

Aanpassing van de prijzen naar aanleiding van de overgang op de euro: een overzicht

D. Cornille*

Inleiding

Teneinde na te kunnen gaan in welke mate de prijzen beïnvloed zijn door de invoering, in januari 2002, van de eurobankbiljetten en -munten, heeft de Bank verschillende studies gemaakt⁽¹⁾. Zij is daarbij uitgegaan van de antwoorden op de «euro-enquêtes» die zij in 2001 en begin 2002 organiseerde alsook van de gedetailleerde prijsopnames die de Federale Overheidsdienst Economie, KMO, Middenstand en Energie maandelijks verricht om de nationale consumptieprijsindex op te stellen.

Hoewel bepaalde producten als gevolg van de invoering van de euro wel degelijk duurder zijn geworden, vooral in de dienstenbranche, hebben bovenvermelde studies aangetoond dat de impact op de inflatie in België beperkt zou zijn gebleven tot 0,2 procentpunt, wat overeenstemt met de in juni 2003 door Eurostat gepubliceerde bijgewerkte raming voor het eurogebied als geheel. In het laatste kwartaal van 2002 werd op basis van de toen beschikbare gegevens evenwel vastgesteld dat de prijsaanpassing in België – ofschoon reeds gevorderd – nog steeds aan de gang was. In dit artikel wordt de wijze waarop de prijsaanpassing verloopt, verder geanalyseerd. Het is tevens de bedoeling die analyse uit te breiden aan de hand van de resultaten van de meest recente gedetailleerde prijsopnames.

In de eerste plaats wordt aandacht besteed aan de vertraging van het prijsaanpassingsproces. Dan volgt een overzicht van de eventuele hergroepering van de prijsveranderingen die zich hebben voorgedaan omstreeks het tijdstip van de invoering van de euro.

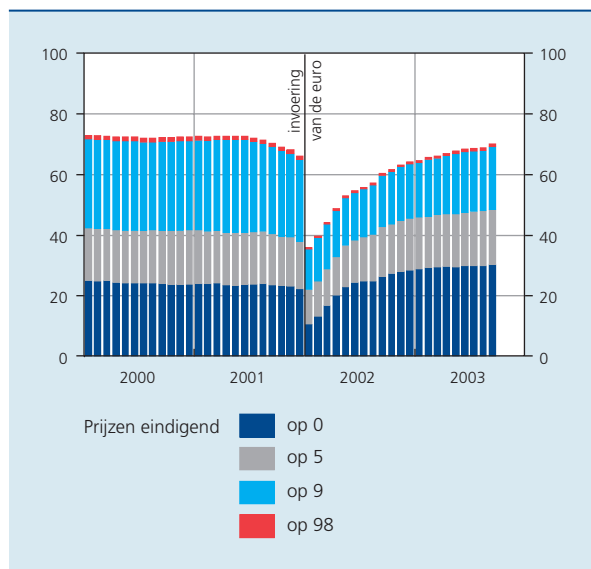
1. Voortzetting en vertraging van de prijsaanpassing

De prijsaanpassingen als gevolg van de invoering van de euro kunnen nader worden toegelicht aan de hand van het frequentieverloop van het laatste cijfer van de in de gebruikte databank opgenomen prijzen. Die gegevensbank bevat meer dan 100.000 maandelijks prijsopnames die betrekking hebben op zowat 70 pct. van de in de consumptieprijsindex opgenomen producten. Zij vormt zodoende een representatief staal van de in de economie gehanteerde prijzen. Niet alleen in België maar ook in Europa en elders is empirisch vastgesteld dat bepaalde cijfers – namelijk 0, 5 en 9 – vaker dan andere als laatste cijfer in een prijs voorkomen. Aangezien bij de overgang op de euro de omgezette prijzen niet hetzelfde laatste cijfer hebben behouden als de in frank luidende prijzen, mag logischerwijze worden aangenomen dat die prijzen geleidelijk zullen worden aangepast zodat het laatste cijfer opnieuw een 0, een 5 of een 9 wordt. Het bij de prijzen vastgestelde frequentieverloop van die laatste cijfers fungeert derhalve als maatstaf voor de vooruitgang terzake van de aanpassing van de prijzen aan de nieuwe waardeschaal.

* Met het oordeelkundig advies van L. Aucremanne.

(1) Nationale Bank van België, *Effecten van de overgang naar de chartale euro op de inflatie*, Economisch Tijdschrift 2de kwartaal 2002; en Nationale Bank van België, *De aanpassing van de prijzen aan de overgang op de euro*, Economisch Tijdschrift 4de kwartaal 2002.

GRAFIEK 1 AANDEEL VAN AANTREKKELIJKE PRIJZEN NAAR TYPE⁽¹⁾
(procenten)



Bronnen: FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie; NBB.

(1) Met uitzondering van de prijzen met decimalen in Belgische frank en de prijzen met meer dan twee decimalen in euro, niet gewogen cijfers.

Gewoonlijk worden twee redenen opgegeven voor het feit dat die cijfers vaak voorkomen. Ten eerste zouden ronde, gemakkelijk op te tellen bedragen de transacties vereenvoudigen alsook, in voorkomend geval, het teruggeven van wisselgeld vlotter laten verlopen. In dat geval gaat het meestal om prijzen die eindigen op 0 of op 5. De tweede, vaak genoemde reden heeft te maken met de psychologie van de kopers die er, doordat ze weinig aandacht besteden aan het (de) laatste cijfer(s), de op winstmaximalisering gerichte verkopers indirect toe zouden aanzetten prijzen te hanteren die eindigen op 9 of op 99. Ook prijzen eindigend op 98 worden in de praktijk als psychologische prijzen beschouwd. In het algemeen worden prijzen die eindigen op 0, 5 of 9 – waarbij eveneens de prijzen eindigend op 98 moeten worden gerekend – ook aantrekkelijke prijzen genoemd, een definitie die verderop in dit artikel nog zal worden gebruikt⁽¹⁾.

