une perception erronée de l'effet du passage à l'euro.

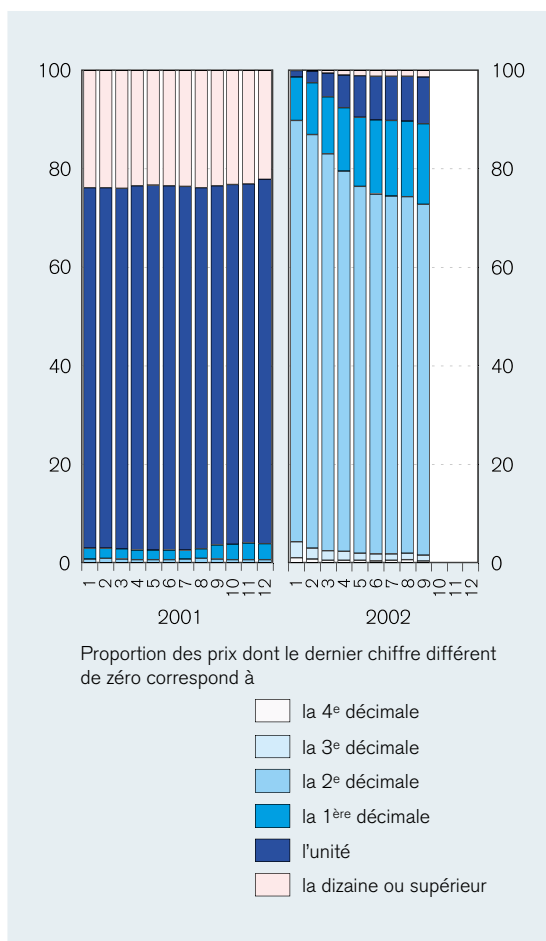
En illustrant la profondeur du changement de régime résultant du passage à l'euro, l'analyse présentée ci-dessous fournit des éléments permettant d'expliquer l'écart entre l'inflation réelle et l'inflation ressentie. Indirectement, cette analyse indique aussi que le processus d'adaptation se reflète bien dans les prix qui sont à la base de l'IPC. Par ailleurs, il en ressort également qu'il n'y a aucune contradiction entre le constat, par le consommateur, de hausses de prix sensibles de certains produits, d'une part, et le ralentissement de l'inflation agrégée dans le courant de 2002, d'autre part.

2. UTILISATION DES PRIX AVEC DECIMALES

En Belgique, comme dans d'autres Etats membres tels l'Italie, le Luxembourg ou l'Espagne, un des aspects du passage à l'euro est l'apparition ou la réapparition des centimes et par conséquent des montants comprenant des décimales. En effet, l'euro est divisé en 100 subdivisions – les cents ou centimes –, et des pièces de 1, 2, 5, 10, 20, et 50 cents sont en circulation afin d'assurer un degré de précision suffisamment important pour les paiements. Dans ses recommandations, le Commissariat général à l'euro insistait pour que la conversion en euro soit faite avec une précision supplémentaire d'au moins deux décimales par rapport au montant en franc belge. Cette recommandation semble avoir été bien respectée.

GRAPHIQUE 2 – UTILISATION DES DECIMALES

(pourcentages)



Sources : MAE, BNB.

On observe effectivement le passage d'une situation caractérisée par l'absence presque totale de décimales pour les prix en francs à une situation où la majorité des prix en euros comprend deux décimales.

S'il est exact qu'en septembre 2002 environ 27 p.c. des prix en euros sont des prix dont le dernier chiffre différent de zéro correspond à la première décimale ou même des prix dont les décimales sont toutes égales à zéro, leur proportion est toutefois comparable à la proportion de prix en francs multiples de dix. La pratique ne montre donc pas une résistance anormale

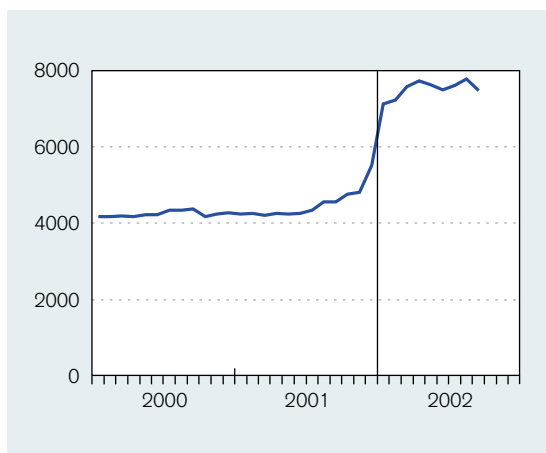
à l'utilisation des décimales, mais reflète plutôt l'existence de pratiques commerciales consistant à afficher des prix ronds.

