

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: Παναγόπουλος Α.

### Θέμα:

**«Το ευρώ και ο τουρισμός: ευκαιρίες και στρατηγικές για τις επιχειρήσεις»**



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: Τσιμέκα – Καραμεσίνη Αικατερίνη  
Κωλέτση Θεοδώρα

**ΠΑΤΡΑ 2003**



# Περιεχόμενα

	<b>Σελίδα</b>
<b>Ιστορική αναδρομή μέσω Βρυξελλών.</b>	<b>9</b>
<b>Μετάβαση στο ευρώ: Τα κλειδιά της επιτυχίας.</b>	<b>10</b>
Τα στάδια της μετάβασης στο ευρώ.	11
1. Ο προεφοδιασμός.	11
2. Η διανομή των χαρτονομισμάτων και κερμάτων τον Ιανουάριο 2002.	12
3. Η απόσυρση των εθνικών νομισμάτων.	14
Η μετάβαση των ΜΜΕ στο ευρώ ήταν επιτυχής.	14
Οι πολίτες δέχθηκαν το ευρώ με ενθουσιασμό.	15
Το ευρώ στις χώρες του προθαλάμου («pré-in»).	16
Κυριότερες προβλέψεις για το τέλος της διπλής κυκλοφορίας και την ανταλλαγή των εθνικών νομισμάτων. (πίνακας)	18
<b>Three years on the benefits of the single currency are evident.</b>	<b>21</b>
1. Coping with the global slowdown.	22
2. Sound fiscal and monetary policies.	22
3. Wage formation in EMU.	23
4. Investment and the euro-area's growth potential.	24
5. Financial integration.	24
6. The euro area as an international currency.	25
<b>Χαρτονομίσματα και κέρματα: ένας χρόνος μετά.</b>	<b>26</b>
<b>Ενότητα Α'</b>	<b>31</b>
<b>Εισαγωγή</b>	<b>31</b>
<b>Τι είναι το Ευρώ/Ταυτότητα.</b>	<b>31</b>
Η ένταξη της Ελλάδος στη ζώνη του ευρώ σηματοδοτεί μια νέα εποχή για τη χώρα μας.	32

τα συλλεκτικά κέρματα, τα μετάλλια και τις «μάρκες».	162
3. Τα τελευταία νέα του Ευρώ.	167
4. Διακοπές 2001.	172
5. Greece seeks tourism investment.	174
6. Tourism: "Euro" challenge to developing nations.	176
7. The Euro: Tourism boom comes with caveats for travelers.	178
8. Euro changeover effects.	181
9. The introduction of euro bank notes and coins one year after.	185
<b>Βιβλιογραφία</b>	<b>198</b>



Η ζωή με το ευρώ	33
<b>ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ ΣΤΟ ΕΥΡΩ</b>	
Εθνική Συντονιστική Επιτροπή για το Ευρώ (ΕΣΕΕ)	34
Επιτροπή εκπροσώπων της ΕΣΕΕ	34
<b>Διυπουργική Ομάδα Δράσης</b>	35
Κεντρική Νομοπαρασκευαστική Επιτροπή	36
Ειδικές Ομάδες Εργασίας	36
<b>Κεφάλαιο 1</b>	37
1.1 Τι είναι το ευρώ και πότε θα μπει στις τσέπες μας;	37
1.2 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΝΕ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΑΘΙΕΡΩΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩ	40
1.3 Τα κέρματα και η ιστορία του στην χώρα μας.	42
<b>Κεφάλαιο 2</b>	
2.1 Πόσα στοιχίζει σε ευρώ.	44
<b>Κεφάλαιο 3</b>	
3.1 Γιατί γίνεται η ΟΝΕ;	52
<b>Κεφάλαιο 4</b>	
4.1 Ζητήματα προσαρμογής και ανησυχίες	54
<b>Κεφάλαιο 5</b>	
5.1 Μικρό χρονικό προς το ευρώ	57
<b>Κεφάλαιο 6</b>	
6.1 Ταξιδιωτικός τομέας	59
6.2 Συναφείς ιστοσελίδες	64
<b>Ενότητα Β'</b>	73
<b>Κεφάλαιο 1</b>	
<b>Εκθέσεις των συζητήσεων στρογγυλής τράπεζας.</b>	76
1.1 Έκθεση της στρογγυλής τράπεζας αριθ.1: «Ποιο το σχέδιο δράσης για τις επιχειρήσεις τους τουριστικού τομέα;» από την Claudine Chaspoul, Διευθύντρια του περιοδικού ESPACES (Editions touristipues europeennes).	76
1.2 Έκθεση της στρογγυλής τράπεζας αριθ. 2: «Πως θα αντιδράσουν οι τουρίστες απέναντι στο ευρώ και ποιες	

θα είναι οι σχετικές προσδοκίες τους;» από την Bill Richards, Γραμματέα του ETAG (European Tourism Action Group).	82
1.3 Έκθεση της στρογγυλής τράπεζας αριθ.3: «Η εσωτερική προσαρμογή των τουριστικών επιχειρήσεων» από τον Bruno Lefebure, Δικηγόρο, εμπειρογνώμονα μέλος της ομάδας εργασίας για το ευρώ.	87
1.3.1 Ορισμένα ενδεικτικά παραδείγματα.	89
1.3.2 Πρέπει να υπογραμμιστεί η σημασία της πληροφόρησης.	90
1.3.3 Οι μεγάλοι παράγοντες του τουριστικού κλάδου δραστηριοποιούνται επίσης προκειμένου να είναι έτοιμοι να λειτουργήσουν σε ευρώ ήδη από την 4 <sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999.	91
1.3.4 Σε έναν ήδη τόσο αυτοματοποιημένο τομέα όπως ο τουρισμός, εννοείται ότι η μετάβαση στο ευρώ συνεπάγεται πολυάριθμες και ζωτικές σημασίας συνέπειες από πλευράς πληροφορικής.	92
1.4 Έκθεση της στρογγυλής τράπεζας αριθ. 4: «Ο συντονισμός στο εσωτερικό του κλάδου δραστηριότητας και ο συντονισμός με τον τραπεζικό τομέα». Από τον Max Chatterjee, Commercial Products, Visa International.	93
1.4.1 Οι κάρτες πληρωμής.	95
1.4.2 Η εσωτερική εξέλιξη του τραπεζικού τομέα για να επιτραπεί στους πελάτες να χρησιμοποιούν το ευρώ.	104
1.4.3 Ο ρόλος του δημόσιου τομέα – Περιπτωσιολογική μελέτη στην Πορτογαλία.	106
1.4.4 Συντονισμός της μετάβασης στο ευρώ τον τομέα των ξενοδοχείων και των εστιατορίων.	112
<b>Κεφάλαιο 2</b>	
Συμπεράσματα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.	117
2.1 Οι εμπορικές στρατηγικές και οι στρατηγικές μάρκετινγκ σε σχέση με το ευρώ.	117
2.2 Όσον αφορά τη ζήτηση.	118
2.3 Το ευρώ θα αποτελεί λοιπόν πηγή ευκαιριών ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις που θα είναι σε θέση να ανταποκριθούν σ' αυτή την πρώιμη ζήτηση.	119
2.4 Τέλος, η μετάβαση στο ευρώ μιας τουριστικής επιχείρησης δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί μεμονωμένα, ιδίως στον τομέα αυτό.	120

<b>Κεφάλαιο 3</b>	
Η συνέχεια που θα δοθεί στο συνέδριο.	122
3.1	124
3.2	124
<b>Κεφάλαιο 4</b>	
Τελική Έκθεση της ομάδας εργασίας «Το ευρώ και ο τουρισμός». Έγγραφο εργασίας της διάσκεψης.	125
4.1 Ο τουρισμός αποτελεί τον τομέα που προβλέπει ότι θα αποκομίσει ταχύτερα τα μεγαλύτερα οφέλη από την εισαγωγή του ευρώ.	127
4.2 Ο τουρισμός είναι ο ιδανικός τομέας για την εισαγωγή του ευρώ.	128
<b>Κεφάλαιο 5</b>	
Πληρωμές σε ευρώ στον τομέα του τουρισμού κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου.	130
5.1 Διόφορα μέσα πληρωμών σε ευρώ κατά τη μεταβατική περίοδο.	130
5.2 Η μετάβαση στο ευρώ των συστημάτων πληρωμών με κάρτες.	133
5.3 Διάθεση μέσων πληρωμών.	134
5.4 Συνθήκες χρησιμοποίησης και αποδοχής των λογιστικών πληρωμών.	136
5.4.1 Κατάσταση στον κλάδο έκδοσης	137
5.4.1.1 Ταξιδιωτικά πρακτορεία	137
5.4.1.2 Συναφείς υπηρεσίες	137
5.4.2 Κατάσταση στον κλάδο υποδοχής.	138
5.4.2.1. Τα ξενοδοχεία	138
5.4.2.2 Συναφείς υπηρεσίες	138
<b>Κεφάλαιο 6</b>	
Συμβάσεις μεταξύ φορέων τουρισμού	139
6.1 Συμβάσεις μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων στη ζώνη του ευρώ.	139
6.1.1 Συμβάσεις μεταξύ επιχειρήσεων της ζώνης του ευρώ και επιχειρήσεων των κρατών-μελών που δεν συμμετέχουν ακόμα στην ΟΝΕ.	140
6.1.2 Συμβάσεις μεταξύ επιχειρήσεων της ζώνης του ευρώ και επιχειρήσεων τρίτων χωρών.	140
6.1.3 Συμβάσεις μεταξύ τουριστικών πρακτόρων εκτός της ζώνης του ευρώ και επιχειρήσεων του	

τόπου προορισμού εντός της ζώνης του ευρώ.	140
6.2 Συμβάσεις μεταξύ τουριστικών πρακτόρων και αερομεταφορέων.	141
6.3 Μηχανογραφημένο σύστημα κρατήσεων (ΜΣΚ).	142
<b>Κεφάλαιο 7</b>	
Τουριστικές υπηρεσίες με τιμές σε ευρώ κατά την μεταβατική περίοδο.	144
7.1 Κατάσταση στον κλάδο έκδοσης.	145
7.1.1 Ταξιδιωτικά γραφεία.	145
7.1.2 Τουριστικού πράκτορες.	146
7.1.3 Οι μεταφορείς.	146
7.2 Κατάσταση στον κλάδο υποδοχής.	147
7.2.1 Ξενοδοχεία	147
7.2.2 Συναφείς υπηρεσίες.	148
<b>Κεφάλαιο 8</b>	
Διπλή αναγραφή τιμών.	149
8.1 Κατάσταση στον κλάδο αποστολής.	149
8.1.1 Ταξιδιωτικά γραφεία και τουριστικοί πράκτορες.	149
8.1.2 Συναφείς υπηρεσίες.	150
8.2 Κατάσταση στον κλάδο υποδοχής.	150
8.2.1 Ξενοδοχεία.	150
8.2.2 Συναφείς υπηρεσίες	150
<b>Κεφάλαιο 9</b>	
Συμπεράσματα και επακόλουθα – διάσκεψη για «το ευρώ και τον τουρισμό: Δυνατότητες και στρατηγικές για τις επιχειρήσεις».	151
9.1 Στόχος	151
9.2 Περιεχόμενο.	152
9.3 Συντονισμός: απαραίτητο συστατικό στοιχείο για την επιτυχή μετάβαση στο ευρώ στον τομέα του τουρισμού.	153
9.4 Η εισαγωγή του ευρώ στον τομέα του τουρισμού μπορεί να συμβάλει στον εντοπισμό εμποδίων για την ορθή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς.	156
<b>Ενότητα Γ'</b>	
<b>Παράρτημα.</b>	157
1. Εκχώρηση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας επί των σχεδίων της κοινής όψης των κερμάτων σε ευρώ.	158
2. Σύσταση της Επιτροπής της 13 <sup>ης</sup> Ιανουαρίου 1999 όσον αφορά	

Ιστορική Αναδρομή  
μέσω  
Βρυξελλών



**Μετάβαση στο ευρώ: τα κλειδιά της επιτυχίας.**

Με ανακοίνωσή της προς το προσεχές Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Βαρκελώνης στις 15 και 16 Μαρτίου 2002, η Επιτροπή πραγματοποιεί έναν λεπτομερή απολογισμό για τις ενέργειες μετάβασης στο ευρώ, την προετοιμασία των επιχειρήσεων και τις αντιδράσεις του κοινού. Η παράθεση λεπτομερών στοιχείων ανά χώρα επιτρέπει την παρακολούθηση της εξέλιξης από τον προεφοδιασμό έως την απόσυρση των εθνικών νομισμάτων. Σε όλες τις χώρες της ζώνης ευρώ, η μετάβαση στο ενιαίο νόμισμα στέφθηκε από επιτυχία. Σύμφωνα με τις τελευταίες δημοσκοπήσεις που έγιναν στα μέσα Φεβρουαρίου 2002, οι ανησυχίες για το ενδεχόμενο ανεπαρκούς προετοιμασίας των ΜΜΕ δεν επαληθεύτηκαν. Την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2002, το 95% των ΜΜΕ τηρούν τη λογιστική τους σε ευρώ, το 96% καθορίζουν τις τιμές τους σε ευρώ και το 97% εκδίδουν τα τιμολόγιά τους σε ευρώ. Οι διαφορές μεταξύ συμμετεχόντων κρατών μελών είναι ελάχιστες. Όσον αφορά τους πολίτες, οι δημοσκοπήσεις επιβεβαιώνουν την γενική θετική άποψη: περισσότερο από το 80% των πολιτών της ζώνης ευρώ θεωρούν ότι η μετάβαση έγινε ομαλά, και περίπου το 70% δηλώνουν ευτυχείς που το ευρώ έγινε το νόμισμά τους. Επίσης, από τις δημοσκοπήσεις προκύπτει ότι το ευρώ έγινε δεκτό με ενθουσιασμό από τους πολίτες των χωρών «pre-ips»: το 57% των σουηδών δηλώνουν ότι θα ήταν ιδιαίτερα ή μάλλον ικανοποιημένοι εάν η χώρα τους υιοθετούσε το ευρώ. Το αντίστοιχο ποσοστό είναι 49% στη Δανία και 34% στο Ηνωμένο Βασίλειο.

# Τα στάδια της μετάβασης στο ευρώ

## 1. Ο προεφοδιασμός

Συνολικά, μέσω του προεφοδιασμού προδιανεμήθηκαν 6 δισεκατ. χαρτονομίσματα και 37,5 δισεκατ. κέρματα. Η αξία της προσπάθειας αυτής μπορεί να εκτιμηθεί πλήρως όταν τα παραπάνω ποσά συγκριθούν με την ποσότητα ευρώ που κυκλοφορούσαν στις αρχές Φεβρουαρίου 2000: κατά μέσο όρο, το 80% των χαρτονομισμάτων ( σε αξία) και το 97% των κερμάτων που κυκλοφορούσαν την ημερομηνία αυτή είχαν προδιανεμηθεί πριν από τον Ιανουάριο. Η συμμετοχή των τραπεζών και των πολιτών στις ενέργειες αυτές ήταν πολύ ικανοποιητική. Η συμμετοχή των εμπόρων ήταν άνιση, ανάλογα με τη χώρα. Η επιτυχία του προεφοδιασμού συνέβαλε αποφασιστικά στην ταχεία εκκίνηση των πράξεων σε ευρώ στις αρχές του 2002.



## **2. Η διανομή των χαρτονομισμάτων και κερμάτων τον Ιανουάριο 2002**

Η διανομή του νέου νομίσματος έγινε κυρίως μέσω τριών διαύλων:

- ⇒ Αναλήψεις χαρτονομισμάτων από τις αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ΑΤΜ). Κατά μέσο όρο, το 80% των μηχανημάτων αυτών είχαν προσαρμοσθεί στο ευρώ ήδη από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου. Από τεχνική άποψη, η ενέργεια αυτή ολοκληρώθηκε τελείως απρόσκοπτα. Η πρόοδος ήταν ταχεία σε ολόκληρη τη ζώνη ευρώ: από τις 4 Ιανουαρίου, το σύνολο σχεδόν των ΑΤΜ διέθεταν μόνο ευρώ. Ο όγκος των αναλήψεων από τα ΑΤΜ ήταν ιδιαίτερα υψηλός κατά την πρώτη εβδομάδα του Ιανουαρίου, λόγω του ενθουσιασμού και της περιέργειας των πολιτών για το νέο τους νόμισμα. Χάρη στην ποιότητα της υλικοτεχνικής υποδομής των τραπεζών, δεν διαπιστώθηκε κανένα σοβαρό πρόβλημα ανεφοδιασμού των ΑΤΜ.
- ⇒ Αναλήψεις ή αλλαγές μετρητών στις θυρίδες των χρηματοπιστωτικών οργανισμών. Οι καταναλωτές προσήλθαν μαζικά στις θυρίδες των 218.000 τραπεζικών ή ταχυδρομικών καταστημάτων για να πραγματοποιήσουν αναλήψεις σε ευρώ ή να αλλάξουν τα παλαιά τους εθνικά νομίσματα, προκαλώντας έτσι ουρές στους προαναφερθέντες χώρους. Σε πολλές χώρες, ο εφοδιασμός των ιδιωτών σε ευρώ από τις θυρίδες ήταν μάλιστα υψηλότερος σε όγκο από εκείνον μέσω των ΑΤΜ. Οι μεγάλες ουρές αναμονής οδήγησαν ορισμένες φορές τα τραπεζικά καταστήματα στην απόφαση να πραγματοποιούν την ανταλλαγή των νομισμάτων μόνο για τους πελάτες τους.
- ⇒ Επιστροφή χρημάτων (ρέστα) από τους εμπόρους. Τα εμπορικά

καταστήματα, ιδίως τα μεγάλα καταστήματα διανομής, συνολικά τήρησαν σε ικανοποιητικό βαθμό τις ευρωπαϊκές και εθνικές συστάσεις για επιστροφή χρημάτων αποκλειστικά σε ευρώ. Οι συνθήκες εφοδιασμού των εμπορικών καταστημάτων σε χαρτονομίσματα και κέρματα ήταν τεταμένες την πρώτη εβδομάδα λόγω του σημαντικού αριθμού καταναλωτών που εξοφλούσαν αγορές μικρού ποσού με χαρτονομίσματα μεγάλης αξίας, των περιορισμένων δυνατοτήτων μεταφοράς κεφαλαίων (για τα μεγάλα εμπορικά καταστήματα) και των μεγάλων ουρών αναμονής στις θυρίδες των τραπεζών (για τα μικρά εμπορικά καταστήματα). Χάρη στις προσπάθειες των οργανισμών και του συνόλου των οικονομικών φορέων, μόνο σε πολύ συγκεκριμένες περιπτώσεις σημειώθηκε έλλειψη κερμάτων ή χαρτονομισμάτων ορισμένης αξίας. Από το τέλος της πρώτης εβδομάδας, οι περισσότερες πληρωμές σε μετρητά γίνονταν ήδη σε ευρώ. Από το τέλος της δεύτερης εβδομάδας, οι ποσότητες εθνικών νομισμάτων που κυκλοφορούσαν ακόμη ήταν αμελητέες. Η ταχύτατη αυτή αύξηση των πληρωμών σε ευρώ, σε συνδυασμό με τα έκτακτα μέτρα που έλαβαν τα περισσότερα μεγάλα καταστήματα (αύξηση του αριθμού των ανοικτών ταμείων, διάθεση πρόσθετου προσωπικού στα ταμεία...) επέτρεψαν να αποφευχθούν μεγάλες ουρές στα καταστήματα.