Gelet op het verloop van het aandeel dat de in Belgische frank uitgedrukte aantrekkelijke prijzen vertegenwoordigen in de 100.000 maandelijkse prijsopnames op basis waarvan het nationale prijsindexcijfer wordt samengesteld,

startte het aanpassingsproces aan de euro waarschijnlijk reeds omstreeks medio 2001. Zoals eerder reeds vermeld, kromp het aandeel van de in Belgische frank uitgedrukte aantrekkelijke prijzen tussen juni en december 2001 immers geleidelijk in. Bepaalde in frank luidende aantrekkelijke prijzen werden wellicht gaandeweg in euro bepaald, vermoedelijk in de vorm van aantrekkelijke prijzen in deze nieuwe munt. Nochtans bleef het aandeel van de aldus aangepaste prijzen relatief beperkt, aangezien het aandeel van de in euro uitgedrukte prijzen die 0, 5 of 9 als tweede decimaal hadden, in januari 2002 niet boven de 36 pct. uitsteeg tegenover gemiddeld 73 pct. van de prijzen in Belgische frank voor het jaar 2000. In 2002 en tijdens de eerste negen maanden van 2003 heeft het aanpassingsproces zich vervolgens voortgezet. Gedurende de eerste vijf maanden van 2002 verliep een en ander in een snel tempo aangezien het aandeel van de aantrekkelijke prijzen met gemiddeld 4 procentpunten per maand steeg; nadien ging het proces vertragen, op de kleine sprongen in september 2002 en 2003 na. Die sprongen zouden te maken kunnen hebben met de invoering van de nieuwe collecties. In september 2003, eenentwintig maanden na de invoering van de chartale euro, maakten de aantrekkelijke prijzen precies 70 pct. van de vastgestelde prijzen uit.

Men stelt echter vast dat het prijstype waarvan het aandeel het sterkst is toegenomen, overeenstemt met de prijzen die eindigen op 0. Daartoe behoren onder meer de prijzen zonder decimalen die vaak worden gehanteerd bij de « hoge » prijzen. De prijzen eindigend op 5 komen in september 2003 nauwelijks frequenter voor dan gemiddeld beschouwd in 2000. Het aandeel van de prijzen die eindigen op 9 is daarentegen trager toegenomen en ook onder het equivalente aandeel van de prijzen in frank gebleven. Hetzelfde geldt voor de prijzen eindigend op 98.

Het Belgische frank-regime van vóór 2002 mag evenwel niet als referentiepunt worden beschouwd voor het verloop van de aantrekkelijke prijzen na de invoering van de chartale euro. Er is immers geen enkele aanwijzing op basis waarvan, uitgaande van de situatie in Belgische frank, kan worden geëxtrapoleerd wat het aandeel van de aantrekkelijke prijzen in euro zou moeten zijn. Zo omvat de definitie die hier met betrekking tot de aantrekkelijke prijzen wordt gehanteerd, wellicht prijszettingspraktijken die deels verschillend zullen zijn naargelang zij in frank of in euro worden toegepast – vooral vanwege het gebruik van decimalen in het geval van de euro. Er bestaan bovendien sterke vermoedens omtrent het endogene karakter van de prijszetting ten opzichte van de gebruikte valuta (zie ook het kader). De prijzen worden immers aangepast op basis van de specifieke kenmerken van een munt,

(1) De prijzen met 3 of 4 decimalen worden uit de analyse geweerd omdat ze als weinig gevoelig voor de praktijken van de aantrekkelijke prijzen worden beschouwd. Zij komen immers veelal overeen met de prijzen die een of twee decimalen in frank bevatten; in de meeste gevallen betreft het prijzen van motorbrandstoffen en stookolie, producten waarvoor de programma-overeenkomst bepaalt dat de prijzen in euro met respectievelijk drie en vier decimalen moeten worden uitgedrukt.

Kader – Het geringe gebruik van psychologische prijzen in euro en de theorie van de rationele onoplettendheid

Het gebruik van prijzen eindigend op het cijfer 9 is voor tal van auteurs een boeiend thema gebleken, vooral in de marketing-sfeer, maar ook steeds meer in de economische wereld waar de belangstelling voor de micro-economische oorzaken van de macro-economische verschijnselen constant toeneemt. Zo brachten Blinder et al. (1998)⁽¹⁾ het gebruik van psychologische prijzen onder bij de theorieën die de nominale prijsrigiditeit konden verklaren. Daarnaast hebben Bergen, Chen and Levy (2003)⁽²⁾ in een uitvoerig gedocumenteerd artikel dat nog moet worden gepubliceerd, een verklarende theorie uitgewerkt over het gebruik van de psychologische prijzen. Hun theorie is gebaseerd op het principe van de rationele onoplettendheid.

Zij gaan ervan uit dat het gebruik van 9 als laatste cijfer voortvloeit uit de rationele reactie van de ondernemingen op de rationele onoplettendheid van de consument. Doordat het inwinnen, analyseren en opslaan van informatie kosten met zich brengt, kan het rationeel te verklaren zijn dat een consument geen aandacht schenkt aan bepaalde informatie die in de prijzen vervat zit – in het bijzonder aan het laatste cijfer van een prijs. Dat is het geval wanneer de consument onder tijdsdruk of met ontoereikende middelen een grote hoeveelheid informatie moet verwerken. De onderneming, zich terdege bewust van het feit dat haar klanten rationeel onoplettend zijn voor het laatste cijfer van de prijzen, zal voor een 9 kiezen en zodoende haar winst proberen te maximaliseren.