La très faible proportion de prix avec trois décimales en euros est légèrement inférieure à celle des prix avec une décimale en francs. Ceci reflète sans doute le fait que les rares prix qui utilisaient des cinquante centimes de franc ont été adaptés à l'euro sur la base d'une précision de deux décimales seulement, de sorte à pouvoir correspondre à des montants qu'il est possible de régler avec les pièces existantes, comme c'était le cas en francs. Quant à la proportion de prix comprenant quatre décimales en euros, elle correspond plus ou moins à la proportion de prix avec deux décimales en francs. Dans la majorité des cas, il s'agit des prix des carburants et du mazout de chauffage, produits pour lesquels le contrat de programme stipule que les prix doivent être exprimés avec trois décimales et quatre décimales respectivement.

Si on peut en conclure que l'adaptation de la structure des prix au passage à l'euro semble tout à fait normale du point de vue de l'utilisation des décimales, il est cependant clair que pour le consommateur belge, ces évolutions exigent probablement un effort important pour se familiariser avec ces nouveaux prix comprenant des décimales.

Une autre conséquence de l'utilisation active de deux décimales pour les prix en euros est qu'il existe plus de prix distincts possibles en euros qu'en francs. En outre, ces prix sont plus précis. En effet, alors qu'entre 0,01 euro et 1,00 euro il y a 100 prix différents possibles, entre 1 franc et 40 francs, soit une fourchette de valeur à peu près identique, il y a seulement 40 prix différents possibles, du moins si on fait abstraction des pièces de cinquante centimes qui dans la pratique n'étaient pas souvent utilisées.

Ce raisonnement théorique est confirmé empiriquement. On observe en effet une augmentation significative du nombre de prix distincts, mesuré

GRAPHIQUE 3 – NOMBRE DE PRIX DISTINCTS OBSERVES DANS LA BASE DE DONNEES ¹*(prix en euros à partir de janvier 2002)*

Sources : MAE, BNB.

¹ Le nombre de prix distincts est calculé sur la base des quelques 100.000 prix relevés mensuellement considérés globalement, sans tenir compte des produits auxquels ils correspondent.

sur la base de l'ensemble des données du MAE, tout produits confondus, qui passe d'un peu plus de 4.000 en 2000 et début 2001 à environ 7.500 en 2002. Il est également intéressant de constater que le nombre total de prix différents commence à augmenter en 2001 déjà, confirmant l'existence d'une adaptation progressive à l'euro. L'augmentation du nombre de prix distincts reflète le nombre accru de prix fixés en euros, donc différents des prix habituels en francs.

La diversité accrue des prix peut contribuer à susciter une certaine confusion chez le consommateur, qui pour un panier de produits inchangé est désormais confronté à une plus grande variété de prix. Ceci s'ajoute à l'effort nécessaire à l'adaptation aux décimales.

ENCADRE 1 – NOMBRE DE PRIX DISTINCTS ET RIGIDITE DES PRIX NOMINAUX

Selon Blinder et al. (1998), une des théories explicative de la rigidité des prix nominaux est l'existence de prix constituant des barrières psychologiques¹. L'idée est que certains prix ont une telle importance psychologique auprès des consommateurs, qu'ils forment une barrière empêchant les augmentations de prix.

Si l'analyse des prix attractifs exposée dans le présent article confirme l'existence de prix de ce type en Belgique, il n'a cependant pas été vérifié si ceux-ci constituent effectivement une source de rigidité. Selon Blinder et al. (1998), qui compare divers motifs de rigidité des prix sur la base d'une enquête auprès des responsables de la politique des prix au sein d'entreprises aux Etats-Unis, cette théorie se classe huitième sur douze, en termes d'importance pour expliquer la rigidité des prix, soit un résultat modeste.

Toutefois, dans l'hypothèse où cette théorie est valide, on peut imaginer que l'introduction de l'euro aurait tendance à réduire quelque peu la rigidité des prix en Belgique. En effet, le nombre de prix possibles en euros, et donc de prix attractifs possibles, est plus élevé en euros qu'en francs. Les entreprises pourraient donc, toutes choses égales par ailleurs, modifier leurs prix plus souvent, mais avec des augmentations d'une moindre ampleur. Ainsi, l'introduction de l'euro fiduciaire pourrait contribuer à une plus grande flexibilité sur les marchés des produits en Belgique. Ceci n'est cependant pas nécessairement vrai pour tous les pays de la zone euro.