### **3. Η απόσυρση των εθνικών νομισμάτων**

Ενώ η διανομή των κερμάτων και χαρτονομισμάτων σε ευρώ πραγματοποιήθηκε σταδιακά σε διάστημα τριών μηνών, το μεγαλύτερο μέρος της επιστροφής των εθνικών κερμάτων και χαρτονομισμάτων έγινε αντίθετα σε μερικές εβδομάδες, προκαλώντας έτσι σοβαρά προβλήματα συμφόρησης στους χώρους αποθήκευσης των τραπεζών και των εταιρειών χρηματοποστολών καθώς και ιδιαίτερα σημαντικές καθυστερήσεις στη διαλογή και το μέτρημα - ιδίως των κερμάτων - και επομένως στην πίστωση των εμπορικών καταστημάτων από τις εμπορικές τράπεζες και των τελευταίων από τις κεντρικές τράπεζες.

Στις 22 Φεβρουαρίου, το 83% περίπου των τραπεζογραμματίων (σε αξία) και το 28% των κερμάτων είχαν ήδη ανακτηθεί και καταλογισθεί από τις κεντρικές τράπεζες. Η Επιτροπή καλεί τους πολίτες να χρησιμοποιήσουν την συμπληρωματική περίοδο που τίθεται στη διάθεσή τους για να επιστρέψουν στην τράπεζά τους ή στην κεντρική τράπεζα τα εθνικά χαρτονομίσματα ή κέρματα που διατηρούν ακόμη στην κατοχή τους (βλ. παράρτημα για τις ισχύουσες προθεσμίες σε κάθε χώρα). Όσον αφορά τα ξένα κέρματα, υπενθυμίζεται ότι είναι ακόμη σε εξέλιξη οι έρανοι που διοργάνωσαν οι μη κυβερνητικοί οργανισμοί.

### **Η μετάβαση των ΜΜΕ στο ευρώ ήταν επιτυχής**

Συνολικά, οι ανησυχίες για ανεπαρκή προετοιμασία των ΜΜΕ δεν επαληθεύτηκαν. Οι σημαντικές προσπάθειες που καταβλήθηκαν από τις εθνικές διοικήσεις, τις τράπεζες και τις επαγγελματικές ενώσεις για την ευαισθητοποίηση των επιχειρήσεων αποδείχθηκαν αποτελεσματικές. Η εικόνα που προκύπτει στα μέσα Φεβρουαρίου 2002 από την έρευνα για το Ευρωβαρόμετρο είναι ιδιαίτερα ικανοποιητική, σε αντίθεση με τις

προηγούμενες έρευνες: φαίνεται ότι πολλές ΜΜΕ πέτυχαν τη μετάβασή τους στο ευρώ «την τελευταία στιγμή». Παραδείγματος χάρη, την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2002, το 95% των ΜΜΕ τηρούσαν τη λογιστική τους σε ευρώ, το 96% καθόριζαν τις τιμές τους σε ευρώ και το 97% εξέδιδαν τα τιμολόγια τους σε ευρώ.

Οι διαφορές μεταξύ συμμετεχόντων κρατών μελών είναι ελάχιστες –πλήρης έκθεση στη διεύθυνση:

[http://europa.eu.int/comm/public\\_opinion](http://europa.eu.int/comm/public_opinion).

### **Οι πολίτες δέχθηκαν το ευρώ με ενθουσιασμό**

Στα τέλη Ιανουαρίου, η μετάβαση στο ευρώ εξακολουθούσε να έχει ορισμένα προβλήματα σ' έναν στους πέντε πολίτες και πολλά προβλήματα σ' έναν στους τριανταπέντε πολίτες. Η αναγνώριση και η χρησιμοποίηση των κερμάτων και κυρίως των χαρτονομισμάτων δεν θέτουν πραγματικά προβλήματα. Επίσης, όπως αναμενόταν, οι περισσότεροι πολίτες εξακολουθούν να υπολογίζουν νοερά σε εθνικό νόμισμα.

Όσον αφορά τις πράξεις φυσικής εισαγωγής του ευρώ, η εκτίμηση είναι εξαιρετικά θετική: πάνω από το 80% των πολιτών εκτιμούν ότι υλοποιήθηκαν με ικανοποιητικό ή πολύ ικανοποιητικό τρόπο. Τέλος, περισσότερο από τα δύο τρίτα των πολιτών της ζώνης ευρώ δηλώνουν προσωπικά ικανοποιημένοι ή πολύ ικανοποιημένοι που το ευρώ έγινε το νόμισμά τους, ένα ποσοστό εξαιρετικά υψηλό που επιβεβαιώνει την ενθουσιώδη αποδοχή του ευρώ από τους ευρωπαίους πολίτες - πλήρης έκθεση στη διεύθυνση:

[http://europa.eu.int/comm/press\\_room/presspacks/euro/pp\\_euro\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/press_room/presspacks/euro/pp_euro_en.html)

## **Το ευρώ στις χώρες του προθαλάμου («pré-in»)**

Μία έρευνα για το Ευρωβαρόμετρο που δημοσιεύθηκε ταυτόχρονα με την ανακοίνωση επιβεβαιώνει τις τάσεις που είχαν ήδη εμφανισθεί κατά τη διάρκεια του φθινοπώρου: η κοινή γνώμη στη Σουηδία και στη Δανία τάσσεται πλέον υπέρ του ενιαίου νομίσματος: στο Ηνωμένο Βασίλειο, η εξέλιξη είναι βραδύτερη και ο σκεπτικισμός εξακολουθεί να κυριαρχεί σε μεγάλο βαθμό.

Η κατάσταση αυτή δεν μπορεί ευθέως να θεωρηθεί ως πρόθεση ψήφου σε ενδεχόμενο δημοψήφισμα, αλλά το 57% των σουηδών (έναντι 37%) δηλώνουν ότι θα ήταν ιδιαίτερα ή μάλλον ικανοποιημένοι εάν η χώρα τους υιοθετούσε το ευρώ. Το αντίστοιχο ποσοστό είναι 49% στη Δανία (έναντι 34% δυσαρεστημένων) και 34% στο Ηνωμένο Βασίλειο (έναντι 56%).

Θεωρούν ότι στο τέλος η χώρα τους θα υιοθετήσει το ενιαίο νόμισμα: το 91% στη Δανία, το 75% στη Σουηδία και το 70% στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Η αντίληψη των δυσχερειών που αντιμετωπίζουν οι κάτοικοι των χωρών της ζώνης ευρώ είναι ιδιαίτερα ισχυρή: στο Ηνωμένο Βασίλειο, το 64% θεωρεί ότι η αντικατάσταση των εθνικών νομισμάτων δημιουργεί στους εν λόγω κατοίκους πολλά προβλήματα. Τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 44% στη Δανία και 36% στη Σουηδία.

Το 68% των βρετανών θεωρούν ότι γίνονται απάτες με τις τιμές, έναντι 49% των σουηδών και 48% των δανών.

Ωστόσο, το 72% των σουηδών και το 63% των δανών θεωρούν ότι οι κάτοικοι της ζώνης ευρώ είναι ευχαριστημένοι που το ευρώ κατέστη το νόμισμά τους. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, μόνο το 50%

συμμερίζεται την άποψη αυτή.

Το 68% των δανών θεωρούν ότι είναι καλά ενημερωμένοι για το ευρώ (+15 μονάδες σε σχέση με τον Νοέμβριο), πράγμα το οποίο συμβαίνει μόνο με το 51% των σουηδών (+7 μονάδες) και το 50% των βρετανών (+13 μονάδες).

Σε κάθε μία από τις τρεις αυτές χώρες, ένα άτομο περίπου στα επτά δηλώνει ότι έχει ήδη ευρώ στην κατοχή του - πλήρης έκθεση στη διεύθυνση:

[http://europa.eu.int/comm/press\\_room/presspacks/euro/pp\\_euro\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/press_room/presspacks/euro/pp_euro_en.html)



	Τέλος της περιόδου διπλής κυκλοφορίας	Ανταλλαγή του εθνικού νομίσματος στις τράπεζες μετά τη λήξη ισχύος του ως νόμιμου χρήματος	Εξαγορά του εθνικού νομίσματος μετά τη λήξη ισχύος του ως νόμιμου χρήματος <sup>1</sup>	Ανταλλαγή χωρίς επιβάρυνση για πελάτες	Ανταλλαγή χωρίς επιβάρυνση για μη πελάτες
Βέλγιο	28 Φεβρουαρίου 2002 μεσάνυκτα	31/12/2002	Χαρτί/τα: επ' αόριστο Κέρματα: Τέλη-2004	Καταθέσεις BEF: χωρίς επιβάρυνση για απεριόριστο ποσό μέχρι 31 Δεκεμβρίου 2002 Ανταλλαγές BEF: χωρίς επιβάρυνση για τα χαρτονομίσματα και για απεριόριστο ποσό μέχρι 28.2.2002, με προειδοποίηση για μεγάλα ποσά	Οι περισσότερες τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση μέχρι ορισμένου ποσού.
Γερμανία	31 Δεκεμβρίου 2001 μεσάνυκτα <sup>2</sup>	Τουλάχιστον μέχρι τις 28/2/2002. Προσπάθεια για ευελιξία μετά την ημερομηνία αυτή.	Επ' αόριστο	Με απόφαση κάθε τράπεζας. Ορισμένες δήλωσαν ήδη ότι δεν θα εισπράττουν έξοδα για την ανταλλαγή του παλαιού εθνικού νομίσματος.	Πολλές τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση μέχρι ορισμένου ποσού (500 DEM).
Ελλάδα	28 Φεβρουαρίου 2002	Ναι με απόφαση κάθε τράπεζας	Χαρτί/τα: μέχρι 1/03//2012 Κέρματα: μέχρι 1/03/2004	Απεριόριστο ποσό.	Πολλές τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση για απεριόριστο ποσό. Απαιτείται προειδοποίηση για μεγάλα ποσά.
Ισπανία	28 Φεβρουαρίου 2002	30/6/2002	Χαρτί/τα και κέρματα: επ' αόριστο	Απεριόριστο ποσό μέχρι 30 Ιουνίου 2002 στις τράπεζες για πελάτες και για μη πελάτες. Ανταλλαγή χωρίς όρια στην Τράπεζα της Ισπανίας.	Πολλές τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση μέχρι ορισμένου ποσού
Γαλλία	17 Φεβρουαρίου 2002 μεσάνυκτα	30/6/2002	Χαρτί/τα: μέχρι 17/02/2012 Κέρματα: μέχρι 17/02/2005	Απεριόριστο ποσό	Οι περισσότερες τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση μέχρι ορισμένου ποσού
Ιρλανδία	9 Φεβρουαρίου 2002 μεσάνυκτα	Η περίοδος δεν έχει ακόμη καθοριστεί	Επ' αόριστο	Για τα νοικοκυριά μέχρι συνολικού ποσού που αντιστοιχεί σε 500 IEP τουλάχιστον κατ' άτομο	Πολλές τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση μέχρι ορισμένου ποσού
Ιταλία	28 Φεβρουαρίου 2002	30/6/2002	Χαρτί/τα και κέρματα: μέχρι 01/03/2012	Σύσταση Ένωσης Ιταλικών Τραπεζών: ανταλλαγή μέχρι το διπλάσιο του ημερήσιου ορίου για αναλήψεις από ATM (περίπου 500 ευρώ). Απεριόριστο ποσό με προειδοποίηση μιας εργάσιμης ημέρας	Πολλές τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση μέχρι ορισμένου ποσού

<sup>1</sup> Στις εθνικές κεντρικές τράπεζες

<sup>2</sup> Σύμφωνα με την «κοινή δήλωση» η χρησιμοποίηση χαρτονομισμάτων και κερμάτων DM επιτρέπεται τουλάχιστον μέχρι τις 28.2.2002

γρ				Κέρματα: τέλη 2004		ανταλλάσσουν ποσά μέχρι 1000 €. Τα κέντρα ευρώ θα ανταλλάσσουν ποσά άνω των 1000€.	για μη πελάτες μέχρι ορισμένου ποσού που καθορίζει η τράπεζα
Κάτω Χώρες	28 Ιανουαρίου 2002 μεσάνυκτα	31/12/2002 (από 1.4.2002 οι τράπεζες θα μπορούν να εισπράττουν έξοδα για την ανταλλαγή)	31/12/2002 (από 1.4.2002 οι τράπεζες θα μπορούν να εισπράττουν έξοδα για την ανταλλαγή)	Χαρτ/τα: μέχρι 1/01/2032 Κέρματα: μέχρι 1/01/2007	Οι ιδιώτες πελάτες των τραπεζών μπορούν να καταθέτουν και/ή να ανταλλάσσουν χρηματικά ποσά σε εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση μέχρι την 1η Απριλίου 2002.	Οι περισσότερες τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα με επιβάρυνση.	
Αυστρία	28 Φεβρουαρίου 2002	Θα αποφασιστεί μεμονωμένα από τις τράπεζες μετά τις 28/2/2002	Θα αποφασιστεί μεμονωμένα από τις τράπεζες μετά τις 28/2/2002	Επ' αόριστο	Συνιστώμενο ανώτατο ποσό 50.000 ATS	Οι περισσότερες τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση μέχρι ορισμένου ποσού	
Πορτογαλία	28 Φεβρουαρίου 2002		30/6/2002	Χαρτ/τα: μέχρι 30/12/2022 Κέρματα: μέχρι 30/12/2002	Οι τράπεζες συνιστούν να γίνεται η ανταλλαγή με κατάρθεση. Ανταλλαγή χωρίς επιβάρυνση για τους πελάτες. Οι υπόλοιπες ανταλλαγές θα γίνονται με τους κανόνες κάθε τράπεζας.	Οι περισσότερες τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση μέχρι ορισμένου ποσού ή για απεριόριστο ποσό.	
Φινλανδία	28 Φεβρουαρίου 2002		Θα αποφασιστεί μεμονωμένα από τις τράπεζες	Χαρτ/τα και κέρματα: μέχρι 29/02/2012	Χωρίς περιορισμό στο ποσό ή τη συχνότητα εφόσον η ανταλλαγή γίνεται με κατάρθεση	Οι περισσότερες τράπεζες θα ανταλλάσσουν το εθνικό νόμισμα χωρίς επιβάρυνση μέχρι ορισμένου ποσού	



Brussels, 19 June 2002

### **Three and a half years on the benefits of the single currency are evident<sup>3</sup>**

Today the European Commission adopted a Communication on the Euro Area in the World Economy. It notes that the introduction of euro notes and coins at the beginning of this year was a landmark achievement in the history of European integration. The benefits of Economic and Monetary Union (EMU) have been felt already for some time. EMU is based on a commitment to sound macroeconomic policies, which have helped to create a new culture of economic stability in Europe. In turn, this has enabled Europe to weather the recent slowdown in the world economy. Furthermore, thanks to the euro, the kind of damaging intra-European exchange rate tension that often characterised previous episodes of adjustment to external shocks has been avoided. With the euro in place, the citizens of euro area countries can now look forward to the benefits of increased price transparency, more intense competition in the market place and greater financial integration in Europe.

“The launch of the euro has been a huge success”, declared Pedro Solbes, E.U. Commissioner for Economic and Financial Affairs. “The euro is contributing to greater economic and financial

integration in Europe and will provide the foundations for growth and stability over the medium term. Many achievements are behind us but many challenges lie ahead. We must ensure that stability in the euro zone goes without saying and focus on how to raise our growth potential”.

## **1. Coping with the global slowdown**

In the first two years of the single currency, GDP in the euro area grew by around 3 per cent a year, somewhat above potential, without creating the kind of imbalances that threaten the sustainability of growth elsewhere in the world. In 2001, GDP growth fell sharply as a result of the slowdown in the global economy. Nevertheless, employment creation held up surprisingly well. This reflects, in part, labour market reforms that were carried out in preparation for the introduction of the euro.

Whilst inflation has risen from just over 1 per cent in 1999 to around 2½ per cent in 2001, this mainly reflects a series of one-off adverse shocks, such as food price increases due to bad weather. The available evidence suggests that the euro cash changeover has had at most a marginal impact on overall consumer price inflation in the euro area. Indeed, over the medium term the euro will help to ensure price stability by increasing price transparency and enhancing competition.

## **2. Sound fiscal and monetary policies**

Compared to the early 1990s, the macroeconomic policy framework in the countries that now constitute the euro area has been greatly enhanced. This has enabled us to weather the global

growth slowdown through a judicious adjustment of the policy mix.