Deze theorie zou ook rechtstreeks kunnen worden toegepast op de gevolgen van de invoering van de euro en aldus het endogene karakter van de resultaten inzake het gebruik van psychologische prijzen aantonen. Aangezien een eurocent minder waard is dan een Belgische frank, zou de onoplettendheid voor het laatste cijfer groter moeten zijn bij de europrijzen en zouden er dus meer europrijzen moeten eindigen op 9 dan het geval was ten tijde van de frank. Die redenering wordt echter door de feiten gelogenstraft. De onoplettendheid kan inderdaad verminderd zijn – en de oplettendheid dus vergroot – omdat het als gevolg van de invoering van de euro gewijzigde regime vanzelf de aandacht voor de prijzen heeft doen toenemen, eigenlijk een beetje zoals de overgang – ten onrechte – als inflatoir werd afgedaan. En dit effect lijkt sterker te zijn dan het eerste.

In bepaalde prijzen die een hoge waarde aangeven, kan het laatste significante cijfer de eenheid zijn, eerder dan de tweede of de eerste decimaal. Dit vormt een andere plausible verklaring voor het feit dat, wat de in euro luidende prijzen betreft, het cijfer 9 minder als tweede decimaal wordt gebruikt: voor de prijzen die een hoge waarde aangeven, zou een psychologische prijs veeleer eindigen op 9,00, wat deels blijkt uit het ruime aandeel van prijzen die eindigen op 0.

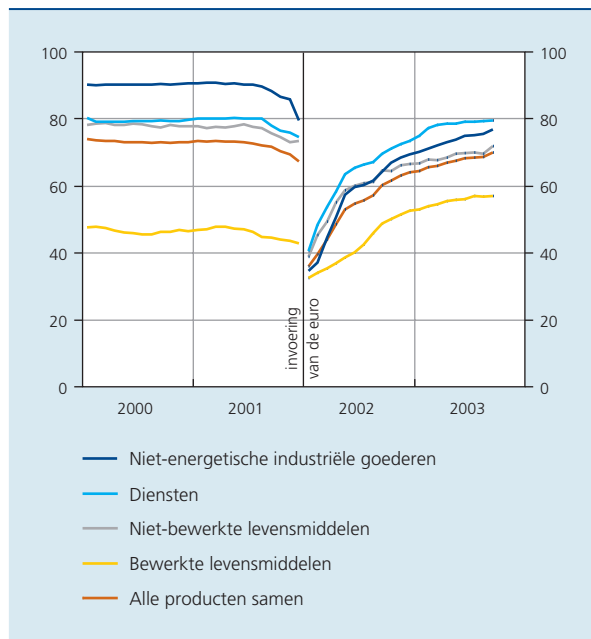
(1) Blinder A., Canetti E., Lebow D. and Rudd J. (1998), *Asking About Prices, A new approach to understanding Price Stickiness*, Russel Sage Foundation, New-York.

(2) Bergen M., Chen H. A. and Levy D. (2003), *Making sense of ignoring cents: another implication of rational inattention*, mimeo.

zoals de beschikbare bankbiljetten en munten – vooral de munten met de laagste waarde –, die bepalend zijn voor het aantal mogelijke prijzen binnen een bepaalde waardeschaal; of de «waarde» van de munt die gepaard gaat met het aantal cijfers dat nodig is om een prijs uit te drukken. Bij een ongewijzigde reële economische context – bijvoorbeeld op het gebied van concurrentie of inflatie, twee belangrijke factoren voor het bepalen van de prijzen – kunnen de prijszettingpraktijken dus sterk van elkaar verschillen.

Het endogene karakter van de prijszetting afhankelijk van de valuta impliceert bovendien dat de verschillen inzake prijszetting tussen de respectieve landen van het eurogebied zouden moeten verkleinen. De kenmerken van de gebruikte valuta zijn evenwel niet de enige factoren die bepalend zijn voor de praktijken inzake prijszetting. Nationale gebruiken en gewoonten, de verdeling van de rijkdom, het concurrentievermogen, wettelijke verplichtingen zijn slechts enkele voorbeelden van specifieke factoren die tot op zekere hoogte lokale of nationale verschillen tussen de landen van het eurogebied in de hand kunnen werken.

GRAFIEK 2 AANDEEL VAN AANTREKKELIJKE PRIJZEN NAAR PRODUCT⁽¹⁾
(procenten)



Bronnen : FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie ; NBB.
(1) Met uitzondering van de prijzen met decimalen in Belgische frank en de prijzen met meer dan twee decimalen in euro, niet gewogen cijfers.

De verschillen inzake prijszetting vóór en na de invoering van de euro in België blijken tevens uit de analyse van de aantrekkelijke prijzen per productcategorie. Reeds ten tijde van de Belgische frank was iedere productcategorie anderszins gevoelig voor de aantrekkelijke prijzen, wat aanpassingsverschillen deed vermoeden.

Kenmerkend voor de niet-bewerkte levensmiddelen is bijvoorbeeld dat hun aantrekkelijke prijzen zich slechts traag aanpassen, terwijl de prijzen van deze producten relatief snel veranderen (zie hieronder). De prijzen van de niet-energetische industriële goederen passen zich overigens nog trager aan, wat deels te maken heeft met het feit dat de prijzen van die producten niet vaak veranderen, hoewel tijdens de overgang op de euro een opvallende toename van het aantal prijsveranderingen werd vastgesteld (zie verderop).