¹ A. Blinder, E. Canetti, D. Lebow and J. Rudd (1998), *Asking About Prices, A new approach to understanding Price Stickiness*, Russel Sage Foundation, New-York.

3. UNE TRANSITION PROGRESSIVE VERS DE NOUVEAUX PRIX ATTRACTIFS EN EUROS

L'adaptation des prix à l'euro en 2002 peut s'analyser sur la base de l'évolution entre janvier 2002 et septembre 2002 de la distribution des fréquences des deux premières décimales des prix, la majorité des prix en euros étant, comme on vient de le constater, exprimée avec deux décimales. Les autres prix, comprenant trois ou quatre décimales ne sont pas pris en compte dans cette section.

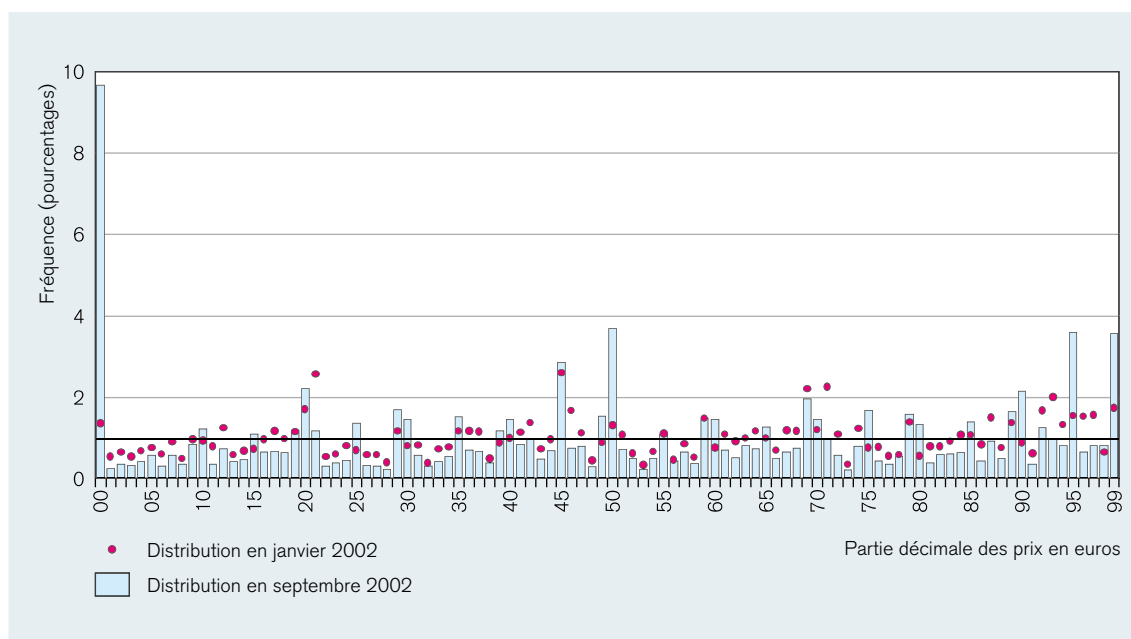
En l'absence de pratiques commerciales favorisant certains types de prix, la distribution de la partie décimale des prix devrait être uniforme et la fréquence de chaque type de prix s'élever à 1 p.c. Or ce n'est pas le cas en pratique, certains types de prix étant manifestement plus utilisés que d'autres, comme c'était par ailleurs le cas

pour les prix en francs. En particulier, les prix se terminant par 00, 50, 95 et 99 sont les plus répandus. Plus généralement, en observant les deux décimales dont la fréquence est supérieure à 1 p.c. en septembre, on remarque que les situations où le dernier chiffre est 0, 5 ou 9 sont les plus nombreuses. Il en est ainsi dans 28 cas sur 30 possibilités¹. Dans les autres situations il n'y a que 2 cas sur 70 possibilités où la fréquence est supérieure à 1 p.c.