The first component of this judicious policy mix is monetary easing, consistent with the ECB's objective of maintaining price stability. The second component is prudent fiscal policy that has relied on the working of automatic stabilizers, where appropriate, with the commitment by Member States under the Stability and Growth Pact to achieve budgetary positions that are close to balance or in surplus over the medium term.

In addition, strengthened economic (i.e. fiscal and structural) policy coordination can be achieved by streamlining processes where appropriate and implementing the measures suggested by the Commission and endorsed by the Barcelona European Council.

### **3. Wage formation in EMU**

The early years of EMU, as well as the years in the run up to monetary union, have seen an impressive degree of wage moderation. This has contributed to the dynamism in job creation together with widespread product and labour market reforms in most euro-area countries. However, the progress of reforms has been uneven, and there is still high structural unemployment in some Member States. Whilst area-wide wage developments must be compatible with overall price stability, there is also a need for flexibility to reflect productivity differences and factors specific to regions or sectors.

#### **4. Investment and the euro-area's growth potential**

Investment is crucial for the euro-area's growth potential over the medium and longer term. It is still too soon to draw strong conclusions about the impact of EMU on investment. Nevertheless, EMU and the policy framework in which it is embedded are likely to positively affect major determinants of investment such as profitability and real interest rates. EMU will improve financing conditions via greater financial integration. It will also increase the allocative efficiency of investment through reduced exchange rate risk.

#### **5. Financial integration**

The pace of integration of euro-area financial markets has clearly accelerated since the changeover to the euro. Deeper integration, due in part to the euro, is reflected in more homogenous markets, a wave of consolidation among intermediaries and exchanges and the emergence of new and innovative products and techniques.

The EU has set an ambitious deadline, the year 2005, for the implementation of the Financial Services Action Plan (FSAP) – a package of 42 measures to improve the functioning of the EU financial system. An even tighter deadline has been set for actions relating to securities markets and for the Risk Capital Action Plan. The new decision-making framework for securities legislation, adopted on the basis of the proposals by the Lamfalussy Committee should ensure that legislation could adapt to rapidly changing financial markets.



## 6. The euro area as an international currency

The euro immediately became the world's second leading international currency after its launch. Due to network and scale effects, the US dollar is likely to remain the dominant international currency for the time being. Nevertheless, there are a number of factors that support the usage of the euro as an international currency. The first is the large size of the euro-area economy. The second is the stability attached to the euro, which reflects the sound economic fundamentals in the euro area, underpinned by the stability-oriented policy framework under EMU. The third is the ongoing integration of national financial markets in Europe into broad, deep and liquid pan-European financial markets.

[http://europa.eu.int/comm/economy\\_finance/publications/euro\\_related/eurorelated\\_communication0602\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/economy_finance/publications/euro_related/eurorelated_communication0602_en.htm)



Βρυξέλλες, 19 Δεκεμβρίου 2002

## **Χαρτονομίσματα και κέρματα ευρώ - ένας χρόνος μετά**

Ένα σχεδόν χρόνο μετά την εισαγωγή των χαρτονομισμάτων και κερμάτων ευρώ, το ενιαίο νόμισμα έγινε μέρος της καθημερινής ζωής των ευρωπαίων πολιτών. Οι περισσότεροι ευρωπαίοι πολίτες είναι ικανοποιημένοι με το ευρώ και δεν αντιμετωπίζουν κανένα πρόβλημα με την χρήση των χαρτονομισμάτων και κερμάτων ευρώ. Σύμφωνα με τον αρμόδιο για τις οικονομικές και νομισματικές υποθέσεις επίτροπο κ. Pedro Solbes "η επιτυχής μετάβαση στο ευρώ σηματοδότησε την αρχή μιας νέας εποχής για την Ευρώπη, μιας εποχής κατά την οποία οι ευρωπαίοι θα επιτύχουν περισσότερα με κοινές προσπάθειες. Πρώτη προτεραιότητα είναι ο εκσυγχρονισμός των οικονομιών μας ώστε να οικοδομήσουμε μια πιο ευημερούσα Ένωση για όλους τους πολίτες μας." Το ευρώ χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο ως μέσο πληρωμής σε πολλές χώρες εκτός της ζώνης ευρώ, ιδίως στις μεγάλες πόλεις και στις τουριστικές περιοχές. Πολλοί καταστηματαρχές εξακολουθούν να εφαρμόζουν την διπλή αναγραφή των τιμών. Παρότι η πρακτική αυτή αποδείχθηκε χρήσιμη για μεγάλο αριθμό πολιτών στη διάρκεια του 2002, η διπλή αναγραφή των τιμών ενδέχεται παράλληλα να καθυστέρησε την "ψυχολογική" μετάβαση στο ευρώ, η οποία είναι υπό εξέλιξη αλλά απέχει ακόμη πολύ από την ολοκλήρωσή της. Πολυάριθμοι πολίτες εξακολουθούν να υπολογίζουν στα παλαιά εθνικά τους νομίσματα, ιδίως όταν πρόκειται για αγορές μεγάλης αξίας. Ως εκ τούτου, σε συμφωνία με το Eurocommerce, η Επιτροπή συνιστά στον

κλάδο του λιανικού εμπορίου να παύσει σταδιακά να εφαρμόζει τη διπλή αναγραφή των τιμών και να καταργήσει πλήρως την πρακτική αυτή μέχρι τις 30 Ιουνίου 2003 το αργότερο.

Ο αρμόδιος για θέματα υγείας και προστασίας των καταναλωτών επίτροπος κ. David Byrne υπογράμμισε "Γενικά, οι καταναλωτές δεν αντιμετώπισαν προβλήματα με το νέο νόμισμα. Έχουμε πλέον εξοικειωθεί με τα χαρτονομίσματα και τα κέρματα ευρώ που βρίσκονται στις τσέπες μας. Μετά από ένα χρόνο, η κατανόηση των τιμών σε ευρώ είναι σχεδόν πλήρης αλλά εξακολουθούν να υφίστανται ορισμένα προβλήματα. Πρέπει ενδεχομένως να καταβάλουμε μια τελευταία προσπάθεια ώστε το "ψυχολογικό" ευρώ να γίνει εξίσου πραγματικό με εκείνο που βρίσκεται στις τσέπες μας".

Το πρόσφατο Ευρωβαρόμετρο του Νοεμβρίου 2002 παρέχει νέα πληροφοριακά στοιχεία για την επιτυχή μετάβαση στο ευρώ. Ο αριθμός των ατόμων που δηλώνουν ότι δεν έχουν κανένα πρόβλημα με το ενιαίο νόμισμα είναι πενταπλάσιος εκείνων που εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν ορισμένα προβλήματα κατά τη χρήση του. Η μεγάλη πλειονότητα των πολιτών εξοικειώθηκε γρήγορα με τα χαρτονομίσματα και τα κέρματα ευρώ. Στην Ελλάδα το 92,8% θεωρεί εύκολη τη χρήση των χαρτονομισμάτων και περισσότερο από τα δύο τρίτα των πολιτών (68,8%) δεν αντιμετωπίζουν προβλήματα με τα κέρματα ευρώ. Όσον αφορά τις ονομαστικές αξίες, στη μεγάλη τους πλειονότητα οι ευρωπαίοι θεωρούν ότι ο αριθμός των κυκλοφορούντων χαρτονομισμάτων και κερμάτων είναι ο ενδεδειγμένος (83,7% για τα τραπεζογραμμάτια και 53,5% για τα κέρματα). Είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι το 76% των ερωτηθέντων δεν επιθυμεί την έκδοση χαρτονομίσματος 1 ευρώ (το αντίστοιχο ποσοστό είναι 72% για το χαρτονόμισμα των 2 ευρώ).

Οι πολίτες έχουν πλέον εξοικειωθεί με τα κέρματα από άλλες χώρες της ζώνης ευρώ. Ειδικά στις παραμεθόριες περιοχές, σε μεγάλες πόλεις και σε τουριστικές ζώνες, ένα συνεχώς αυξανόμενο ποσοστό των κυκλοφορούντων κερμάτων είναι "ξένης" προέλευσης. Οι διαφορετικές εθνικές παραστάσεις των κερμάτων κινούν προφανώς το ενδιαφέρον και το 92% των ερωτηθέντων στην Ελλάδα βεβαιώνει ότι δεν έχει προβλήματα με την ποικιλομορφία των κερμάτων. Πολυάριθμοι πολίτες έχουν αρχίσει να σχηματίζουν την προσωπική τους συλλογή κερμάτων ευρώ. Το ενδιαφέρον των συλλεκτών κερμάτων προσέλκυσε επίσης τα 80 διαφορετικά συλλεκτικά κέρματα ευρώ που εξέδωσαν το 2002 διάφορα κράτη μέλη και τα οποία δεν προορίζονται να χρησιμοποιηθούν στις συνήθεις καθημερινές συναλλαγές. Η εισαγωγή των χαρτονομισμάτων και κερμάτων ευρώ ενισχύει την ενοποίηση των αγορών στην ΕΕ. Η δημιουργία ενιαίου νομίσματος όχι μόνο εξάλειψε τον συναλλαγματικό κίνδυνο και το κόστος των συναλλαγών, αλλά κατέργησε επίσης ένα σημαντικό ψυχολογικό εμπόδιο για το διασυνοριακό εμπόριο, καθότι η διαφάνεια των τιμών διευκολύνει τις συγκρίσεις. Από την εισαγωγή των χαρτονομισμάτων και κερμάτων ευρώ, το 12% των Ελλήνων καταναλωτών ενδιαφέρονται περισσότερο για την αγορά αγαθών σε άλλη χώρα της ΕΕ. Εξάλλου, κατά μέσο όρο το 32% των εταιρειών στην ΕΕ των 15 δηλώνουν ότι μετά την εισαγωγή των χαρτονομισμάτων και κερμάτων ευρώ ενδιαφέρονται περισσότερο να πωλήσουν τα προϊόντα τους στο εξωτερικό.

Η εισαγωγή των χαρτονομισμάτων και κερμάτων ευρώ είχε εμφανή επίπτωση στη χρήση του ενιαίου νομίσματος εκτός της ευρωζώνης, όχι μόνο στην Ευρώπη αλλά και σε άλλες περιοχές του κόσμου. Την εξέλιξη αυτή διευκόλυνε, μεταξύ άλλων, η συμπεριφορά των ευρωπαίων ταξιδιωτών: το 53% από αυτούς δηλώνει ότι στα ταξίδια εκτός της

ζώνης ευρώ παίρνει μαζί του μετρητά σε ευρώ, ενώ μόνο το 16% προμηθεύεται δολάρια ΗΠΑ για το ταξίδι του. Φαίνεται ότι οι πληρωμές με ευρώ είναι ενίοτε αποδεκτές στα τρία κράτη μέλη που δεν συμμετέχουν στην ευρωζώνη ( Δανία, Σουηδία και Η.Β) καθώς και στις δώδεκα υπό ένταξη χώρες, αν και η πρακτική αυτή περιορίζεται στις πρωτεύουσες και στις τουριστικές περιοχές. Ορισμένοι καταστηματάρχες αναγράφουν τις τιμές σε ευρώ. Η εισαγωγή των χαρτονομισμάτων και κερμάτων ευρώ είχε επίσης κάποια επίπτωση - παρότι πιο περιορισμένη - και στις άλλες ηπείρους. Εκτός από τα Υπερπόντια Γαλλικά Διαμερίσματα τα οποία γεωγραφικώς βρίσκονται εκτός της Ευρώπης αλλά αποτελούν τμήμα της ΕΕ και όπου το ευρώ αντικατέστησε το γαλλικό φράγκο, το ευρώ είναι επίσης αποδεκτό ως μέσο πληρωμής στις τουριστικές περιοχές ορισμένων αμερικανικών, ασιατικών και αφρικανικών χωρών, όπου ενίοτε και οι τιμές αναγράφονται σε ευρώ.

Σε πολλές χώρες, οι πολίτες συνδέουν την μετάβαση στο ευρώ με σημαντικές αυξήσεις στις τιμές. Στην πράξη, από στατιστικές αναλύσεις που διεξήγαγε η Eurostat στο τέλος του πρώτου μήνα, του πρώτου τριμήνου και μετά από έξι μήνες (STAT/84/2002) του τρέχοντος έτους προκύπτει ότι οι αυξήσεις τιμών που θα μπορούσαν να συνδεθούν με την μετάβαση στο ευρώ οδήγησαν σε άνοδο του πληθωρισμού το πολύ κατά 0,2%. Όμως, το 2002 παρατηρείται ένα ασυνήθιστα υψηλό χάσμα μεταξύ αντιληπτού και μετρούμενου πληθωρισμού, το οποίο οφείλεται στο γεγονός ότι οι σημαντικότερες αυξήσεις τιμών αφορούν ορισμένα συχνά αγοραζόμενα αγαθά και υπηρεσίες: οι αυξήσεις αυτές αποτυπώνονται εντονότερα στην μνήμη των καταναλωτών, διαμορφώνοντας έτσι την αντίληψή τους για τον πληθωρισμό.

Η πρόσφατη έρευνα του Ευρωβαρόμετρου επιβεβαιώνει ότι οι Έλληνες πολίτες έχουν αρχίσει να σκέπτονται σε ευρώ, αλλά ο δρόμος είναι ακόμη μακρύς: το 42,2% των καταναλωτών υπολογίζει ήδη κυρίως σε ευρώ, αλλά το ποσοστό αυτό συρρικνώνεται στο 12,5% όταν πρόκειται για σημαντικές αγορές (π.χ. αγορά σπιτιού ή αυτοκινήτου) για τις οποίες πολλοί εξακολουθούν να πραγματοποιούν τους υπολογισμούς σε εθνικό νόμισμα. Οι λιανοπωλητές συνεχίζουν να εφαρμόζουν τη διπλή αναγραφή των τιμών· η πρακτική αυτή βρίσκει σύμφωνες ορισμένες κατηγορίες καταναλωτών και ιδίως εκείνους που εξακολουθούν να σκέπτονται σε εθνικό νόμισμα. Αν και μια μικρή πλειοψηφία των ερωτηθέντων (50,6%) δεν επιθυμεί να διατηρήσουν οι έμποροι τη διπλή αναγραφή των τιμών, το 47,2% έχει αντίθετη άποψη. Ταυτόχρονα, πρέπει να σημειωθεί ότι η συνέχιση της διπλής αναγραφής των τιμών καθυστερεί την «ψυχολογική μετάβαση στο ευρώ» και μάλιστα υπάρχει κίνδυνος να υπονομευθεί ο επιδιωκόμενος στόχος που είναι η ομαλή μετάβαση στο ενιαίο νόμισμα. Ως εκ τούτου, σε συμφωνία με το Eurocommerce, η Επιτροπή συνιστά στον κλάδο του λιανικού εμπορίου να παύσει σταδιακά να εφαρμόζει τη διπλή αναγραφή των τιμών και να καταργήσει πλήρως την πρακτική αυτή μέχρι τις 30 Ιουνίου 2003 το αργότερο, ενημερώνοντας έγκαιρα τους καταναλωτές για την εν λόγω μεταβολή. Η σύσταση αυτή απευθύνεται και σε άλλους κλάδους όπου τα ποσά και οι τιμές συνεχίζουν να αναγράφονται σε ευρώ και σε εθνικό νόμισμα όπως π.χ. στα τιμολόγια ορισμένων επιχειρήσεων ή στα αποσπάσματα τραπεζικών λογαριασμών που αποστέλλουν τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα στους πελάτες τους.

[http://europa.eu.int/comm/press\\_room/presspacks/euro/pp\\_euro\\_en.ht](http://europa.eu.int/comm/press_room/presspacks/euro/pp_euro_en.html)  
[ml](http://europa.eu.int/comm/press_room/presspacks/euro/pp_euro_en.html)

# Ενότητα Α'

## "Η ζωή με το Ευρώ"



## Εισαγωγή

**Τι είναι το Ευρώ/Ταυτότητα.**

**Η ένταξη της Ελλάδος στη ζώνη του ευρώ σηματοδοτεί μια νέα εποχή για τη χώρα μας.**

**Το ευρώ, το ενιαίο νόμισμα, αποτελεί έναν ισχυρό συνδετικό κρίκο μεταξύ 12 ευρωπαϊκών χωρών. Είναι το κοινό σύμβολο της προσπάθειάς τους για σταθερότητα, μεγαλύτερη ευημερία και άνοδο του βιοτικού επιπέδου των λαών τους, καθώς και για τη σθεναρή ενιαία παρουσία τους στην παγκόσμια οικονομία.**

**Η θέσπιση του ενιαίου νομίσματος αποτελεί ένα μεγάλο βήμα στη μακρά διαδικασία της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης.**

- Το σύμβολο του ευρώ είναι το ελληνικό γράμμα έψιλον, Ε, με δύο παράλληλες γραμμές.
- Το έψιλον παραπέμπει στο πρώτο γράμμα της λέξης "Ευρώπη" και οι δύο παράλληλες γραμμές υποδηλώνουν τη σταθερότητα του ευρώ.
- Η επίσημη συντομογραφία του ενιαίου νομίσματος είναι "EUR"



## **Η ζωή με το ευρώ**

Λίγες ημέρες απομένουν πλέον για τη φυσική εισαγωγή του ευρώ στη ζωή μας, από την 1η Ιανουαρίου του 2002. Η διαδικασία κοπής των νομισμάτων και εκτύπωσης των τραπεζογραμμάτων βρίσκεται σε εξέλιξη, ενώ τη στιγμή που διαβάζετε αυτές τις γραμμές το νέο νόμισμα πιθανόν θα έχει πάρει το δρόμο του προς τις τράπεζες των 12 χωρών (Ελλάδα, Αυστρία, Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία, Ιρλανδία, Ισπανία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Πορτογαλία και Φινλανδία) που θα το χρησιμοποιήσουν.

Η Ελλάδα και τα υπόλοιπα μέλη της λεγόμενης ζώνης του ευρώ έχουν ξεκινήσει ένα μαραθώνιο ενημέρωσης και προετοιμασίας για την κυκλοφορία του κοινού νομίσματος που αυτήν τη στιγμή βρίσκεται στη φάση της ολοκλήρωσής του. Η διαδικασία αυτή αποτελεί μέρος της συνολικότερης πορείας προς την Οικονομική και Νομισματική Ένωση (ONE), η οποία αποτελεί το επιστέγασμα της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς και μπορεί να δείξει τα πλεονεκτήματά της μόνο με το ενιαίο νόμισμα.