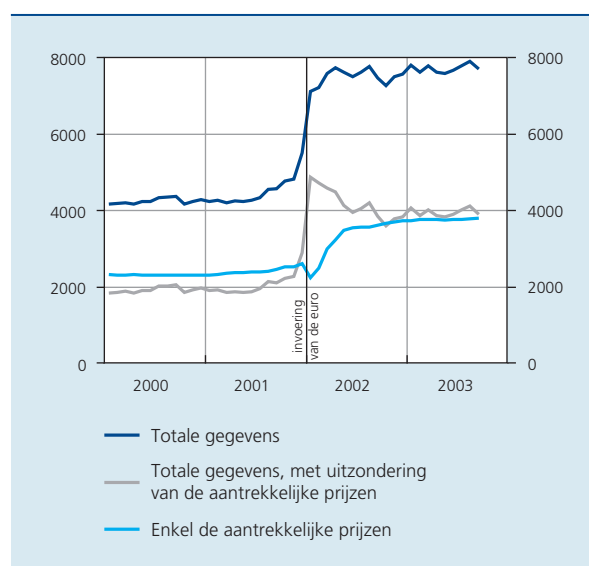
Bij de diensten en de bewerkte levensmiddelen lijkt het aanpassingsproces daarentegen sneller te zijn verlopen. Wat de eerstgenoemde betreft, was het aandeel van de aantrekkelijke prijzen in september 2003 vergelijkbaar met de situatie vóór de invoering van de chartale euro. Wat de bewerkte levensmiddelen betreft, vertegenwoordigen de aantrekkelijke prijzen een groter aandeel dan tijdens de «pre-euro»-periode, reden te meer om aan te nemen dat

de prijszettingspraktijken in de beide muntstelsels niet identiek zijn. Dat de in euro luidende aantrekkelijke prijzen voor de bewerkte levensmiddelen een ruimer aandeel vertegenwoordigen, kan deels worden verklaard door de grotere beschikbaarheid van aantrekkelijke prijzen in euro. Voor een zelfde waardeschaal zijn er in euro immers meer prijzen en meer aantrekkelijke prijzen voorhanden dan in Belgische frank het geval was. Zo zijn er tussen 1 en 40 Belgische frank 40 prijzen mogelijk, waarvan 11 aantrekkelijke, terwijl in euro 100 verschillende prijzen kunnen worden gevormd, waaronder 39 aantrekkelijke.

Dit fenomeen komt wellicht vaak voor in de categorie van de bewerkte levensmiddelen die tal van lage prijzen omvat, hoewel het zich ook in andere categorieën zou kunnen voordoen. De toename van het aantal beschikbare aantrekkelijke prijzen verkleint immers de afstand tussen twee opeenvolgende aantrekkelijke prijzen, waardoor voor producten waarvoor een verschil van enkele centiemmen verhoudingsgewijs belangrijk is, de correcte prijs accurater kan worden vastgesteld.

Bovendien worden de verschillen qua prijszettingspraktijken ook effectief beïnvloed door de mate waarin gebruik wordt gemaakt van de reeks beschikbare prijzen. Uit de analyse van het aantal verschillende prijzen die in de databank zijn opgenomen, kunnen – zonder rekening te houden met de producten waarmee die prijzen

GRAFIEK 3 AANTAL IN DE DATABANK OPGENOMEN VERSCHILLENDE PRIJZEN⁽¹⁾
(prijzen in frank tot 2001 en in euro vanaf 2002)



Bronnen : FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie ; NBB.
(1) Het aantal verschillende prijzen wordt berekend op basis van de 100.000 maandelijkse prijsopnames die in hun geheel in aanmerking worden genomen zonder rekening te houden met de ermee overeenstemmende producten.

overeenstemmen –, bepaalde conclusies worden getrokken wat het gebruik van het prijzengamma betreft. Het aantal verschillende prijzen is opgelopen van ongeveer 4.200 in 2000 tot zo'n 7.500 vanaf 2002, wat betekent dat sedert 2002 nagenoeg 1,8 maal méér verschillende prijzen in de databank zijn opgenomen. Deze stijging blijft echter geringer dan die van het aantal mogelijke prijzen dat bij de overgang op de euro vermenigvuldigd is met circa 2,5 (40 mogelijke prijzen in Belgische frank tegenover 100 in euro tussen 0,01 en 1,00 euro). Een en ander komt er dus op neer dat sedert de invoering van de euro minder gebruik wordt gemaakt van het beschikbare prijzengamma. Ook het aantal verschillende aantrekkelijke prijzen is opgelopen, van zowat 2.300 in 2000 tot 3.300 in 2002, dat wil zeggen ongeveer 1,6 maal méér. Dit betekent dat een groter aantal prijzen die als « aantrekkelijk » worden bestempeld, in feite niet worden gebruikt aangezien het aantal theoretisch bruikbare aantrekkelijke prijzen ook 2,5 maal hoger ligt dan in Belgische frank. Anders gezegd: de geringe precisie van de prijzen in frank zette de ondernemingen ertoe aan intenser gebruik te maken van het prijzengamma.

Uit het verloop van het aantal verschillende prijzen kunnen tevens enkele conclusies worden getrokken wat betreft de aanpassing van de prijzen na de overgang op de euro. Het aantal verschillende prijzen laat immers een opmerkelijk verloop optekenen: vanaf juli 2001 ging het geleidelijk stijgen, maar in januari 2002 volgde een fikse sprong, die de perfecte weergave was van de regimewijziging als gevolg van de overgang op de euro. Diepgaander onderzoek heeft uitgewezen dat de in 2001 ingezette stijging tot in januari 2002 in de eerste plaats toe te schrijven was aan de stijging van het aantal verschillende niet-aantrekkelijke prijzen: in 2001 ging het om de eerste in euro luidende prijzen die in de databank evenwel nog steeds in Belgische frank werden opgenomen, en in januari 2002 betrof het prijzen die nog in Belgische frank werden vastgesteld maar in euro waren omgezet. Nadien en naarmate de prijszetting zich aanpaste aan de nieuwe omgeving van de euro, ging de stijging van het aantal verschillende aantrekkelijke prijzen de daling van het aantal verschillende niet-aantrekkelijke prijzen compenseren.