De plus, les changements survenus dans la distribution des fréquences de la partie décimale des prix entre janvier et septembre 2002 montrent que cette distribution s'est davantage concentrée sur les prix dont la dernière décimale est 0, 5 ou 9. Dans 26 cas sur 30 possibilités la fréquence en septembre est supérieure à celle de janvier, contre seulement 1 cas sur 70 possibilités pour les prix dont

¹ A chaque deuxième décimale distincte il est en effet possible d'associer 10 premières décimales différentes, de 0 à 9.

GRAPHIQUE 4 – DISTRIBUTION DE LA FREQUENCE DE LA PARTIE DECIMALE (CENTS) DES PRIX EN EUROS¹



Sources : MAE, BNB.

¹ Les prix affichant plus de deux décimales différentes de zéro ne sont pas pris en compte.

la dernière décimale est 1, 2, 3, 4, 6, 7 ou 8. Il s'agit en fait de 98, un cas particulier qui ci-dessous est considéré comme un prix attractif, parce que remplissant probablement un rôle équivalent à 99.

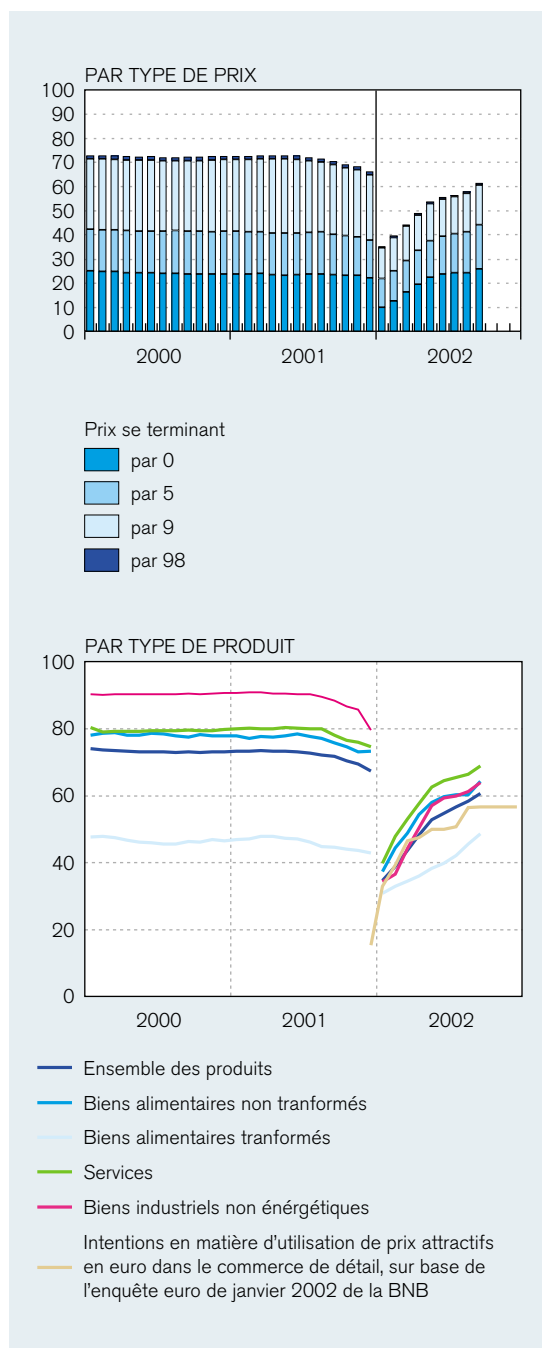
La prépondérance de certains types de prix implique l'existence de pratiques commerciales visant à rendre les prix plus « attractifs », pour des raisons pratiques, comme le rendu de la monnaie ou la facilité des additions, dans l'Horreca par exemple. Les prix sont également rendus attractifs pour des raisons de marketing, c'est-à-dire pour des raisons de psychologie de l'acte d'achat qui justifient des prix comme 9,99 par exemple. Sur la base de l'analyse présentée, on peut définir l'ensemble de ces prix attractifs en euros comme des prix dont la deuxième décimale est 0, 5 ou 9 et les prix dont les deux premières décimales sont 98. Cette définition est très similaire à celle qui s'appliquait pour les prix en francs¹, c'est à dire les prix qui se terminent par 0, 5, 9 ou 98 francs.