Ιστορικό σταθμό αυτής της πορείας αποτελεί για την Ελλάδα η έγκριση της αίτησης ένταξής της στην ευρωζώνη από την 1η Ιανουαρίου του 2001, κατά τη Σύνοδο Κορυφής των Ευρωπαίων ηγετών στη Φείρα της Πορτογαλίας, το μεσημέρι της 19ης Ιουνίου του 2000.



# **ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ**

## **ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ ΣΤΟ ΕΥΡΩ**

### **Εθνική Συντονιστική Επιτροπή για το Ευρώ (ΕΣΕΕ)**

Το όργανο που εποπτεύει και κατευθύνει τις ενέργειες για τη μετάβαση στο Ευρώ, είναι η **Εθνική Συντονιστική Επιτροπή για το Ευρώ (ΕΣΕΕ)**, που συστάθηκε το 1998 με απόφαση του Πρωθυπουργού. Στην Επιτροπή αυτή, στην οποία συμμετέχουν εκπρόσωποι φορέων, τόσο του δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα, προεδρεύει ο Υπουργός Εθνικής Οικονομίας. Η Επιτροπή συνεδριάζει κάθε δύο μήνες περίπου στο **Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας (ΥΠΕΘΟ)** και δίνει τις βασικές κατευθύνσεις για την προσαρμογή των τομέων της οικονομίας και της Διοίκησης στο νέο νομισματικό περιβάλλον καθώς και για την **Επικοινωνιακή Πολιτική**, προκειμένου τόσο οι φορείς όσο και το ευρύ κοινό να ενημερωθούν και να προετοιμαστούν έγκαιρα, ώστε να διευκολυνθεί η αποδοχή και χρήση του νέου νομίσματος.

### **Επιτροπή εκπροσώπων της ΕΣΕΕ**

Για τον αποτελεσματικότερο συντονισμό και παρακολούθηση όλων των απαιτούμενων ενεργειών προσαρμογής των κοινωνικοοικονομικών φορέων έχει συσταθεί η **Επιτροπή Εκπροσώπων της ΕΣΕΕ**, στην οποία συμμετέχουν οι εκπρόσωποι των μελών της **Εθνικής Συντονιστικής Επιτροπής**, υπό την Προεδρία του Γενικού Γραμματέα του ΥΠΕΘΟ.

## **Διυπουργική Ομάδα Δράσης**

Για την απρόσκοπτη και ταχύτερη προώθηση των απαιτούμενων προσαρμογών, συστάθηκε με κοινή απόφαση των **Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης και Εθνικής Οικονομίας, η Διυπουργική Ομάδα Δράσης** στο ΥΠΕΘΟ, στην οποία συμμετέχουν εκπρόσωποι από το **Υπουργείο Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας, Υπουργείο Οικονομικών, Υπουργείο Ανάπτυξης, Τράπεζα της Ελλάδος, ΣΕΒ, ΓΣΕΕ, ΕΕΤ, υπό την προεδρία του Γενικού Γραμματέα του ΥΠΕΘΟ**. Η Ομάδα Δράσης άρχισε τη λειτουργία της τον Μάιο του 2001 και συνεδριάζει κάθε εβδομάδα στο ΥΠΕΘΟ.

**Έργο της Ομάδας Δράσης** είναι ο συντονισμός και η άμεση λήψη των απαραίτητων μέτρων για την επίλυση των προβλημάτων που προκύπτουν από την εισαγωγή του ευρώ στη χώρα μας, δεδομένου ότι η μη αποτελεσματική και έγκαιρη προσαρμογή των αρμοδίων φορέων, θα έχει σαν αποτέλεσμα την δημιουργία ανεπιθύμητων επιπτώσεων στην ελληνική οικονομία και στην κοινωνία γενικότερα.

## **Κεντρική Νομοπαρασκευαστική Επιτροπή**

Για την προώθηση των απαιτούμενων διατάξεων, προκειμένου να προσαρμοστεί το νομικό πλαίσιο στο νέο νομισματικό περιβάλλον, έχει συσταθεί στο ΥΠΕΘΟ **Κεντρική Νομοπαρασκευαστική Επιτροπή**, στην οποία συμμετέχουν και εκπρόσωποι του *Υπουργείου Οικονομικών, της Τράπεζας της Ελλάδος και της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών* υπό την Προεδρία του Νομικού Συμβούλου του ΥΠΕΘΟ. Νομοπαρασκευαστικές Επιτροπές έχουν συσταθεί και σε όλα τα Υπουργεία με αντικείμενο τη μελέτη των απαιτούμενων προσαρμογών στον τομέα τους.

## **Ειδικές Ομάδες Εργασίας**

Τέλος Ειδικές Ομάδες Εργασίας Ευρώ έχουν συσταθεί στο Δημόσιο Τομέα (Υπουργεία, ΔΕΚΟ, Περιφέρειες, Νομαρχίες, κλπ) έργο των οποίων είναι η ομαλή και έγκαιρη προετοιμασία των φορέων τους για τη μετάβαση στο Ευρώ.

Ο συντονισμός των επιμέρους φορέων για την προετοιμασία μετάβασης στο ευρώ γίνεται από το ΥΠΕΘΟ και πιο συγκεκριμένα το Τμήμα Ευρώ της Δ/σης Ευρωπαϊκής Ένωσης.



## **Κεφάλαιο 1**

### **1.1 Τι είναι το ευρώ και πότε θα μπει στις τσέπες μας;**

Το ευρώ είναι το κοινό νόμισμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στην πραγματικότητα, βρίσκεται ήδη στις ζωές μας από την 1η Ιανουαρίου του 1999, όταν το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο το κατέστησε αυτοτελές νόμισμα, αντικαθιστώντας με αυτό την παλαιότερη Ευρωπαϊκή Νομισματική Μονάδα (ecu) σε αναλογία ένα ευρώ προς ένα Ecu.

Το ecu δεν διακινούνταν από χέρι σε χέρι. Ήταν περισσότερο ένα απαραίτητο στάδιο προς το κοινό νόμισμα. Καθιερώθηκε το Νοέμβριο του 1993 με τη σχετική συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση που υπογράφηκε στο Μάαστριχτ. Η λειτουργία του ήταν περισσότερο αυτή της κοινής λογιστικής μονάδας, της σύνθεσης των νομισμάτων της ΕΕ, η οποία θα διευκόλυνε την ενιαία ευρωπαϊκή αγορά που είχε ολοκληρωθεί λίγο νωρίτερα, τον Ιανουάριο του 1993.

Γιατί λοιπόν το ευρώ δεν βρίσκεται στην τσέπη μας από νωρίτερα, από το 1999; Η απάντηση είναι ότι το ενιαίο ευρωπαϊκό νόμισμα χρησιμοποιείται από τότε μόνο σε συναλλαγματικές, χρηματιστηριακές ή άλλες πράξεις, στις οποίες δεν χρειάζεται "ρευστό".

Έπειτα από την έγκριση της ένταξης της Ελλάδας στην ΟΝΕ από 1ης Ιανουαρίου του 2001, το ευρώ εισήχθη σε λογιστική επίσης μορφή στην ελληνική οικονομία και η δραχμή αποτελεί υποδιαίρεσή του. Ωστόσο, ούτε από τότε είχαμε τα νομίσματα αυτά στα χέρια μας.

Για τους πολίτες της ευρωζώνης, το ευρώ θα αποτελεί μέρος της καθημερινής τους ζωής από την 1η Ιανουαρίου του 2002, όταν τα χαρτονομίσματα και τα κέρματα του ευρώ θα αρχίσουν να αντικαθιστούν τα εθνικά νομίσματα. Έτσι, από το 2002 οι τραπεζικοί μας λογαριασμοί θα μετατραπούν σε ευρώ, θα αμειβόμαστε, θα αγοράζουμε προϊόντα και θα φορολογούμαστε με αυτό το νόμισμα.

Ωστόσο, θα χρειαστεί κάποιο μεταβατικό διάστημα προκειμένου να αποσυρθούν τα εθνικά νομίσματα από την κυκλοφορία. Για το σκοπό αυτό, η ΕΕ έχει θέσει ως προθεσμία την 1η Μαρτίου του 2002· από τότε και έπειτα η δραχμή δεν θα αποτελεί νόμιμο χρήμα. Στο μεσοδιάστημα (1/1/2002-28/2/2002) θα υπάρχει παράλληλη κυκλοφορία του εθνικού και του κοινού νομίσματος, όπου οι πληρωμές γίνονται με μετρητά. Οι χρεώσεις σε πιστωτικές κάρτες και η έκδοση επιταγών θα γίνονται μόνο σε ευρώ.

Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι οι Έλληνες πολίτες θα έχουν στη διάθεσή τους περίπου δύο μήνες μέχρι να αλλάξουν τις -ολοένα και πιο δυσεύρετες- δραχμές τους σε ευρώ. Εάν, για οποιοδήποτε λόγο, κάποιος διαθέτει ποσά σε δραχμές μετά την 1η Μαρτίου 2002 δεν θα χάσει τα λεφτά του: η Τράπεζα της Ελλάδος θα τα δέχεται για μετατροπή έως την 1η Μαρτίου του... 2012. Εάν πρόκειται για κέρματα, η μετατροπή μπορεί να γίνει και από τις ΔΟΥ μέχρι την 1/3/2004.

Η υιοθέτηση του κοινού νομίσματος δεν ήταν (και δεν είναι) υποχρεωτική για τα κράτη-μέλη της ΕΕ. Χώρες όπως η Βρετανία, η Σουηδία και η Δανία, δεν έχουν ενταχθεί ακόμη στην ευρωζώνη. Κάποιες από αυτές έθεσαν ή αναμένεται να θέσουν το ζήτημα σε δημοψήφισμα.

Το ποιες ακριβώς χώρες θα συμμετάσχουν στη ζώνη του ευρώ κρίνεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωπαϊκό Νομισματικό Ινστιτούτο και το ECOFIN. Η κρίση αυτή γίνεται με βάση τα λεγόμενα "κριτήρια σύγκλισης" τα οποία χρησιμοποιούνται για να εξακριβώσουν ποιες χώρες διαθέτουν αρκετά υγιή οικονομία. Στόχος εδώ είναι όλες οι οικονομίες που θα συμμετάσχουν στο νέο νόμισμα να είναι κατά το δυνατόν "όμοιες" σε βασικά οικονομικά μεγέθη, όπως τα δημοσιονομικά ελλείμματα, ο πληθωρισμός ή τα επιτόκια.

## **1.2 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΝΕ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΑΘΙΕΡΩΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩ**

Τα οφέλη από την λειτουργία της **Οικονομικής και Νομισματικής Ένωσης (ΟΝΕ)** αφορούν την **Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.)**, τους **πολίτες** της, τις **επιχειρήσεις**, τις **τράπεζες** και **λοιπούς φορείς**.

Η **ΟΝΕ** αποτελεί το επιστέγασμα της **Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς**, Μόνο με το **Ενιαίο Νόμισμα** είναι δυνατή η πλήρης εκμετάλλευση των προσφερόμενων πλεονεκτημάτων της **Εσωτερικής Αγοράς**.

Για τη Χώρα μας, όπως και για τα άλλα Κράτη - Μέλη (Κ-Μ), τα **κυριότερα οφέλη** από την εισαγωγή του **ΕΥΡΩ** ως ενιαίου νομίσματος στην **ΕΕ**, συνοψίζονται στα ακόλουθα:

- **Το κόστος μεταφοράς κεφαλαίων** και των συναλλαγών, καθώς και οι συναλλαγματικοί κίνδυνοι, θα εκλείψουν. Το γεγονός αυτό **θα ωφελήσει τις επιχειρήσεις**, τους **καταναλωτές**, τους **ταξιδιώτες**, θα αυξήσει τις **αποταμιεύσεις**, θα βοηθήσει στη λήψη των **αποφάσεων** των οικονομικών φορέων και θα διευκολύνει τις **επενδύσεις και την ανάπτυξη**.
- **Το ΕΥΡΩ** θα δημιουργήσει μια ευρύτερη **χρηματοοικονομική αγορά** με μεγαλύτερη ποικιλία επενδύσεων και ευκαιριών απ' ό,τι η σημερινή κατακερματισμένη **Ευρωπαϊκή Αγορά**. Ο ανταγωνισμός θα αυξηθεί μεταξύ των χρηματοοικονομικών κέντρων και

οι **Ευρωπαίοι πολίτες** θα ωφεληθούν από τα **πολύ χαμηλά επιτόκια**.

- Το **Ενιαίο Νόμισμα** θα παίξει επίσης ένα μεγαλύτερο ρόλο στο **Παγκόσμιο Νομισματικό Σύστημα** ως ένα διεθνές νόμισμα εμπορίου, επενδύσεων και αποταμιεύσεων. Η ευθύνη της **ΕΕ** στην παγκόσμια νομισματική σταθερότητα θα αυξηθεί.
- Η **ενιαία νομισματική πολιτική** της **ΕΕ** θα συμβάλει αναμφισβήτητα στη **σταθερότητα των τιμών**.
- Το **σημερινό πολύπλοκο σύστημα των γεωργικών νομισματικών ρυθμίσεων**, μέσω των "πράσινων ιστοιμιών", θα **απλουστευθεί** με την καθιέρωση του **ΕΥΡΩ**.
- Το **ΕΥΡΩ** θα απλουστεύσει σημαντικά τις δημοσιονομικές πράξεις και τις πολιτικές της **ΕΕ**, όπως **συστήματα μηχανοργάνωσης, δημοσιονομικής διαχείρισης, διοίκησης** κλπ.
- Τα **πολιτικά οφέλη** θα γίνουν πιο ορατά με την καθιέρωση του **ΕΥΡΩ**. Η **ΟΝΕ** δεν θα αποτελέσει μόνο την κινητήρια δύναμη για την οικονομική ολοκλήρωση, αλλά θα δράσει ως καταλύτης στην πολιτική **Ένωση της Ευρώπης**. Η ευρωπαϊκή ταυτότητα θα ενισχυθεί για τους Ευρωπαίους πολίτες.



## 1.3 Τα κέρματα και η ιστορία του στην χώρα μας.



### Κέρμα του 1 λεπτού

Στο κέρμα αυτό απεικονίζεται μια τριήρης, εντυπωσιακό επίτευγμα ναυπηγικής, που αποτελούσε το κυριότερο πλοίο του στόλου της Αθηναϊκής Δημοκρατίας των κλασικών χρόνων.



### Κέρμα των 2 λεπτών

Ο δρόμνας ή κορβέτα, που εικονίζεται στο κέρμα αυτό, ήταν ένας από τους τύπους των πλοίων που χρησιμοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του Εθνικού Απελευθερωτικού Αγώνα (1821 - 1827).



### Κέρμα των 5 λεπτών

Ένα δεξαμενόπλοιο συμβολίζει το τολμηρό επιχειρηματικό πνεύμα στην σύγχρονη ελληνική εμπορική ναυτιλία.



### Κέρμα των 10 λεπτών:

Η μορφή του Ρήγα Φεραίου - Βελεστινλή (1757 - 1798). Επιφανής φυσιογνωμία του Ελληνικού Διαφωτισμού, διανοούμενος αλλά και άνθρωπος της δράσης, ο Ρήγας οραματίστηκε την απελευθέρωση των βαλκανικών εθνοτήτων από την οθωμανική κυριαρχία, και τη δημιουργία ενός νέου κρατικού σχήματος στα Βαλκάνια, οργανωμένου σύμφωνα με τις πλέον προωθημένες απόψεις του ευρωπαϊκού πολιτικού στοχασμού.



### Κέρμα των 20 λεπτών

Η μορφή του Ιωάννη Καποδίστρια (1771 - 1831). Αφού διέπρεψε στον ευρωπαϊκό διπλωματικό στίβο, ο Καποδίστριας ως Πρώτος Κυβερνήτης της Ελλάδος (1828 - 1831), εργάστηκε με ζήλο και μεθοδικότητα για την οργάνωση ενός σύγχρονου ευρωπαϊκού εθνικού κράτους.



### Κέρμα των 50 λεπτών

Η μορφή του Ελευθέριου Βενιζέλου (1864 - 1936). Ο Βενιζέλος ο οποίος αποτελεί την πλέον σημαντική πολιτική φυσιογνωμία της ελληνικής δημόσιας ζωής τον 20ο αιώνα, διακρίθηκε ως πρωτεργάτης εκτεταμένων κοινωνικών μεταρρυθμίσεων και εξαιρετικός διπλωμάτης και συνέβαλε αποφασιστικά στον εκσυγχρονισμό του κράτους και την απελευθέρωση ελληνικών εδαφών που προσαρτήθηκαν στην ελληνική επικράτεια.



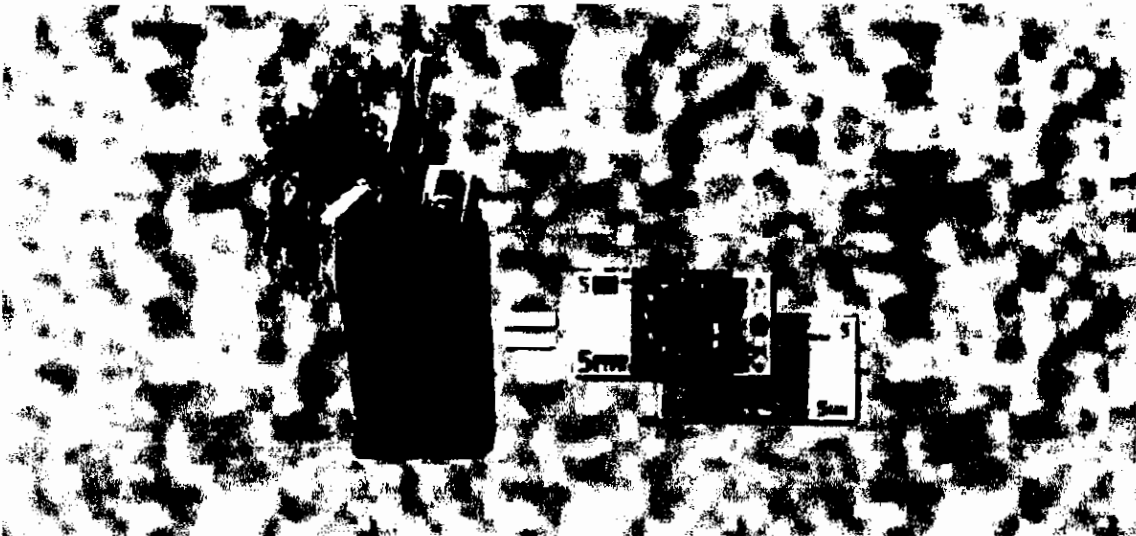
### Κέρμα του 1 ευρώ

Αντίγραφο όψης αθηναϊκού τετράδραχμου του 5ου π.Χ. αιώνα, που φέρει παράσταση γλαύκας, συμβόλου της θεάς Αθηνάς.