Na het laatste kwartaal 2002 zijn het aantal verschillende prijzen en het aantal verschillende aantrekkelijke prijzen nog slechts weinig veranderd, wat – wellicht verkeerdelijk – zou kunnen worden geïnterpreteerd als het einde van het prijsaanpassingsproces. Het verloop van het aandeel van de aantrekkelijke prijzen wijst er echter op dat het aanpassingsproces heeft geduurd tot en met

september 2003, de laatste periode waarin onderzoek werd verricht. Dat het aantal verschillende prijzen sedert eind 2002 relatief stabiel is gebleven, lijkt er veeleer op te wijzen dat de nieuwe basisinstrumenten voor de prijszetting – de verscheidenheid aan prijzen waaruit een keuze moet worden gemaakt – in het nieuwe regime wel degelijk voorhanden zijn, hoewel de prijzen van alle producten op dit ogenblik nog niet duurzaam aan dit nieuwe prijzengamma zijn aangepast.

2. Frequentieverloop van de prijsveranderingen

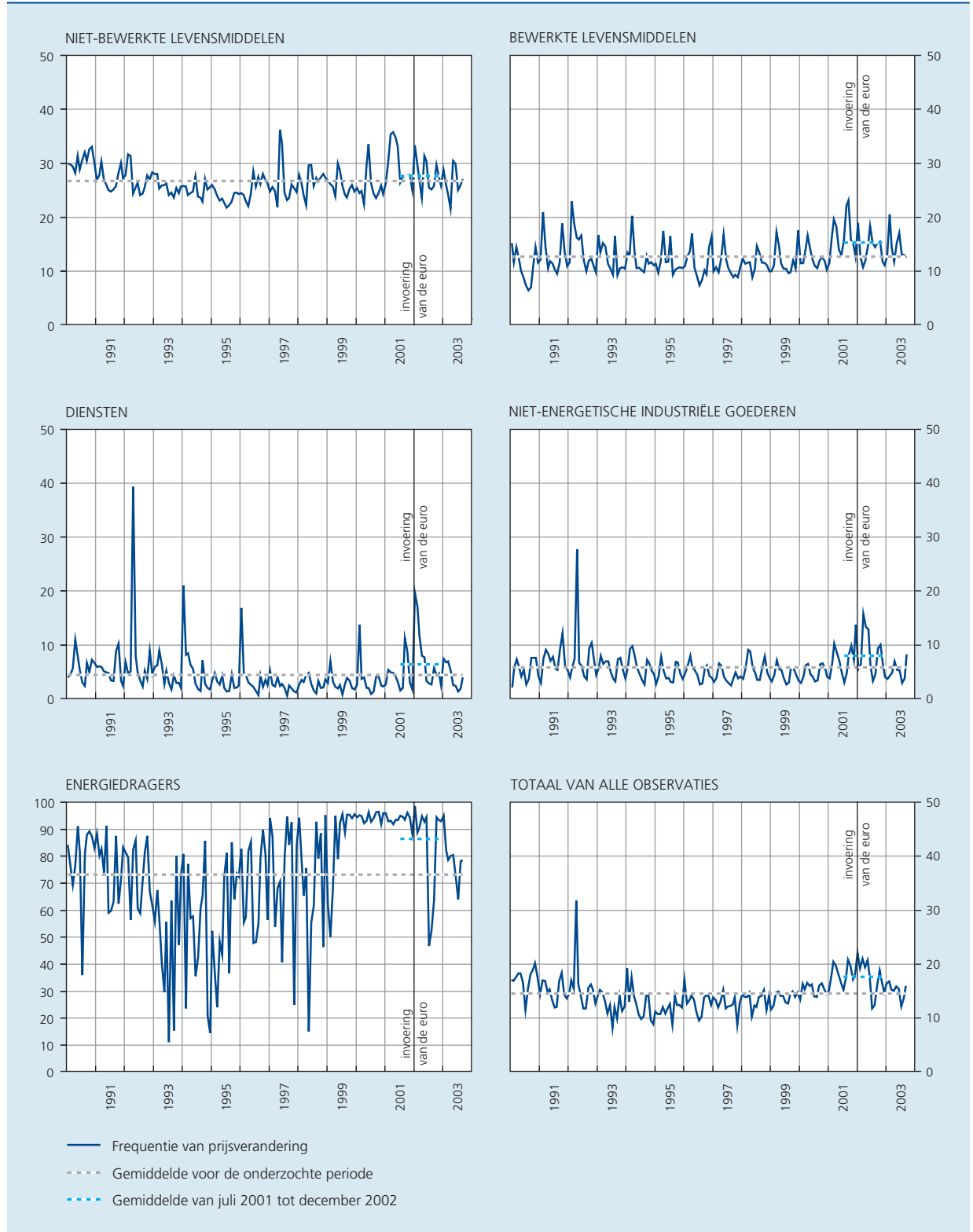
Onderzoek naar de frequentie van de prijsveranderingen maakt het mogelijk de aanpassing van de in euro omgezette prijzen vanuit een supplementaire invalshoek te analyseren. Zo kan worden nagegaan in hoeverre de hypothese van een hergroepering van de prijsveranderingen resulterend uit de theorie van de menukosten⁽¹⁾ (*menu costs*) correct is. Rekening houdend met de vaste, aan de prijsveranderingen verbonden kosten zou de overgang op de euro, die alle ondernemingen ertoe verplicht hun prijzen te wijzigen, aanleiding moeten geven tot een hergroepering van prijsveranderingen die niet noodzakelijkerwijs te maken hebben met de invoering van de euro. Op die manier zouden de ondernemingen de met prijsveranderingen gepaard gaande kosten drukken. De afwezigheid van een dergelijke concentratie zou kunnen worden geïnterpreteerd als het weerleggen van de menukostenmodellen.