Le processus d'adaptation vers des prix attractifs en euros était déjà à l'œuvre au cours du deuxième semestre 2001. A partir de juillet 2001, la proportion de prix attractifs en francs, historiquement stable légèrement au-dessus de 70 p.c., a commencé à baisser quelque peu. Ceci indique probablement que des prix jusque-là attractifs en francs ont progressivement été adaptés pour devenir attractifs en euros. En 2002, la proportion de prix attractif en euros a augmenté progressivement pour passer de 35 p.c. en janvier à 61 p.c. en septembre. La plus grande partie de l'augmentation est attribuable à l'importance croissante des prix se terminant par 0 et 5.

Par contre, la part des prix se terminant par 9 (et 98) a progressé beaucoup plus lentement. De plus, celle-ci reste très en deçà de la situation qui prévalait en francs pour ce type de prix.

¹ Voir par exemple, Aucremanne L. et Cornille D. (2001), « Attractive prices and euro-rounding effects on inflation », National Bank of Belgium Working Paper Document, n°17, Novembre 2001.

GRAPHIQUE 5 – PRIX ATTRACTIFS¹



Sources : MAE, BNB.

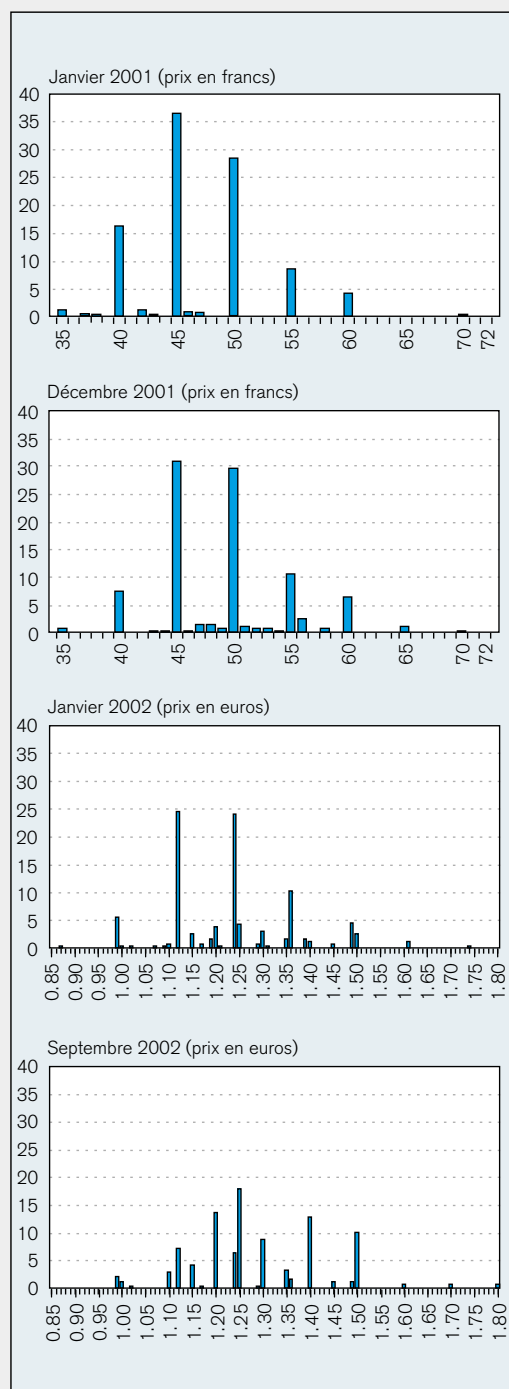
¹ En francs jusque décembre 2001 et en euros à partir de janvier 2002.

Un élément d'explication est qu'il est possible qu'en euros certaines caractéristiques de ces prix soient remplies par d'autres types de prix comme les prix se terminant par 0, qui recourent aussi des prix comme 99,00 euros.

ENCADRE 2 – ADAPTATION DES PRIX: LE CAS DU VERRE DE BIÈRE

DISTRIBUTION DES PRIX POUR UN VERRE DE BIÈRE VENDU DANS UN CAFE

(pourcentages du total, 233 observations par mois)



Sources : MAE, BNB.