### **Κέρμα των 2 ευρώ**

Η απαγωγή της Ευρώπης από τον μεταμορφωμένο σε ταύρο Δία, όπως απεικονίζεται σε ψηφιδωτό του 3ου μ.Χ. αιώνα, που βρέθηκε στην Σπάρτη.



## **Κεφάλαιο 2**

### **2.1 Πόσα στοιχίζει σε ευρώ**

Την άνοιξη του 2002 δεν θα υπάρχουν δραχμές για να αγοράσουμε οποιοδήποτε αγαθό ή να απολαύσουμε οποιαδήποτε υπηρεσία. Αυτό δεν θα συνιστά πρόβλημα, καθώς η όλη διαδικασία της αγοράς δεν θα διαφέρει σε τίποτα από το να πληρώναμε σε δραχμές. Θα χρειαστεί απλώς να συνηθίσουμε -εάν δεν το έχουμε κάνει ήδη- στην ιδέα του νέου νομίσματος και να αποκτήσουμε το ταχύτερο δυνατόν αντίληψη των τιμών σε ευρώ. Μέχρι τότε, το πιθανότερο είναι όμως να χρειαστεί να κάνουμε δεκάδες καθημερινές διαιρέσεις και πολλαπλασιασμούς. Χρήσιμη σε αυτήν τη διαδικασία μπορεί να αποδειχθεί μια αριθμομηχανή τσέπης (κομπιουτεράκι).

Το κρίσιμο πρόβλημα πριν από την πλήρη αντικατάσταση της δραχμής με το ενιαίο ευρωπαϊκό νόμισμα δεν είναι το αν οι καταναλωτές θα είναι σε θέση να διεκπεραιώνουν τις καθημερινές τους δοσοληψίες. Αυτό θα γίνει ούτως ή άλλως. Το σημαντικό είναι να μπορούν να έχουν μια εικόνα για το εάν ένα προϊόν είναι

υπερτιμημένο ή (λιγότερο πιθανό) υποτιμημένο, σύμφωνα με όσα γνώριζαν στη ζωή τους με τη δραχμή.

Προς αυτή την κατεύθυνση εφαρμόζεται ήδη το καθεστώς της διπλής αναγραφής της τιμής, τόσο σε ευρώ όσο και στο εκάστοτε εθνικό νόμισμα. Οι επιχειρήσεις έδειξαν αρχικά απροθυμία να εφαρμόσουν το μέτρο αυτό, καθώς συνεπαγόταν κόστος για τη μετατροπή του λογισμικού των υπολογιστών τους, την προσαρμογή των ταμειακών τους μηχανών κ.λπ., αλλά η προδιαγραφή αυτή γενικά εφαρμόζεται πλέον.

Εδώ υπάρχει ένας κανόνας: οι επιχειρήσεις οφείλουν να υπολογίζουν τις "διπλές" ενδείξεις των τιμών, σύμφωνα με την καθορισμένη κεντρική ισοτιμία του εκάστοτε εθνικού νομίσματος έναντι του ευρώ. Η κεντρική ισοτιμία της δραχμής έναντι του ευρώ είναι **340,75 δραχμές/ευρώ**.

Η υποχρέωση αναφοράς σε μια κεντρική και σταθερή ισοτιμία έγινε για να αποφευχθούν καταστάσεις όπου ο λιανοπωλητής θα ανέφερε παλαιές τιμές σε εθνικό νόμισμα και νέες τιμές σε ευρώ, γεγονός που θα προκαλούσε σύγχυση στους καταναλωτές. Στην περίοδο διπλής κυκλοφορίας ευρώ και δραχμής, οι αποδείξεις λιανικής θα αναγράφουν μόνο το τελικό ποσό και στα δύο νομίσματα. Οι επιμέρους (προσπιθέμενες) τιμές θα εμφανίζονται μόνο σε ευρώ.

Πέρα από τη διπλή αναγραφή, "κλειδί" για κάθε μετατροπή ποσών αποτελεί η κεντρική ισοτιμία, ή ισοτιμία μετατροπής (340,75), η οποία **δεν στρογγυλοποιείται ποτέ**. Αντίθετα, στρογγυλοποίηση υπάρχει στο αποτέλεσμα κάθε μετατροπής: Ο

κανόνας λέει ότι *κρατάμε τα δύο δεκαδικά ψηφία που προκύπτουν από τη διαίρεση* ή τον πολλαπλασιασμό.

Το τρίτο δεκαδικό ψηφίο, όταν υπάρχει, αυξάνει το δεύτερο δεκαδικό κατά μία μονάδα εάν είναι μεγαλύτερο ή ίσο του πέντε (5), ή δεν το μεταβάλλει εάν είναι μικρότερο του πέντε. Ίσως ακούγεται περίπλοκο, αλλά δεν είναι! Το πεντακοσάρικο, επί παραδείγματι είναι  $500 \text{ δραχ.}/340,75=1,46735$ , δηλαδή 1,47 ευρώ. Το πεντοχίλιαιο όμως είναι  $5.000 \text{ δραχ.}/340,75=14.67351$ , δηλαδή 14,67 ευρώ.

Πώς γίνεται λοιπόν η μετατροπή των ποσών;

- *Από δραχμές σε ευρώ:* Διαιρούμε το ποσό σε δραχμές με το 340,75. Παράδειγμα: Πόσα ευρώ είναι ένα χιλιάριο;  $1.000 \text{ δραχ.}/340,75=2,93$  ευρώ, σύμφωνα με τον παραπάνω κανόνα στρογγυλοποίησης.

- *Από ευρώ σε δραχμές:* Πολλαπλασιάζουμε το ποσό σε δραχμές με το 340,75. Παράδειγμα: Πόσα είναι τριάντα ευρώ;  $30 \times 340,75=10.223$  δραχμές.

Αυτή είναι η ακριβής διαδικασία. Όταν όμως βρεθούμε μπροστά σε μία βιτρίνα ή στην προθήκη ενός καταστήματος χρειαζόμαστε έναν απλούστερο κανόνα για να έχουμε μία γενική εικόνα της τιμής του προϊόντος. Ευτυχώς, η κεντρική ισοτιμία της δραχμής είναι τέτοια ώστε επιτρέπει αυτό που θα μπορούσαμε να ονομάσουμε "κανόνα του τρία (3)": 0,3 ευρώ είναι περίπου ένα κατοστάρικο· 3 ευρώ είναι περίπου ένα χιλιάριο· 30 ευρώ είναι περίπου ένα δεκαχίλιαιο.

Τονίζουμε εδώ το **περίπου**. Ο κανόνας αυτός είναι χρήσιμος για να αποκτήσουμε μια *γενική ιδέα* της τιμής, παύει να ισχύει όμως από τη στιγμή που θα φτάσουμε στο ταμείο. Οι λιανοπωλητές, όπως και όλοι οι συναλλασσόμενοι, είναι υποχρεωμένοι να τηρούν τους επίσημους κανόνες μετατροπής και στρογγυλοποίησης, όπως τους περιγράψαμε παραπάνω.

Αμετάκλητα καθορισμένες τιμές μετατροπής			
<b>1 ευρώ =</b>	<b>40,3399</b>	Βελγικά φράγκα	
	<b>1,95583</b>	Γερμανικά μάρκα	
	<b>340,750</b>	Ελληνικές δραχμές	
	<b>166,386</b>	Ισπανικές πεσέτες	
	<b>6,55957</b>	Γαλλικά φράγκα	
	<b>0,787564</b>	Ιρλανδικές λίρες	
	<b>1936,27</b>	Ιταλικές λίρες	
	<b>40,3399</b>	Φράγκα Λουξεμβούργου	
	<b>2,20371</b>	Ολλανδικά φιορίνια	
	<b>13,7603</b>	Αυστριακά σελίνια	
	<b>200,482</b>	Πορτογαλικά εσκούδο	
	<b>5,94573</b>	Φινλανδικά μάρκα	

## **Στρογγυλοποιήσεις**

Το ευρώ υποδιαιρείται σε 100 λεπτά ή cents.

### **Παραδείγματα μετατροπής**

#### **Παραδείγματα μετατροπής από δραχμές σε ευρώ**

Για να μετατρέψουμε ένα ποσό **από δραχμές σε ευρώ** το **διαιρούμε** με την κλειδωμένη ισοτιμία ευρώ - δραχμής  
**1 ευρώ = 340,750.**

***Παράδειγμα: 500δρχ. : 340,750 = 1,46735 ευρώ***

#### **Παραδείγματα μετατροπής από ευρώ σε δραχμές**

Για να μετατρέψουμε ένα ποσό **από ευρώ σε δραχμές** το **πολλαπλασιάζουμε** με την κλειδωμένη ισοτιμία δραχμής - ευρώ

***Παράδειγμα: 15 ευρώ X 340,750 = 5.111 δρχ.***

**Η τιμή μετατροπής (340,750) δεν στρογγυλοποιείται.**

Είναι πολύ σημαντικό να γνωρίζουμε ότι οι μετατροπές πρέπει να γίνονται για κάθε ποσό ξεχωριστά και δεν πρέπει να υπολογίζονται αναλογικά.

Δηλαδή **δεν πρέπει να θεωρούμε** πως 500 δραχμές 1,47, άρα 1000 δραχμές  $1,47 \times 2 = 2,94$  ευρώ (1000 δραχμές = 2,93 ευρώ), γιατί για μεγάλα ποσά η διαφορά είναι σημαντική.

### **Παραδείγματα στρογγυλοποίησης**

**Όταν μετατρέπουμε δραχμές σε ευρώ, από το ηλίκο με 6 αριθμούς που προκύπτει από την διαίρεση, κρατάμε μόνο τα δύο δεκαδικά, δηλαδή στρογγυλοποιούμε.**

#### **Παράδειγμα**

Αν το τρίτο δεκαδικό είναι **ίσο ή μεγαλύτερο από το 5**, στρογγυλοποιούμε προς τα πάνω, **δηλαδή το δεύτερο δεκαδικό αυξάνει κατά μία μονάδα:**

**Π.χ. 500 δραχμές : 340,750 = 1,467 - άρα 1,47 ευρώ**

#### **Παράδειγμα**



Αν το τρίτο δεκαδικό είναι μικρότερο του 5, στρογγυλοποιούμε προς τα κάτω, δηλαδή το δεύτερο δεκαδικό παραμένει ίδιο.

**Π.χ 5.000 δραχμές : 340,750 = 14.673 - άρα 14,67 ευρώ**

### **Κανόνες για τη μετατροπή και στρογγυλοποίηση**

**Οι τιμές μετατροπής** δεν θα στρογγυλοποιούνται ούτε θα παραλείπονται δεκαδικά ψηφία **κατά τη μετατροπή.**

#### **Παράδειγμα.**

1 Ευρώ = 40, 3399 Βελγικά φράγκα  
1 Ευρώ = 340,750 δραχμές

**Η μετατροπή από δραχμή σε ευρώ** πρέπει να γίνεται με διαίρεση, χρησιμοποιώντας το συντελεστή μετατροπής, **1 ευρώ = 340,750.**

**Η μετατροπή από ευρώ σε δραχμές** πρέπει να γίνεται με πολλαπλασιασμό, χρησιμοποιώντας το συντελεστή μετατροπής **1 ευρώ = 340,750 δραχμές**

**Στρογγυλοποιούμε προς τα πάνω**, αν το τρίτο δεκαδικό ψηφίο είναι **ίσο ή μεγαλύτερο του 5.**

**Παράδειγμα:**

$$500 \text{ δραχμές} : 340,750 = 1,46735$$

$$500 \text{ δραχμές} = 1,47 \text{ ευρώ}$$

**Στρογγυλοποιούμε προς τα κάτω, αν το τρίτο δεκαδικό είναι μικρότερο του 5.**

**Παράδειγμα:**

$$5.000 \text{ δραχμές} : 340,750 = 14,673$$

$$5.000 \text{ δραχμές} = 14,67 \text{ ευρώ}$$

**Η μετατροπή ενός εθνικού νομίσματος της ζώνης ευρώ σε άλλο εθνικό νόμισμα της ζώνης ευρώ, γίνεται με την τριγωνική σχέση.**

**Παράδειγμα: Μετατροπή 1000 DM σε Δραχμές**

**Βήμα 1ο** = Μετατρέπουμε τα μάρκα σε ευρώ διαιρώντας με την τιμή μετατροπής του μάρκου, δηλαδή **1 ευρώ = 1,95583 DM**. Αν το αποτέλεσμα περιέχει πολλά δεκαδικά ψηφία, επιτρέπεται η στρογγυλοποίηση, μέχρι τουλάχιστον τρία δεκαδικά ψηφία.

$$\mathbf{DM 1000 : 1,95583 = 511,2919 \text{ ευρώ}}$$

**Βήμα 2ο** = Το αποτέλεσμα που προέκυψε από την προηγούμενη πράξη μετατρέπεται σε δραχμές, πολλαπλασιάζοντας το με την τιμή μετατροπής

$$\mathbf{1 \text{ ευρώ} = 340,750 \text{ Δραχμές}}$$
$$\mathbf{511,291 \text{ ευρώ} \times 340,750 = 174.222.408 \text{ δραχμές}}$$

**Βήμα 3ο** = Στρογγυλοποιούμε το αποτέλεσμα προς την πλησιέστερη μονάδα δηλαδή **174.222 δραχμές**

**1990**



**2002**

## **Κεφάλαιο 3**

### **3.1 Γιατί γίνεται η ΟΝΕ;**

Η δημιουργία και η φυσική κυκλοφορία ενός ενιαίου νομίσματος είναι απώτερος στόχος της Οικονομικής και Νομισματικής Ένωσης, η οποία με τη σειρά της αποτελεί ευρωπαϊκή φιλοδοξία για πολλές δεκαετίες και θεωρείται από πολλούς υποστηρικτές της ως απαραίτητο στάδιο για μια ενδεχόμενη πολιτική ενοποίηση.

Πέραν των οραμάτων αυτών, τα οποία προς το παρόν προσκρούουν σε σοβαρά πολιτικά προβλήματα και ενδοευρωπαϊκούς ανταγωνισμούς, το ενιαίο νόμισμα δημιουργήθηκε για να εξυπηρετήσει και να προωθήσει την ενιαία αγορά της ΕΕ.

Ειδικότερα, το ευρώ στοχεύει στο να βελτιώσει την ευρωπαϊκή αγορά, εξαλείφοντας τις συναλλαγματικές διακυμάνσεις, παρέχοντας μια κοινή λογιστική μονάδα για τις εμπορικές δραστηριότητες, και ενθαρρύνοντας το διασυνοριακό εμπόριο, τις

επενδύσεις και τον ενδοκοινοτικό τουρισμό. Θα αποτελέσει επίσης ένα ισχυρό και αξιόπιστο νόμισμα στη διεθνή οικονομία.

Παράλληλα, η διαφάνεια των τιμών μεταξύ των χωρών-μελών θα αυξηθεί, εντείνοντας τον ανταγωνισμό, από τον οποίο συνήθως επωφελούνται οι καταναλωτές, αλλά και θα οδηγήσει τις επιχειρήσεις σε έναν αγώνα συγχωνεύσεων και εξαγορών, όπως συμβαίνει ήδη, μεταξύ άλλων, στον τραπεζικό και τον τηλεπικοινωνιακό τομέα.

Αν και μια πλήρης αποτίμηση των συνεπειών ενός ενιαίου νομίσματος είναι εξαιρετικά δύσκολη, το σίγουρό είναι ότι ΟΝΕ και ευρώ αποτελούν ισχυρό συνδετικό κρίκο μεταξύ των "12" της ευρωζώνης και σύμβολο μιας προσπάθειας για ανάπτυξη και σταθερότητα στην Ευρώπη.

## **Κεφάλαιο 4**

### **4.1 Ζητήματα προσαρμογής και ανησυχίες**

Είναι προφανές ότι μιας τέτοιας έκτασης αλλαγή απαιτεί μια σειρά από προσαρμοστικές κινήσεις. Ορισμένες από αυτές έχουν ήδη γίνει -όπως συμβαίνει με την προσαρμογή των εθνικών νομοθεσιών- αλλά οι προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση εντατικοποιήθηκαν το 2001 και σήμερα βρίσκονται σε φάση ολοκλήρωσης.

Ο **δημόσιος τομέας** διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη διαδικασία μετάβασης στο ευρώ, λόγω της σημασίας του στην οικονομία αλλά και του ρυθμιστικού, συντονιστικού και εκτελεστικού του ρόλου. Αξονες εδώ αποτελούν η προσαρμογή του νομοθετικού πλαισίου για το ενιαίο νόμισμα, οι αλλαγές στα μηχανογραφικά συστήματα του Δημοσίου (Taxis, ΚΕΠΥΟ κ.λπ.), η εκπαίδευση των στελεχών και των υπαλλήλων των υπηρεσιών, καθώς και η ενημέρωση των πολιτών.