Om een coherent beeld te krijgen van de frequentie van de prijsveranderingen, mogen enkel volledig vergelijkbare producten worden beschouwd. Derhalve worden in een handelszaak Y, die tussen twee vergelijkende periodes noch van naam noch van adres is veranderd, de producten X onderzocht. Een prijsverandering wordt slechts als zodanig in aanmerking genomen als tussen die beide periodes voor een bepaald product een prijsverschil wordt opgetekend. Deze definitie, die voorkomt dat vaststellingen zouden worden gedaan voor niet volledig identieke producten, veroorzaakt ongetwijfeld een – zij het relatief gering – verlies van gegevens. Bovendien werden in voorkomend geval de prijzen in euro met die in Belgische frank vergeleken, met inachtneming van de officiële regels voor de omzetting van de Belgische frank in euro.

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

GRAFIEK 4

AANDEEL VAN DE PRIJZEN DIE VERANDERD ZIJN TEN OPZICHTE VAN DE VOORGAANDE MAAND
(procenten)



Bronnen: FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie; NBB.

Er is geopteerd voor twee benaderingswijzen. De eerste onderzoekt de frequentie van de maandelijkse prijsveranderingen, met andere woorden het aantal prijzen die ten opzichte van de vorige maand zijn veranderd; de tweede gaat de frequentie van jaarlijkse prijsveranderingen na, dat is de hoeveelheid prijzen die zijn veranderd ten opzichte van de overeenstemmende maand van het voorgaande jaar. Bij deze tweede benaderingswijze gaan meer gegevens verloren aangezien volgens de definitie een product X in een handelszaak Y twaalf maanden later nog moet worden teruggevonden. Het voordeel van deze aanpak is echter dat geen rekening wordt gehouden met het effect van tijdelijke promoties en van andere factoren van voorbijgaande aard die de analyse enigszins lijken te verstoren doordat zij een aanzienlijke « statistical noise » teweegbrengen.

Voor de niet-bewerkte levensmiddelen en de energiedragers week het aantal prijsveranderingen in januari 2002 nauwelijks af van wat in het verleden werd opgetekend, zeker gelet op het feit dat ook vroeger het aantal prijsveranderingen voor deze categorie sterk varieerde van maand tot maand.

Dat de prijzen van deze producten zeer vaak en bovendien uiterst onregelmatig veranderen, strookt op zich met de theorie van de menukosten. Deze producten zijn immers dikwijls onderhevig aan zware prijsschokken die het gevolg zijn van schommelingen in het aanbod; in dat geval is het voordeel van een prijsaanpassing groter dan de eraan verbonden (menu-)kosten. Zo ondergingen de niet-bewerkte levensmiddelen in januari 2002 weliswaar vrij veel prijsveranderingen, maar dat had kennelijk vooral te maken met het feit dat de prijzen van zowel de in België geteelde als de ingevoerde groenten fors in de hoogte gingen als gevolg van de op dat ogenblik in Europa heersende ongunstige weersomstandigheden. Ook het hoge aantal prijsveranderingen tussen februari en juni 2001 was deels het resultaat van de slechte weersomstandigheden, maar voornamelijk van de crisis in de vleesindustrie.

De prijzen van de bewerkte levensmiddelen, de diensten en de niet-energetische industriële goederen worden traditioneel veel minder frequent aangepast dan die van de niet-bewerkte levensmiddelen en de energiedragers, maar voor de diensten en de niet-energetische goederen lag het aantal in januari 2002 genoteerde prijsstijgingen wel beduidend hoger dan gemiddeld voor de periode januari 1990-september 2003. Dit was minder het geval bij de bewerkte levensmiddelen. In het licht van de theorie van de menukosten noopt deze concentratie van prijsveranderingen in januari 2002 evenwel tot twee belangrijke nuances.

Ten eerste valt op dat die concentratie niet helemaal in verhouding staat tot de belangrijke mijlpaal die de invoering van de euro in januari 2002 voor de hele economie heeft betekend. Dat blijkt des te meer als men ze vergelijkt met het verloop van de prijsveranderingen die plaatsvonden ten tijde van de btw-hervormingen, bijvoorbeeld in april 1992 en in mindere mate in januari 1994 en 1996, of in de diensten in februari 2000⁽¹⁾.

Ten tweede is het aantal prijsaanpassingen niet alleen gestegen in januari 2002, maar ook tijdens de maanden die voorafgingen aan en volgden op de invoering van de euro. Voor elk van deze drie productcategorieën blijkt het aantal prijsveranderingen voor de periode gaande van juli 2001 tot december 2002 (en niet enkel voor januari 2002) immers hoger te liggen dan het over een langere periode berekende gemiddelde.