En janvier 2001, sur 233 prix observés en Belgique dans 65 localités, le prix d'une bière dans un café était le plus souvent de 40, 45, 50, 55 ou 60 francs. En décembre 2001, on remarque d'une part que le nombre de bières coûtant 40 ou 45 francs a diminué, alors que le nombre de bières vendues à 50, 55 ou 60 francs a augmenté, et d'autre part on constate l'apparition d'une dizaine de prix « inhabituels », qui ne se terminent pas par 0 ou 5 francs, ce qui laisse penser qu'un processus d'adaptation à l'euro était déjà en cours en 2001. En janvier 2002, le nombre de prix exprimés en euros mais correspondant à 40, 45, 50, 55 et 60 francs diminue, de même qu'apparaissent tout une série de « nouveaux » prix, sans qu'il soit possible d'identifier vraiment les plus populaires. Par contre, en septembre 2002, après neuf mois d'ajustement on observe l'apparition de nouveaux prix attractifs qui sont 1,20, 1,25, 1,30, 1,40 ou 1,50 euro. Il reste cependant encore un certain nombre de prix, plus important que ce qui prévalait en francs, qui ne semblent pas attractifs, et qui pourraient donc encore être adaptés à l'avenir.

Par ailleurs, il est utile de rappeler que l'observation d'augmentations de prix significatives pour certains produits individuels n'est pas en contradiction avec un taux d'inflation global relativement bas. Ainsi, entre septembre 2001 et septembre 2002, l'augmentation de prix maximale pour un verre de bière dans un même établissement a été de 26 p.c., soit un ordre de grandeur qui correspond assez bien aux anecdotes parfois rapportées dans la presse. Toutefois, sur la même période, le prix moyen du verre de bière n'a augmenté que de 6,8 p.c., étant donné qu'il s'agit d'une moyenne de 233 prix

**VARIATION DE PRIX ENTRE SEPTEMBRE 2001
ET SEPTEMBRE 2002***(pourcentages de variation)*

Augmentation maximale observée pour une bière	Bière dans l'Horeca	Horeca	Autres composantes de l'IPCH	IPCH
26,1 (de 40 francs à 1,25 euro)	6,8	4,3	0,9	1,2

Sources : CE, MAE, BNB.

enregistrés dans 65 localités. Quant aux prix moyens pour l'Horeca dans son ensemble, ils ont augmentés de 4,3 p.c. sur la même période. Ces augmentations de prix sont cependant compensées partiellement par des baisses ou par des augmentations plus limitées pour les autres produits repris dans l'indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH), de telle sorte que l'inflation totale pour la période s'élève finalement à 1,2 p.c.

L'adaptation des prix attractifs semble mieux avancée dans les services, alors que les prix des biens industriels non énergétiques semblent s'adapter à un rythme relativement lent, compte tenu du fait que cette catégorie avait, en francs, la plus importante proportion de prix attractifs.

Il est intéressant de constater que la tendance observée sur la base des données micro-économiques correspond aux intentions exprimées lors de l'enquête euro de janvier 2002. Selon l'enquête, les intentions concernant les adaptations des pratiques en matière de fixation des prix dans le commerce de détail indiquent une augmentation significative de la proportion de prix attractifs, qui passerait de 15 p.c. en décembre 2001 à 50 p.c. en mai 2002 et ensuite se stabiliserait à partir de septembre 2002 à un peu moins de 60 p.c.

Cependant, la part des prix attractifs observée en septembre 2002 est supérieure aux indications données par l'enquête euro. Ceci est probablement dû au fait que l'enquête ne couvrait pas certains secteurs où la pratique des prix attractifs est très répandue, comme l'Horeca, alors que ce secteur est couvert par les données du MAE. Par ailleurs il est raisonnable de penser que le processus d'adaptation des prix attractifs devrait se poursuivre après septembre 2002, même si on ne peut exclure que la part des prix attractifs en euros reste à

un niveau inférieur à celui observé en francs en 2001.

CONCLUSION

Le processus d'adaptation des prix à l'euro est à l'œuvre depuis la deuxième partie de 2001, et il a progressé considérablement au cours de 2002, comme en témoigne l'analyse des données microéconomiques sur la base desquelles l'IPC est établi. Dans la plupart des cas, la conversion peut être qualifiée de normale, de plus elle a été relativement neutre en ce qui concerne l'inflation, à l'exception de certains produits, dans les services en particulier.

Cependant, l'inflation perçue en 2002 diverge fortement de l'inflation effective en Belgique, ainsi que dans la zone euro. Il est plausible que cette divergence repose sur une perception erronée de l'introduction de l'euro. Le passage d'une situation caractérisée par une absence presque totale de décimales à une situation où la majorité des prix en euros comprend deux décimales et la diversité accrue des prix qui en découle sont des facteurs qui y ont probablement contribué. Il en va de même pour le temps nécessaire à l'acquisition de nouvelles échelles de valeurs et de comparaison par les consommateurs.