Όπως αναφέρει το υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών, έχει ήδη συντελεστεί μία σειρά από σημαντικές αλλαγές και προσαρμογές. Ο προϋπολογισμός, οι μισθοί, οι συντάξεις, οι δοσοληψίες με την ΕΕ, η μετατροπή του δημοσίου χρέους, οι φορολογικές προσαρμογές που άπτονται θεμάτων θεσμικού πλαισίου, κώδικα βιβλίων και λογιστικής επιχειρήσεων, άμεση και έμμεση φορολογία, τελωνεία, κρατικές προμήθειες και συμβάσεις, θέματα Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Οργανισμών Κοινωνικής Ασφάλισης και Δημόσιων Επιχειρήσεων και Οργανισμών (ΔΕΚΟ) αποτελούν βασικό μέρος αυτών.

Για τις **επιχειρήσεις** υπάρχει μία σειρά από πλεονεκτήματα, όπως η εξάλειψη του συναλλαγματικού κινδύνου, η απλοποίηση των διακοινοτικών συναλλαγών, η μείωση των επιτοκίων κ.ά. Χρειάστηκε ωστόσο να γίνει μια ευρεία προσαρμογή στην τεχνική υποδομή (μηχανογράφηση, λογιστήριο, έντυπα) και απαιτείται ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς και ενημέρωση του προσωπικού τους. Οι επιχειρήσεις, επίσης, θα προεφοδιαστούν με ευρώ κατόπιν συνεννόησης με την προμηθεύτρια τράπεζα.

Από την πλευρά τους, οι **πολίτες** θα απολαμβάνουν μεγαλύτερη σταθερότητα στις τιμές, δεν θα χρειάζεται να πληρώνουν κόστος μετατροπής συναλλάγματος, θα έχουν δυνατότητα διεθνούς συγκρισιμότητας των τιμών και αξιοποίησης της ενιαίας αγοράς της ευρωζώνης. Εντούτοις, καθώς θα υπάρξει προσωρινή απώλεια της αίσθησης των τιμών, καλούνται να είναι προσεκτικοί και ενημερωμένοι προκειμένου να αποφευχθεί οποιαδήποτε απόπειρα αισχροκέρδειας εις βάρος τους.

Οι γενικότερες ανησυχίες που εκφράζονται για αυτές τις εξελίξεις αφορούν συνήθως σε οικονομικά ζητήματα ευρύτερης στρατηγικής σημασίας, όπως: Θα προκύψουν ευκαιρίες αύξησης των εξαγωγών; Θα ενταθεί ο ανταγωνισμός στην εγχώρια αγορά; Θα υπάρξουν δυνατότητες ανάπτυξης νέων προϊόντων; Θα χρειαστεί να τροποποιηθούν υφιστάμενα προϊόντα; Θα επηρεάσει το ευρώ την πολιτική της Ελλάδας στον τομέα των προμηθειών και την πολιτική σε θέματα χρηματοδοτήσεων; Γενικότερα, πόσο θα επηρεάσουν η ΟΝΕ και το ευρώ τη χάραξη της εθνικής οικονομικής πολιτικής;

Σχετικά με το τελευταίο θέμα, το σύμφωνο για τη σταθερότητα και την ανάπτυξη, που ψηφίστηκε τον Ιούνιο του 1997 στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, αποτελείται από δύο σκέλη. Το πρώτο από αυτά αφορά στην ενίσχυση των υφιστάμενων διαδικασιών περί αμοιβαίας εποπτείας των δημοσιονομικών και οικονομικών πολιτικών, και το δεύτερο στην ενίσχυση της διαδικασίας με την οποία αποτρέπονται οι χώρες-μέλη από το να δημιουργούν υπερβολικά δημοσιονομικά ελλείμματα.

Αυτό σημαίνει ότι πολλές από τις αρμοδιότητες των εθνικών κυβερνήσεων, στα ζητήματα οικονομικής πολιτικής, μεταβιβάζονται στην ΕΕ και την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ) ή γίνονται αντικείμενο ελέγχου, αλλά δεν απεμπολείται εντελώς η εθνική πολιτική. Συμβαίνει, ωστόσο, και το αντίστροφο: υιοθετώντας το ενιαίο νόμισμα, η κάθε χώρα της ΕΕ έχει πλέον λόγο και σε ό,τι αφορά τον τρόπο λειτουργίας της ΕΚΤ και της ευρωπαϊκής οικονομικής πολιτικής.

## Κεφάλαιο 5

### 5.1 Μικρό χρονικό προς το ευρώ

<b>1<sup>η</sup> Ιουλίου 1990</b>	Έναρξη του πρώτου σταδίου της Οικονομικής και Νομισματικής Ένωσης. Πλήρης απελευθέρωση της ενδοκοινωνικής διακίνησης κεφαλαίων.
<b>1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1993</b>	<b>Ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς.</b>
<b>1<sup>η</sup> Νοεμβρίου 1993</b>	Έναρξη της δεύτερης φάσης της ΟΝΕ. Καθλώνεται η σύνθεση της δέσμης νομισμάτων του Ecu. Τίθεται σε ισχύ η Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση που υπογράφηκε στο Μάαστριχ.
<b>1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1994</b>	<b>Ίδρυση του Ευρωπαϊκού Νομισματικού Ιδρύματος (ΕΝΙ) στη Φρανκφούρτη. Ενδочυση των διαδικασιών συντονισμού των οικονομικών πολιτικών σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Πρόγραμμα για την καταπολέμηση των ελλειμμάτων και, γενικότερα, για την πολιτική σύγκλισης εκ μέρους των κρατών-μελών.</b>
<b>31<sup>η</sup> Μαΐου 1995</b>	Έκδοση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή της Πράσινης Βίβλου για το ενιαίο νόμισμα, που αποτελεί σενάριο αναφοράς για τη μετάβαση στο ενιαίο νόμισμα.
<b>15-16 Δεκεμβρίου 1995</b>	<b>Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Μαδρίτης. Υιοθέτηση του ονόματος "ευρώ" για το ενιαίο νόμισμα. Προσδιορισμός του σεναρίου και του χρονοδιαγράμματος καθάρωσης του κοινού νομίσματος.</b>
<b>16-17 Ιουνίου 1997</b>	Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του Άμστερνταμ. Οριστική συμφωνία για το νομικό πλαίσιο που θα διέπει τη χρησιμοποίηση του ευρώ, καθώς και το σύμφωνο σταθερότητας και ανάπτυξης. Παρουσιάζεται η παράσταση που θα φέρουν τα κέρματα του ευρώ.
<b>1998</b>	<b>Οι αρχηγοί των κρατών-μελών αποφασίζουν ποιες ακριβώς χώρες θα συμμετέχουν από την αρχή στο ενιαίο νόμισμα,</b>



	<p>σε συνάρτηση με τα κριτήρια σύγκρισης και τα οικονομικά αποτελέσματα του 1997. Διορισμός της Εκτελεστικής Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας. Προσδιορισμός της ημερομηνίας εισαγωγής των τραπεζογραμμμάτων και των κερμάτων σε ευρώ. Άγο πριν από το τέλος του χρόνου, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο προχωρεί στην τελική προετοιμασία και την ίδρυση της ΕΚΤ, ειδικά κανονιστικό πλαίσιο και την πρακτική εφαρμογή της νομισματικής πολιτικής κ.λπ.</p>
<b>1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999</b>	<p>Έναρξη του τρίτου σταδίου της ΟΝΕ. Το Συμβούλιο καθορίζει τις συναλλαγματικές ισοτιμίες των νομισμάτων των κρατών, τόσο μεταξύ τους όσο και σε σχέση με το ευρώ. Επιπλέον τίθεται σε εφαρμογή το ευρώ, ενώ το Ecu παύει να υφίσταται. Τίθεται σε εφαρμογή ο κανονισμός του Συμβουλίου, ο οποίος καθορίζει το νομικό πλαίσιο για την καθιέρωση του ευρώ. Παράλληλα, εφαρμόζεται ενιαία νομισματική πολιτική σε ευρώ και διενεργούνται συναλλαγματικές πράξεις σε αυτό το νόμισμα.</p>
<b>10<sup>η</sup> Ιουνίου 2000</b>	<p><b>Έγερση της αίτησης ένταξης της Ελλάδας στη ζώνη του ευρώ από την 1η Ιανουαρίου του 2001.</b></p>
<b>1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2002</b>	<p>Σταδιακή αντικατάσταση των εθνικών νομισμάτων με ευρώ έως το Μάρτιο του ίδιου χρόνου.</p>

## Κεφάλαιο 6

### 6.1 Ταξιδιωτικός τομέας

Φυλλάδιο σε μέγεθος πιστωτικής κάρτας



**Συνεργάτης, Πόλη:** Ο όμιλος Starwood Hotels & Resorts σε συνεργασία με την Cyber Europa, Βρυξέλλες.

**Σε ποιους απευθύνεται:** Σε όλους τους υπαλλήλους του ομίλου Starwood στη ζώνη του ευρώ, καθώς και στο προσωπικό γραφείων κρατήσεων και πωλήσεων σε όλο τον κόσμο.

**Ποσότητες:** 20.000 αντίτυπα

**Χώρες:** Όλες οι χώρες της ζώνης του ευρώ.

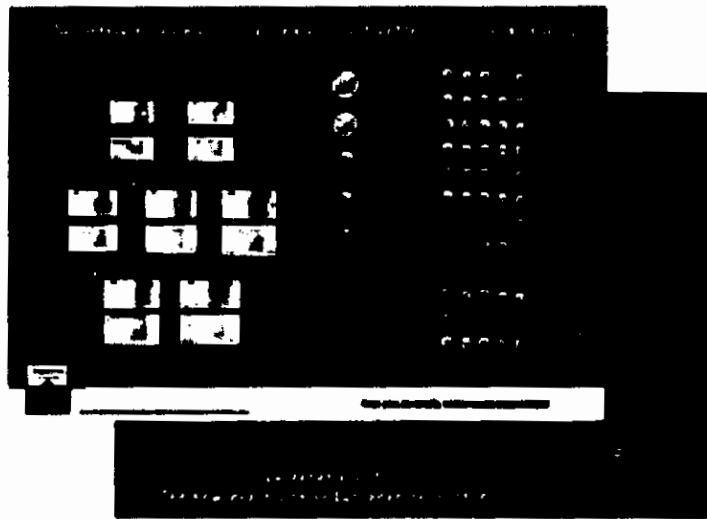
**Γλώσσες:** Διαθέσιμο σε εννέα ευρωπαϊκές γλώσσες.

**Περίοδος κυκλοφορίας:** Από το Φεβρουάριο του 2001.

**Περιγραφή:** Φυλλάδιο σε μέγεθος πιστωτικής κάρτας που

περιλαμβάνει πληροφορίες για τα τραπεζογραμμάτια και τα κέρματα ευρώ, καθώς και τους κανόνες μετατροπής.

### Ένθετο\_καταλόγου



**Συνεργάτης, Πόλη:** Festival Cruises, Βρυξέλλες.

**Σε ποιους απευθύνεται:** Σε άτομα που ταξιδεύουν για προσωπικούς ή επαγγελματικούς λόγους.

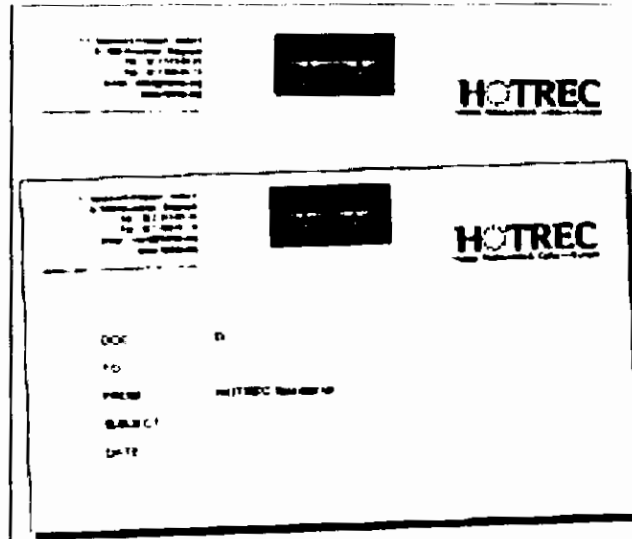
**Χώρα:** Βέλγιο.

**Γλώσσες:** Γαλλικά και ολλανδικά.

**Διάρκεια:** Από το Μάρτιο έως το Δεκέμβριο του 2001.

**Περιγραφή:** Η Festival Cruises ενσωμάτωσε στον ταξιδιωτικό της κατάλογο ένθετο τεσσάρων σελίδων A4 με εικόνες των τραπεζογραμμάτων και των κερμάτων ευρώ.

## Συνοδευτική σελίδα φαξ και επιστολόχαρτο



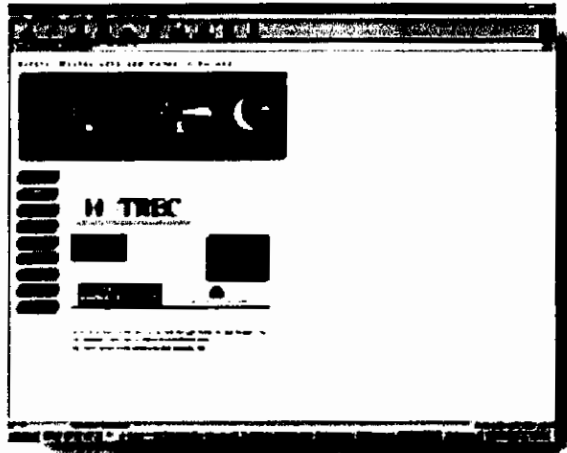
**Συνεργάτης, Πόλη:** Hotrec (Ευρωπαϊκή Ένωση Ξενοδοχείων και Εσπιατορίων), Βρυξέλλες.

**Σε ποιους απευθύνεται:** Σε όλους όσοι έχουν αλληλογραφία με τη Hotrec.

**Περίοδος κυκλοφορίας:** Από τον Απρίλιο του 2001.

**Περιγραφή:** Το λογότυπο «Επίσημος Ευρω-συνεργάτης» έχει συμπεριληφθεί στο επάνω μέρος της τυποποιημένης συνοδευτικής σελίδας φαξ και του επιστολόχαρτου της Hotrec.

## Banner στην ιστοσελίδα



**Δημιουργός, Πόλη:** Ευρωπαϊκή Ένωση Ξενοδοχείων και Εστιατορίων (Hotrec), Βρυξέλλες.

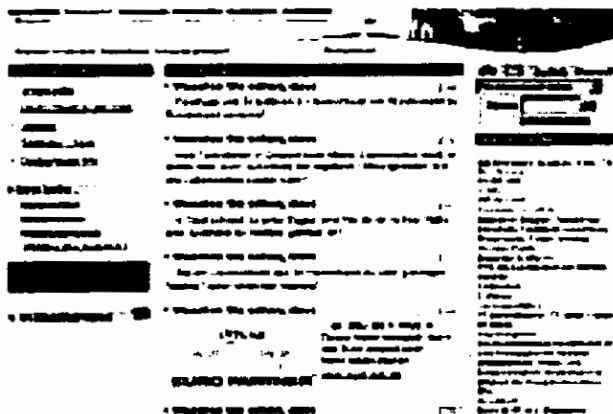
**Σε ποιους απευθύνεται:** Στους επισκέπτες της ιστοσελίδας της Hotrec.

**Περίοδος κυκλοφορίας:** Από τον Απρίλιο του 2001.

**Περιγραφή:** Στην κεντρική σελίδα της Hotrec ([www.hotrec.org](http://www.hotrec.org)) εμφανίζεται το λογότυπο του Προγράμματος Συνεργασίας, καθώς και το banner της Εκστρατείας, με δυνατότητα σύνδεσης με την ιστοσελίδα του ευρώ ([www.euro.ecb.int](http://www.euro.ecb.int)).

## Εισαγωγή συνδέσμου με την ιστοσελίδα

[www.euro.ecb.int](http://www.euro.ecb.int)



Δημιουργός, Πόλη: Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.(DZT), Φραγκφούρτη.

Σε ποιους απευθύνεται: Σε διεθνείς ταξιδιώτες, τουριστικά κέντρα, ταξιδιωτικά γραφεία και στα διεθνή παραρτήματα του DZT σε 28 χώρες.

Γλώσσες: Αγγλικά και γερμανικά.

Περίοδος λειτουργίας: Από τις 12 Ιουλίου 2001.

Περιγραφή: Το DZT συνεργάζεται με την Ομοσπονδιακή Κυβέρνηση για την προώθηση του τουρισμού στη Γερμανία. Στην ιστοσελίδα του συνεργάτη ([www.deutschland-tourismus.de](http://www.deutschland-tourismus.de)) υπάρχει μια ενότητα με πρακτικές πληροφορίες για όσους ταξιδεύουν στη Γερμανία, η οποία περιλαμβάνει πληροφορίες για το ευρώ, καθώς και ένα σύνδεσμο με την ιστοσελίδα [www.euro.ecb.int](http://www.euro.ecb.int).