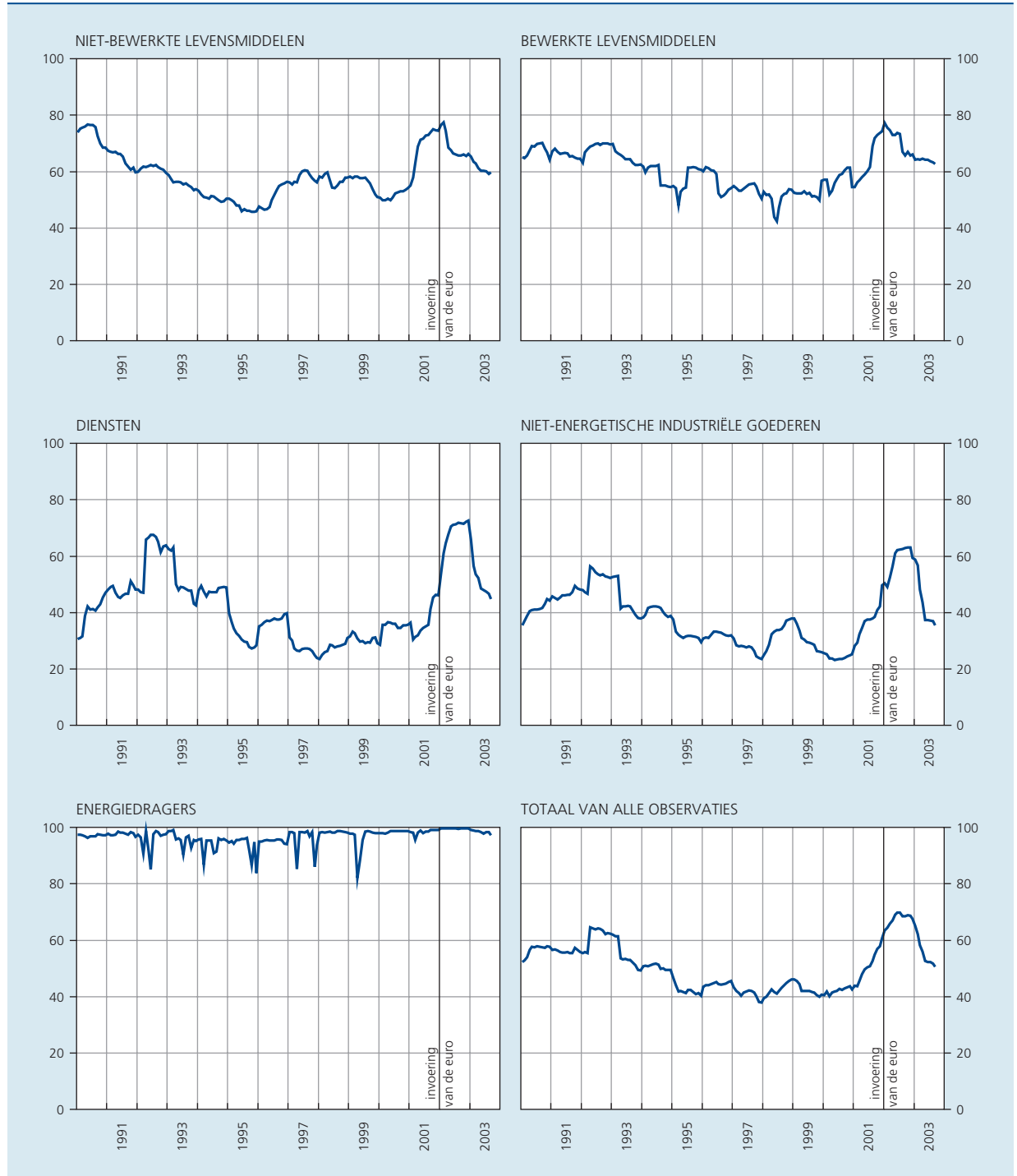
Dat er zich in januari 2002 geen massale concentratie van prijsveranderingen heeft voorgedaan, zou het verwerpen van de zogenaamde « menu modellen » kunnen betekenen. Gelet op de geleidelijke toepassing van de dubbele prijsaanduiding vanaf 2001 en het allengs achterwege laten ervan na januari 2002, werden de prijsetiketten echter niet uitsluitend aangepast op het ogenblik van de overgang op de euro, maar ook tijdens de maanden ervoor en erna. De spreiding in de tijd van de prijsveranderingen blijft derhalve verenigbaar met de theorieën inzake menukosten, hoewel er zich bij de prijszetting andere fricties kunnen voordoen die een dergelijk verschijnsel evenzeer kunnen verklaren, meer bepaald de moeilijkheid om prijzen te bepalen in een nieuwe valuta. Bij de prijszetting in het algemeen en bij de invoering van de euro in het bijzonder, is het immers niet uitgesloten dat de zwaarste kosten niet zozeer worden veroorzaakt door het veranderen van de prijsetiketten, maar veeleer door het berekenen van de nieuwe prijzen en het inwinnen en beheren van de voor die berekening vereiste informatie⁽²⁾.

(1) De hervorming van april 1992 paste in het kader van het Europees harmonisatieproces en omvatte zowel btw-verhogingen (b.v. van 17 naar 19,5 pct. voor sommige producten) als btw-verlagingen (b.v. van 25 naar 19,5 pct. voor andere producten). Na afloop van deze hervorming die een weerslag had op heel wat producten, waren er nog drie verschillende tarieven: 6 pct., 12 pct. en 19,5 pct. De hervormingen van 1994 en 1996 resulteerden in een verhoging van het btw-tarief van 19,5 pct. dat op 20,5 pct. werd gebracht en, ten slotte, op 21 pct. De btw-wijziging van februari 2000 betrof uitsluitend de arbeidsintensieve diensten, waarbij sommige tarieven teruggebracht werden tot 6 pct.

(2) Voor een vergelijking van de macro-economische implicaties van de lacunes in het besluitvormingsproces met de implicaties van de lacunes bij de eigenlijke prijsveranderingen, wordt verwezen naar Mankiw, N.G. and Reis R. (2002), *Sticky decisions versus sticky prices: A proposal to replace the Neo Keynesian Phillips Curve*, Quarterly Journal of Economics 117 (4), pp. 1295-1328.

GRAFIEK 5

AANDEEL VAN DE PRIJZEN DIE VERANDERD ZIJN TEN OPZICHTE VAN DE OVEREENSTEMMENDE MAAND VAN HET VOORGAANDE JAAR

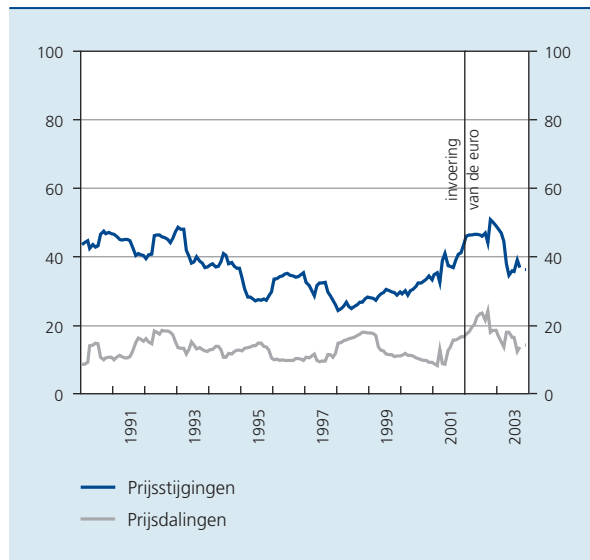


Bronnen: FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie; NBB.

Een tweede methode om het frequentieverloop van de prijsveranderingen te analyseren, bestaat erin de prijzen te onderzoeken die in een tijdsperiode van een jaar zijn veranderd. Beschouwd over deze langere, niet door tijdelijke verschijnselen beïnvloede periode, wordt de impact van

de invoering van de euro op de aanpassing van de prijzen duidelijker. Deze benadering bevestigt dat er niets bijzonders te vermelden valt wat het aantal prijsveranderingen bij de energiedragers betreft. Het aantal jaar-op-jaar veranderingen naar aanleiding van de overgang op de euro

GRAFIEK 6 FREQUENTIE VAN DE PRIJSSTIJGINGEN EN -DALINGEN T.O.V. DE OVEREENSTEMMENDE MAAND VAN HET VOORGAANDE JAAR; TOTAAL PRODUCTENPAKKET (procenten)



Bronnen: FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie; NBB.

blijkt daarentegen wel fors te zijn toegenomen bij de bewerkte levensmiddelen en, meer nog, bij de niet-energetische industriële goederen en de diensten. De toename van het aantal prijsveranderingen voor de niet-bewerkte levensmiddelen, van haar kant, dateert reeds van vóór de invoering van de euro en is, zoals reeds gezegd, toe te schrijven aan de aanbodschokken die begin 2001 de prijs van deze producten – vooral vlees – beïnvloedden.

Deze benadering belicht ook duidelijk de hierboven vermelde verschillen inzake de concentratie van prijsveranderingen tussen, enerzijds, de overgang op de euro en, anderzijds, de wijzigingen in de indirecte belastingen. Terwijl een wijziging in de indirecte belastingen het aantal geregistreerde jaar-op-jaarveranderingen vrijwel uitsluitend gedurende exact één jaar beïnvloedt, is ook hier de weerslag van de invoering van de euro op het aantal prijsveranderingen gespreid over een beduidend langere tijdsperiode die reeds omstreeks medio 2001 aanving. Omdat jaar-op-jaarveranderingen per definitie alle tijdens een periode van 12 maanden genoteerde prijsveranderingen omvatten, ongeacht de maand waarin die veranderingen plaatsvonden, geven zij beter de omvang van een geleidelijk aanpassingsproces weer. Het hoeft dan ook niet te verwonderen dat deze benadering wel duidelijke verschillen naar voren brengt ten opzichte van het normale regime en zelfs ten opzichte van periodes waarin de indirecte belastingen werden gewijzigd.

Bovendien zij opgemerkt dat prijsveranderingen niet steeds prijsstijgingen zijn, wel integendeel: de frequentie van de prijsdalingen over twaalf maanden bedraagt gemiddeld 13,5 pct. Anders dan in de jaren negentig leken prijsstijgingen en – dalingen vóór en na de overgang op de euro elkaar niet langer te compenseren.

Tijdens de periode voorafgaand aan de invoering van de euro, meer bepaald vanaf de tweede helft van 2001, namen de prijsstijgingen en -dalingen immers toe, wat erop wijst dat de prijzen in frank zich geleidelijk aanpasten aan de prijzen in euro. De daarmee samenhangende toename van het aantal prijsstijgingen en -dalingen is tevens het bewijs dat de prijzen tijdens de overgang op de euro niet alleen maar in opwaartse zin werden aangepast. Het feit dat de prijzen na januari 2002 frequent bleven veranderen, wijst er dan weer op dat de ondernemingen op zoek gingen naar nieuwe aantrekkelijke prijzen in euro. Het minder frequent voorkomen van prijsveranderingen aan het einde van de periode, lijkt er reeds op te wijzen dat de situatie opnieuw normaler wordt.

Conclusie

Als gevolg van de overgang op de chartale euro en het geleidelijk opgeven van de nationale valuta zijn de ondernemingen blijkbaar geneigd een ander prijszettingsbeleid te voeren dan vroeger het geval was. Dat blijkt althans uit de analyse van het aandeel van de aantrekkelijke prijzen en uit de toename van het aantal verschillende prijzen, wat gepaard gaat met een geringer gebruik van het beschikbare prijzengamma.

Wat de hergroepering van de prijsveranderingen betreft, is de spreiding in de tijd tijdens de overgang op de euro slechts op het eerste gezicht in strijd met de theorie van de menukosten. De spreiding van de prijsveranderingen zou immers een gevolg kunnen zijn van de fasering van de etiketwijzigingen in het kader van eerst de geleidelijke toepassing en vervolgens de geleidelijke afbouw van de dubbele prijsaanduiding. Dit fenomeen zou echter ook verklaard kunnen worden door andere problemen die eventueel bij de prijszetting opduiken, zoals de kosten verbonden aan de berekening en de keuze van de prijzen – met inbegrip van bijvoorbeeld de kosten voor het verzamelen en het assimileren van de daartoe relevante gegevens.

Ten slotte ziet het ernaar uit dat na eenentwintig maanden het prijsaanpassingsproces misschien nog niet helemaal, maar toch reeds in zeer hoge mate is voltooid.