## 6.2 Συναφείς Ιστοσελίδες

### ΔΙΕΘΝΗ

### ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ

### ΠΡΟΤΥΠΑ

Ελλάδα

Σώμα Ορκωτών Ελεγκτών  
Λογιστών

<http://www.soel.gr>

Ελλάδα

Σώμα Ορκωτών Εκπαιητών

<http://www.soe.gr>

International Accounting  
Standards Board

<http://www.iasc.org.uk>

Financial Accounting Standards  
Board

<http://www.fasb.org>

The European Federation of  
Accountants

<http://www.fee.be>

International Federation of  
Accountants

<http://www.ifac.org>

International Forum on  
Accountancy Developments

<http://www.ifad.net>

## **ΕΥΡΩ**

Το εγχειρίδιο του ευρώ

<http://europa.eu.int/euro>

Euro essentials

[http://europa.eu.int/comm/economy\\_finance/euro\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/economy_finance/euro_en.htm)

## **ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ**

Association for Payment  
Clearing Services

<http://www.apacs.org.uk>

SWIFT-Society for Worldwide  
Interbank Financial  
Telecommunication

<http://www.swift.com>

TARGET-Trans-European  
Automated Real-time Gross  
settlement Express Transfer  
system

<http://www.ecb.int/target>



## **ΞΕΠΛΥΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΣ**

Financial Action Task Force on  
Money Laundering

<http://www.oecd.org/fatf>

## **NOMIKA**

Ελλάδα

Εθνικό Τυπογραφείο

<http://www.et.gr>

Ευρωπαϊκή Ένωση

celex

<http://europa.eu.int/celex>

Ευρωπαϊκή Ένωση

Eur-Lex

<http://europa.eu.int/eur-lex>

Ευρωπαϊκή Ένωση

PreLex

[http://europa.eu.int/prelex  
/apcnet.cfm](http://europa.eu.int/prelex/apcnet.cfm)

Ευρωπαϊκό Δικαστήριο

<http://www.curia.eu.int>

## **ΑΓΟΡΕΣ**

Ελλάδα

Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών

<http://www.ase.gr>

Ελλάδα

Χρηματιστήριο Παραγώγων  
Αθηνών

<http://www.adex.ase.gr>

Ελλάδα

Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς

<http://www.hcmc.gr>

Euronext

<http://www.euronext.com>

Euroclear group

<http://www.euroclear.com>

Federation of European  
Securities Exchanges

<http://www.fese.be>

International Federation of  
Stock Exchanges

<http://www.fibv.com>

The Committee of European  
Securities Regulators

<http://www.europefesco.org>

Eurepo <http://www.eurepo.org>

Euribor <http://www.euribor.org>

Μηχανή αναζήτησης  
Adminet.com [http://www.adminet.com/  
world/fin](http://www.adminet.com/world/fin)

## **ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ**

European Bank Training  
Network <http://www.ebta.com>

Centre Europeen pour le  
Developpement de la Formation  
Professionnelle <http://www.cedefop.eu.int>

Institute of International  
Bankers <http://www.iib.org>

Institute of International  
Finance <http://www.iif.com>

**ΘΕΣΜΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ , ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ και άλλοι ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ  
Ελλάδα**

Ευρωπαϊκή Επιτροπή -  
Αντιπροσωπεία στην Ελλάδα

<http://www.ee.gr>

Ινστιτούτο Οικονομικής κ'  
Βιομηχανικής Έρευνας

<http://www.iobe.gr>

Σύνδεσμος Ελληνικών  
Βιομηχανιών

<http://www.fgi.org.gr>

Πανελλήνιος Σύνδεσμος  
Εξαγωγέων

<http://www.pse.gr>

Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου  
Ελλάδος

<http://www.seve.gr>

Σύνδεσμος Βιομηχανιών  
Βορείου Ελλάδος

<http://www.sbbe.gr>

Υπουργείο Οικονομίας και  
Οικονομικών

<http://www.mnec.gr>

Γενικό Λογιστήριο του Κράτους

<http://www.mof-glk.gr>

Υπουργείο Ανάπτυξης

<http://www.ypan.gr>

Ομοσπονδία

Τραπεζοϋπαλληλικών

Οργανώσεων Ελλάδος (ΟΤΟΕ)

<http://www.otoe.gr>

νστιτούτο Εργασίας της ΟΤΟΕ  
(INE-ΟΤΟΕ)

<http://www.ine.otoe.gr>

### **Διεθνώς**

Διεθνές Νομισματικό Ταμείο

<http://www.imf.org>

Οργανισμός Οικονομικής  
Συνεργασίας & Ανάπτυξης

<http://www.oecd.org>

World Trade Organisation

<http://www.wto.org>

International Chamber of  
Commerce

<http://www.iccwbo.org>

ΓΕΝΙΚΟ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ ΤΟΥ  
ΚΡΑΤΟΥΣ

[www.mof-gek.gr](http://www.mof-gek.gr)

**E-mail:** [pubdebt@mof-gek.gr](mailto:pubdebt@mof-gek.gr)

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ  
ΕΛΛΑΔΟΣ

[www.bankofgreece.gr](http://www.bankofgreece.gr)

ΕΝΩΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

[www.hba.gr](http://www.hba.gr)

**E-mail:** [eet@eexi.gr](mailto:eet@eexi.gr)

ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

[www.europa.eu.int/euro](http://www.europa.eu.int/euro)

ΕΟΜΜΕΧ

[www.eommex.gr](http://www.eommex.gr)

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ  
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ

[www.fgi.org.gr](http://www.fgi.org.gr)

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ  
ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ

[www.sbbe.gr](http://www.sbbe.gr)

ΕΒΕΑ

[www.acci.gr](http://www.acci.gr)

ΧΑΑ

[www.ase.gr](http://www.ase.gr)

**E-mail:** [euro@ase.gr](mailto:euro@ase.gr)

ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΑΠΟΘΕΤΗΡΙΟ ΑΞΙΩΝ

[www.hcsd.gr](http://www.hcsd.gr)

**E-mail:** [euro@ase.gr](mailto:euro@ase.gr)

ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ  
ΑΘΗΝΩΝ

[www.adex.ase.gr](http://www.adex.ase.gr)

ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

[www.e-gov.gr](http://www.e-gov.gr)



# Ενότητα Β'

## "Το ευρώ και ο τουρισμός"



## **Πρόλογος.**

Έχοντας επίγνωση της σημασίας της πρόκλησης που αποτελεί για τον τουριστικό κλάδο η μετάβαση στο ευρώ, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διοργάνωσε στις Βρυξέλλες την 16<sup>η</sup> Οκτωβρίου 1998 ένα συνέδριο με θέμα:

***«Το Ευρώ και ο τουρισμός: ευκαιρίες και στρατηγικές για τις επιχειρήσεις».***

Η συμμετοχή 400 ατόμων, τα οποία δραστηριοποιούνται στους πολυάριθμους τομείς που συνδέονται με τον τουρισμό, καθώς και των εκπροσώπων των τραπεζικών και χρηματοπιστωτικών τομέων ή των δημοσίων αρχών τουρισμού που ανταποκρίθηκαν στην πρόσκληση της Επιτροπής αποτελούν σαφή ένδειξη του ενδιαφέροντος μιας τέτοιας εκδήλωσης.

Παρά το γεγονός ότι η γενική πληροφόρηση προς το ευρύ κοινό βρίσκεται σε ικανοποιητικό επίπεδο, η καθυστέρηση πολλών φορέων όσον αφορά την προετοιμασία και την προσαρμογή εν όψει της καθιέρωσης του ενιαίου νομίσματος ενδέχεται να παρεμποδίσει σοβαρά την ανταγωνιστικότητα των φορέων αυτών.

Ωστόσο, η σημασία των πληρωμών σε λογιστικό νόμισμα για τον τουρισμό τοποθετεί τον τομέα αυτό σε ιδανική θέση έτσι ώστε να αδράξει τις ευκαιρίες που προσφέρονται από τη σημερινή μεταβατική περίοδο κατά την οποία το ευρώ κυκλοφορεί μόνο με τη μορφή αυτή.

Οι τουριστικοί φορείς που βρίσκονται σε συνεχή επαφή με τους τουρίστες και δραστηριοποιούνται σε πολυποίκιλους τομείς κατέχουν επίσης προνομιούχο θέση για την αγωγή του

καταναλωτή σε σχέση με το ευρώ και τις νέες κλίμακες αξιών που συνεπάγεται.

Οι εργασίες του παρόντος συνεδρίου προετοιμάστηκαν από μια ειδική ομάδα εργασίας για την εισαγωγή του ευρώ στον τουρισμό, που συγκρότησε η Επιτροπή και η οποία (ειδική ομάδα) έθεσε στη διάθεση των συμμετεχόντων την τελική έκθεση της ως έγγραφο εργασίας. Διαβιβάστηκε επίσης στους συμμετέχοντες η πρώτη έκδοση ενός οδηγού προετοιμασίας για το ευρώ, ο οποίος καταρτίστηκε σε συνεργασία με το Σύνδεσμο για τη Νομισματική Ένωση της Ευρώπης παράλληλα με τις εργασίες της ομάδας.

Ο εν λόγω οδηγός προετοιμασίας, που βρίσκεται στο της επανέκδοσης από το Σύνδεσμο για την Νομισματική Ένωση της Ευρώπης με την υποστήριξη της Επιτροπής, αποσκοπεί στο να θέσει στη διάθεση των τουριστικών φορέων ένα πρακτικό και εύχρηστο εργαλείο, με υψηλή ταυτόχρονα διδακτική αξία.

Η παρούσα έκδοση, η οποία αποτελεί τη συγκεφαλαίωση των καλύτερων πρακτικών που εντοπίστηκαν κατά τις εργασίες του συνεδρίου, περιλαμβάνει, εκτός από τις εκθέσεις των τεσσάρων συζητήσεων στρογγυλής τράπεζας του συνεδρίου, τα συμπεράσματα τα οποία η Επιτροπή προτίθεται να εξαγάγει από τις διεξαχθείσες εργασίες και τα οποία θα καθορίσουν τη δράση της προκείμενου να διευκολύνει τη μετάβαση των τουριστικών επιχειρήσεων στο ευρώ κατά τους προσεχείς μήνες.

## **Κεφάλαιο 1**

### **Εκθέσεις των συζητήσεων στρογγυλής τράπεζας.**

**1.1 Έκθεση της στρογγυλής τράπεζας αριθ.1: «Ποιο το σχέδιο δράσης για τις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα;» από την Claudine Chaspoul, Διευθύντρια του περιοδικού ESPACES (Editions touristiques europeennes).**

Ποια θα είναι η προσφορά σε ευρώ κατά τα τρία προσεχή έτη; Μέσω της παρουσίασης διαφόρων εμπειριών στην Ευρώπη, οι συζητήσεις της στρογγυλής τράπεζας 1 εξέτασαν τις διαφορετικές στάσεις των επιχειρήσεων έναντι του ευρώ. Οι εν λόγω στάσεις μπορούν να συνοψιστούν με αδρές πινελιές ως εξής: ορισμένες επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται το ευρώ ως μια επιπλέον πίεση, ενώ άλλες το θεωρούν ευκαιρία επικοινωνίας.

Ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης, ανάλογα με τη θέση που κατέχει στον τουριστικό τομέα (μεταφορέας, επιχείρηση οργανωμένων περιηγήσεων, ξενοδόχος, ενοικιαστής αυτοκινήτων κ.λπ.), η προβληματική του ευρώ μπορεί να αντιμετωπιστεί κατά τρόπο πολύ διαφορετικό.

**Υπάρχουν πρώτα οι επιχειρήσεις που δεν κάνουν τίποτα κατά τη μεταβατική περίοδο** και οι οποίες δεν ήρθαν να εκφραστούν σήμερα στο βήμα. Αυτό ισχύει για πολλές ΜΜΕ, οι οποίες δεν ξέρουν πάντα πώς να αντιμετωπίσουν το ζήτημα του ευρώ και περιέρχονται σε αμηχανίας μπροστά στις επιπτώσεις του

στις δραστηριότητες τους. Τούτο όμως ισχύει και στην περίπτωση σημαντικότερων επιχειρήσεων, όπως ορισμένες επιχειρήσεις οργανωμένων περιηγήσεων οι οποίες κρίνουν ότι η διπλή αναγραφή των τιμών κοστίζει πολύ σε φυλλάδια και χαρτί χωρίς να αποφέρει τίποτα. Με την παθητική στάση τους, οι επιχειρήσεις αυτές αυξάνουν τις πιθανότητες καθυστέρησης τους σε εμπορικό επίπεδο.

**Υπάρχουν έπειτα οι επιχειρήσεις που δίνουν την προτεραιότητα στην επικοινωνία γύρω από το ευρώ.** Ο κύριος Rujis μας παρουσίασε την εμπειρία των ξενοδοχείων Golden Tulip στις κάτω Χώρες τα οποία άρχισαν, ήδη από το Δεκέμβριο του 1996, να επικοινωνούν γύρω από το θέμα του ευρώ πρόκειται για ιδιαίτερα αξιόπαινη δράση καθώς οι ολλανδικές τράπεζες δεν υποχρεούνται να δέχονται το λογιστικό νόμισμα κατά τη μεταβατική περίοδο. Διαμέσου της διπλής αναγραφής των τιμών και της δημιουργίας «ψευδο-ευρώ» χρησιμοποιήσιμων σε ορισμένους από τους εμπορικούς εταίρους της, αυτή η αλυσίδα ξενοδοχείων πραγματοποίησε μια εύστοχη εκστρατεία προώθησης με σημαντική επιτυχία από άποψης κάλυψης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η επιτυχία της ενέργειας αυτής αποδεικνύει, ότι εάν χρειαζόταν, οι καταναλωτές και ιδίως οι νέοι θα ήταν έντονα ευαισθητοποιημένοι γύρω από το ευρώ και ότι έχουν υψηλές προσδοκίες σε σχέση με το ενιαίο νόμισμα. Η εμπειρία αυτή αποδεικνύει επίσης ότι οι επιχειρήσεις που τηρούν μια καινοτόμο στάση απέναντι στο ενιαίο νόμισμα δρέπουν τους καρπούς των προσπαθειών τους από πλευράς εμπορικού κέρδους και εικόνας.

Εντούτοις, υπάρχει φόβος ότι αυτό το πλεονέκτημα θα διαβρωθεί με την πάροδο του χρόνου. Όταν θα έχει πλέον γίνει κοινό φαινόμενο, η επικοινωνία γύρω από το ευρώ θα πάψει να αποτελεί διακριτικό γνώρισμα: η διπλή αναγραφή των τιμών, για παράδειγμα, αναμένεται να γενικευτεί αρκετά σύντομα για τις τουριστικές επιχειρήσεις.

**Παράλληλα με τις επιχειρήσεις που ακολουθούν την προσέγγιση της επικοινωνίας υπέρ του ευρώ υπάρχουν οι επιχειρήσεις που υιοθετούν μια πραγματολογική και σταδιακή προσέγγιση.** Η κυρία Noakes μας παρουσίασε την εμπειρία της Avis. Ο ενοικιαστής αυτοκινήτων, αφού ανέλυσε την αβεβαιότητα από άποψης προσφοράς και ζήτησης κατά τη μεταβατική περίοδο καθώς και το σημαντικό κόστος προσαρμογής που συνεπάγεται το ευρώ επέλεξε να μην επενδύσει σε μια βραχυπρόθεσμη στρατηγική που να περιορίζεται στη μεταβατική περίοδο. Τούτο όμως δεν σημαίνει ότι δεν ενεργεί και η κυρία Noakes μας παρουσίασε τις ήδη από το 1999 προβλεπόμενες ενέργειες: συστηματική διπλή αναγραφή των τιμών, ιδίως στα φυλλάδια. Εντούτοις, η επιχείρηση δεν προτίθεται να δέχεται τις πληρωμές σε ευρώ κατά τη μεταβατική περίοδο.

Η Avis προτιμά λοιπόν να αφοσιωθεί στην προσαρμογή των διαδικασιών και των τεχνικών εργαλείων της, εντείνοντας σταδιακά τις προσπάθειες της καθώς θα αποσαφηνίζεται η ζήτηση των πελατών της. Εξάλλου, εκτιμάται ότι καθώς η ζήτηση αυτή θα καθίσταται όλο και σημαντικότερη, η επιχείρηση θα επιτυχαίνει τη διαδικασία μετάβασης της στο ευρώ.

**Τέλος, υπάρχουν οι επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν τη μετάβαση στο ευρώ ως μια πραγματική πρόκληση.** Μας παρουσιάζουν δυο εμπειρίες του είδους αυτού: η εμπειρία της Nouvelles Frontières, για την οποία ο καθένας γνωρίζει ότι ο πρόεδρος της Jacques Maillot είναι πεπεισμένος Ευρωπαίος, και η εμπειρία της British Airways, η οποία είναι ακόμη πιο υποδειγματική καθώς το Ηνωμένο Βασίλειο δεν ανήκει στη ζώνη του «προθαλάμου».

Ο Christian Rochette μας εξήγησε ότι η Nouvelles Frontières εκμεταλλεύτηκε το γεγονός του ότι το σύστημα κρατήσεων έπρεπε αν εξελιχθεί, για να το αναμορφώσει πλήρως με τη διπλή προοπτική του ευρώ και του έτους 2000. το νέο σύστημα θα καταστεί λειτουργικό ήδη από τον Απρίλιο του 1999. θα επιτρέψει την αναγραφή και την τιμολόγηση στο νόμισμα της επιλογής του πελάτη (ευρώ ή τοπικό νόμισμα). Κατά συνέπεια, η Nouvelles Frontières θα συγκαταλέγεται ανάμεσα στις πρώτες επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου που θα έχουν ολοκληρώσει τις τεχνικές προετοιμασίες για το ευρώ. Την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2002, τα λογιστικά της NF θα εκτελούνται σε ευρώ και με σκοπό τον εξορθολογισμό της διαχείρισης της επιχείρησης, η επιχείρηση οργανωμένων περιηγήσεων θα προτείνει τους προμηθευτές της να καταρτίζουν τις συμβάσεις τους σε ευρώ. Όσον αφορά την τιμολογιακή στρατηγική της ή NF εκτιμά ότι είναι ακόμα πολύ νωρίς για να προσφέρει τιμές κάτω του κόστους σε ευρώ, κα προτίθεται να αντιμετωπίσει τα ζητήματα αυτά όταν θα κρίνει ότι οι πελάτες της θα είναι έτοιμοι και δεν θα σκέπτονται πλέον σε εθνικό νόμισμα. Απεναντίας, ακόμα και μετά το 2002, τα συστήματα πληροφορικής

της NF θα επιτρέπουν την αναγραφή σε τοπικό νόμισμα, ώστε να είναι σε θέση ο φορέας να απαντά στο εξής ερώτημα: «Κοστίζει τόσο σε ευρώ, αλλά πόσο κάνει σε φράγκα;»

Από την πλευρά του, ο Tom O' Kane μας παρουσιάζει την εμπειρία της British Airways, της οποίας το σχέδιο ευρώ αποδεικνύεται πολύπλοκο λαμβανομένου υπόψη του μεγέθους του μεταφορέα αυτού. Το σχέδιο αφορά στο σύνολο της επιχείρησης, από τη γενική διεύθυνση μέχρι την εμπορική υπηρεσία, συμπεριλαμβανόμενης της οικονομικής υπηρεσίας και της υπηρεσίας πληροφορικής. Εκτείνεται όμως και στο περιβάλλον της επιχείρησης, μέσα από τις σχέσεις της με τους πελάτες της, τους εμπορικούς εταίρους της και τους προμηθευτές της.

Σε αντίθεση με τη Nouvelles Frontières, η οποία αντιμετώπισε αρχικά το πρόβλημα από τεχνική άποψη, η British Airways υιοθέτησε μια προσέγγιση η οποία ξεκινά από τον πελάτη, για να προχωρήσει στη συνέχεια σε έναν στρατηγικό προβληματισμό, πριν καταπιαστεί με τα λειτουργικά ζητήματα και στη συνέχεια, με τα τεχνικά προβλήματα. Η British Airways στοιχηματίζει ότι οι πελάτες της, ιδίως όσοι ταξιδεύουν συχνά στην Ευρώπη, θα γίνουν γρήγορα οπαδοί του ευρώ, με όλες τις σχετικές συνέπειες από πλευράς τιμολογιακής στρατηγικής.

Συνεπώς, οι στρατηγικές των επιχειρήσεων απέναντι στο ευρώ είναι πολλαπλές και θα εξελιχθούν κατά τη μεταβατική περίοδο, κάτω από την πίεση τόσο των πελατών, όσο και των προμηθευτών και των εταίρων της κάθε επιχείρησης. Πολύ σύντομα, οι στρατηγικές αυτές θα πρέπει να υπερβούν την επικοινωνία και τα τεχνικά προβλήματα για να καταπιαστούν όπως

το υπενθύμισε ο Guillaume Lerecq κατά την έναρξη αυτής της στρογγυλής τραπέζης, με τα στρατηγικά ζητήματα των προϊόντων και των υπηρεσιών, των τιμολογίων και της διανομής. Το ευρώ αναμένεται ιδίως να τονώσει την εμπορία μέσω του Διαδικτύου η οποία, σύμφωνα με το ινστιτούτο IPK International, αντιπροσωπεύει σήμερα λιγότερο από το 1% των κρατήσεων ταξιδιών των Ευρωπαίων, αλλά σημειώνει ταχύτατη πρόοδο, ιδίως για τις απλές πτήσεις που δεν συνδυάζονται με πακέτα διακοπών.

Τέλος, θα ήθελα να επαναλάβω το μήνυμα του Tom O' Kane, ο οποίος μας εξήγησε ότι αυξάνοντας τη διαφάνεια των τιμών, το ευρώ θα ενισχύει την εξουσία του καταναλωτή, πράγμα που με τη σειρά του τα τονώσει τον ανταγωνισμό. Επομένως, οι επιχειρήσεις που προετοιμάζονται σήμερα, είναι εκείνες που θα έχουν τις περισσότερες πιθανότητες να συγκαταλέγονται ανάμεσα στους κερδισμένους αύριο.





## **1.2 Έκθεση της στρογγυλής τράπεζας αριθ. 2: «Πως θα αντιδράσουν οι τουρίστες απέναντι στο ευρώ και ποιες θα είναι οι σχετικές προσδοκίες τους;» από την Bill Richards, Γραμματέα του ETAG (European Tourism Action Group).**

### Σύντομη περίληψη.

- Καινοτομία – και οικοδόμηση της ευρωπαϊκής ταυτότητας.
- Βεβαιότητα – εξάλειψη των συναλλαγματικών διακυμάνσεων. Εντούτοις, δεν πρέπει να υποτιμάται ο φόβος της αλλαγής.
- Διαφάνεια – θα σχηματίζει κανείς εύκολα μια σαφή ιδέα για τις τιμές σε όλες τη ζώνει ευρώ.
- Προσωπικό του τουριστικού τομέα – οι εργαζόμενοι του εν λόγω τομέα πρέπει απαραίτητα να γνωρίζουν σε βάθος τι σημαίνει το ευρώ για να αποκτήσουν εμπιστοσύνη οι πελάτες. Πρέπει λοιπόν να είναι και οι ίδιοι ενήμεροι για τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τη συμφωνία που συνάφθηκε μεταξύ της τουριστικής βιομηχανίας και των ενώσεων καταναλωτών.
- Πληροφόρηση – είναι ουσιώδες να ενημερώνεται εκ των προτέρων ο επισκέπτης, ιδίως ο μη ευρωπαίος επισκέπτης για τον οποίο οι αλλαγές που θα επιφέρει το ευρώ θα αποτελούν τμήμα των πλεονεκτημάτων της Ευρώπης. Πρέπει επίσης να υπάρξει μέριμνα για τα άτομα με ειδικές ανάγκες.
- Διπλή αναγραφή των τιμών – αποτελεί τμήμα της διαδικασίας εκμάθησης του πωλητή και του αγοραστή.

- Ταξιδιώτες για επαγγελματικούς λόγους – θα «βιώσουν» πρώτοι το ευρώ εφόσον η χρήση του λογιστικού νομίσματος θα επιβληθεί σε πρώιμο στάδιο.
- Η ανάλυση Δ.Α.Ε.Κ. (δυνατοτήτων, αδυναμιών, ευκαιριών και κινδύνων) του Walter Leu προειδοποιεί για το μέλλον και εκθέτει τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει η τουριστική βιομηχανία από τη μετάβαση στο ευρώ.



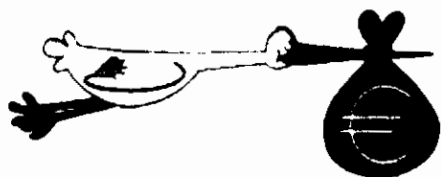
- Κατά τη διάρκεια της ιστορίας του, ο διεθνής τουρισμός κλήθηκε επανειλημμένα να προσαρμοστεί σε νέα νομίσματα ή σε διάφορα είδη νομισμάτων. Εντούτοις, η μετάβαση στο ευρώ συνεπάγεται την αντικατάσταση πολλών νομισμάτων από ένα νέο νόμισμα καθώς και την καθιέρωση μιας νέας νομικής οντότητας εντός της οποίας όλες οι συναλλαγές θα πρέπει να πραγματοποιούνται σε νέο νόμισμα. Οι ταξιδιώτες θα κληθούν να συμμετάσχουν σ' αυτό το σημαντικό ιστορικό γεγονός. Το νέο νόμισμα θα αντικατοπτρίζει τη σταθερότητα της Ευρώπης.
- Οι χώρες της ζώνης ευρώ θα απαλλαγθούν από το άγχος που οφείλεται στις διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών και δεν θα μπορούν πλέον να επωφελούνται από τα πλεονεκτήματα που παρέχουν οι ανταγωνιστικές υποτιμήσεις. Η κατάσταση αυτή θα ευνοεί επίσης τη δημιουργία νέων και καινοτόμων προϊόντων και συστημάτων τιμών.

- Δεν πρέπει να λησμονείται ότι ορισμένοι καταναλωτές φοβούνται το άγνωστο. Ο κίνδυνος αυτός δεν πρέπει αν υποτιμάται.
- Οι ταξιδιώτες θα επωφελούνται από πολυάριθμα πλεονεκτήματα στη ζώνη του ευρώ, εκ των οποίων η βεβαιότητα αποτελεί σημαντικό παράγοντα. Η εξάλειψη των συναλλαγματικών διακυμάνσεων και η ύπαρξη ενός κοινού νομίσματος θα διευκολύνει ουσιαστικά τη σύνοψη εμπορικών συμβάσεων σε πολλές χώρες.
- Παρά το γεγονός ότι, κατά τη μεταβατική περίοδο, οι πράξεις που σχετίζονται με τον τομέα του τουρισμού θα μπορούν να πραγματοποιούνται σε ευρώ υπό τη μορφή λογιστικού νομίσματος, οι περισσότεροι τουρίστες θα ευαισθητοποιηθούν πράγματι μόνον εφόσον τεθούν σε κυκλοφορία τα χαρτονομίσματα και τα κέρματα. Τούτο ίσως να μην ισχύει για όσους ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους, καθώς οι εταιρείες ενδέχεται να απαιτούν την προσκόμιση λογαριασμών εξόδων σε ευρώ. Η ανάγκη αυτή θα τους παροτρύνει να ζητούν να εκφράζονται σε ευρώ οι συναλλαγές τους με πιστωτικές κάρτες για την πληρωμή των λογαριασμών ξενοδοχείου και των λοιπών εξόδων για τα επαγγελματικά ταξίδια τους. Με τον ίδιο τρόπο θα εκτελείται η διαχείριση των προϋπολογισμών επαγγελματικών ταξιδιών, μολονότι τα μετρητά θα εξακολουθούν να χρησιμοποιούνται κατά τη μεταβατική περίοδο.

- Η εξέλιξη θα εξαρτηθεί από την ικανότητα να εκδίδονται επιταγές πληρωμής υπηρεσιών σε ολόκληρη τη ζώνη ευρώ (κυρίως δελτία ξενοδοχείου, πιστωτικά δελτία, δελτία μεταφοράς). Η πρακτική αυτή θα ευνοήσει την κινητικότητα και την πρόσβαση στις υπηρεσίες. Η ταχύτητα με την οποία θα υιοθετηθεί το ευρώ θα εξαρτηθεί από τη διάθεση του καταναλωτή να το χρησιμοποιήσει. Η στενή συνεργασία μεταξύ όλων των τουριστικών παραγόντων θα εξασφαλίσει μια ομαλή μετάβαση.
- Πληροφόρηση: Ποιες είναι οι συναλλαγματικές ισοτιμίες; Που μπορεί κανείς να μετατρέψει χρήματα; Ποια είναι τα ενδεχόμενα έξοδα; Είναι ουσιώδες να παρουσιάζονται οι τιμές παντού με σαφήνεια κατά την περίοδο της οριστικής μετάβασης στο ευρώ, η οποία τα είναι σχετικά σύντομη. Η αποδοχή του Κώδικα συμπεριφοράς σε έξι σημεία που συμφωνήθηκε μεταξύ της τουριστικής βιομηχανίας και των ενώσεων καταναλωτών θα επιτρέψει την επίτευξη του στόχου αυτού. Κατά το ταξίδι του, ο επισκέπτης θα αναμένει να συναντήσει άριστα καταρτισμένο προσωπικό, ικανό να απαντήσει στις ερωτήσεις του για το ευρώ. Για το λόγο αυτό πρέπει αν ενθαρρυνθεί η διπλή αναγραφή των τιμών, ούτως ώστε να ενημερώνεται και να εκπαιδεύεται όσο το δυνατόν καλύτερα ο επισκέπτης/ταξιδιώτης και να πειστεί για τα πλεονεκτήματα του ευρώ. Είναι ζωτικής σημασίας να

βοηθηθούν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα άτομα με ειδικές ανάγκες, ιδίως οι τυφλοί.

- Η μετάβαση στο ευρώ συνιστά μοναδική ευκαιρία να προωθηθεί η Ευρώπη πέρα των συνόρων της , ιδίως λαμβανόμενου υπόψη του ότι η ζώνη ευρώ θα υποδέχεται το 40% του παγκόσμιου τουρισμού. Κατά συνέπεια, η πληροφόρηση, που είναι κρίσιμη για τον ταξιδιώτη, θα αποτελεί στο εξής τμήμα της προώθησης της Ευρώπης στις μη ευρωπαϊκές αγορές. Οι επισκέπτες από τις κυριότερες αγορές των τρίτων χωρών τείνουν να «επισκέπτονται την Ευρώπη» παρά κάποια συγκεκριμένη χώρα. Η εκ των προτέρων πληροφόρηση των ξένων επισκεπτών θα τους παροτρύνει να εκμεταλλευτούν τα ατού της «νέας» Ευρώπης. Ωστόσο, ένα ισχυρό ευρώ ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να στραφεί η ζήτηση προς φθηνότερους προορισμούς εκτός Ευρώπης, αυξάνοντας την έλξη των προορισμών αυτών στους Ευρωπαίους με αποτέλεσμα να μειωθεί το μερίδιο της Ευρώπης στην παγκόσμια αγορά.



**1.3 Έκθεση της στρογγυλής τράπεζας αριθ.3:**  
**«Η εσωτερική προσαρμογή των τουριστικών επιχειρήσεων»** από τον Bruno Lefebure, Δικηγόρο, εμπειρογνώμονα μέλος της ομάδας εργασίας για το ευρώ.

Τα θέματα που συζητήθηκαν σ' αυτή τη συνεδρίαση στρογγυλής τράπεζας απέδειξαν τη σημασία που έχει για τις τουριστικές επιχειρήσεις η κατά το δυνατόν καλύτερη και ταχύτερη προετοιμασία για τη μετάβαση του ευρώ.

Είναι σημαντικό να υπενθυμιστεί ότι ο τομέας του τουρισμού είναι αναμφίβολα ο τομέας δραστηριότητας που θα επηρεαστεί στο μεγαλύτερο βαθμό και πολύ σύντομα από το ευρώ απλώς και μόνο επειδή θα συμφέρει τον ευρωπαϊό καταναλωτή να χρησιμοποιήσει το ευρώ ως νόμισμα τουρισμού.

Τα σχόλια των συμμετεχόντων επιβεβαίωσαν ότι το μέγεθος της επιχείρησης όπως επίσης και ο τρόπος διαχείρισης της επηρεάζουν τη στρατηγική που υιοθετείται για τη μετάβαση στο ευρώ.

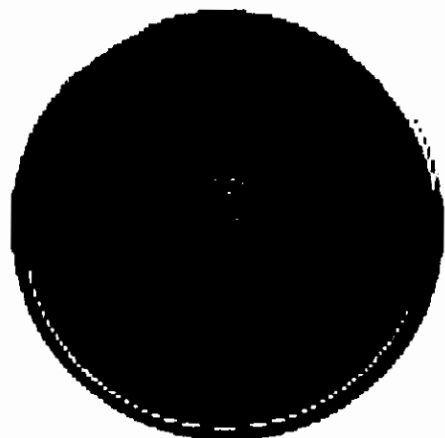
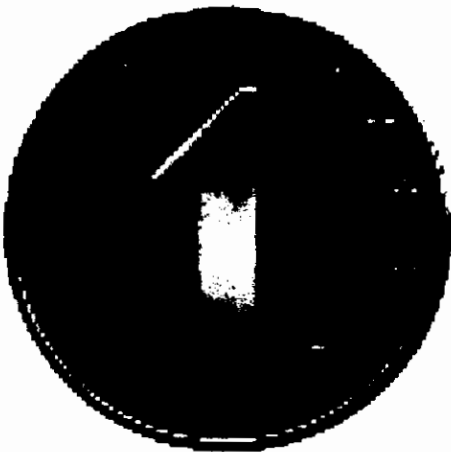
Μολονότι καθίσταται πλέον προφανές ότι οι σημαντικότερες επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα έχουν όλες λάβει υπόψη τα συμφέροντα που διακυβεύονται, οι τελευταίες δεν αντιπροσωπεύουν παρά μια ελάχιστη αναλογία του εν λόγω τομέα, ο οποίος θα επηρεαστεί σοβαρά ήδη από την 4<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999.

Πρέπει λοιπόν να τονιστεί ότι η μετάβαση στο ενιαίο νόμισμα αποτελεί πράγματι ένα βασικό θέμα στρατηγικής σημασίας, ιδίως για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του υποεξέταση τομέα.

Ο τρόπος διαχείρισης των εν λόγω ΜΜΕ, είτε παραδοσιακός είτε πιο σύγχρονος, θα διαδραματίσει επίσης πολύ σημαντικό ρόλο όσον αφορά την ταχύτητα της μετάβασης στο ενιαίο νόμισμα.

Ωστόσο, στο μέτρο κατά το οποίο η μετάβαση στο ευρώ επιδρά σε όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης, το στάδιο αυτό θα πρέπει επίσης να χρησιμοποιηθεί για να επανεξεταστούν οι μέθοδοι διαχείρισης.

Η μετάβαση στο ευρώ υποχρεώνει όλες τις επιχειρήσεις να αναθεωρήσουν την εμπορική πολιτική τους, το μάρκετινγκ τους, τις σχέσεις τους με τους προμηθευτές, τα λογιστικά και τα οικονομικά τους, τα νομικά μέσα τους, το ανθρώπινο δυναμικό τους καθώς και τα συστήματα πληροφορικής τους.



### **1.3.1 Ορισμένα ενδεικτικά παραδείγματα.**

Οι επιχειρήσεις θα αναγκαστούν να αναθεωρήσουν την τιμολογιακή πολιτική τους από πλευράς τόσο του υπολογισμού της ίδιας της τιμής των προϊόντων τους, όσο και της διπλής αναγραφής στις ταμπέλες τους και τις διαφημιστικές εκστρατείες τους.

Μια τιμή που θεωρείται «ψυχολογική» σε κάποια εθνική νομισματική μονάδα, χάνει τον «ψυχολογικό» χαρακτήρα της σε ευρώ.

Θα πρέπει να καταρτιστεί το προσωπικό ώστε να δέχεται πληρωμές σε ευρώ υπό λογιστική μορφή.

Θα πρέπει να ελεγχθεί ότι τα λογισμικά «δέχονται» το ευρώ.

Από πότε θα πρέπει οι επιχειρήσεις αυτές να μετατρέψουν τα λογιστικά τους σε ευρώ;

Οι επιχειρήσεις πρέπει να μελετήσουν όλα αυτά τα ερωτήματα σε μια προοπτική επανεξέτασης της εμπορικής στρατηγικής τους από πλευράς τοποθέτησης σε μια νέα αγορά που αριθμεί εκατοντάδες εκατομμύρια κατοίκους και προσφέρει, ως εκ τούτου, νέες αγορές.



### **1.3.2 Πρέπει να υπογραμμιστεί η σημασία της πληροφόρησης.**

Ασφαλώς, η πληροφόρηση αυτή διατίθεται από τις υπηρεσίες της Επιτροπής, αλλά επίσης και από τις αρμόδιες υπηρεσίες των εθνικών αρχών και των κλάδων επαγγελματικών δραστηριοτήτων.

Η επιχείρηση θα πρέπει να συγκροτήσει μια εσωτερική μονάδα για το ευρώ. Στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η μονάδα αυτή θα απαρτίζεται συνήθως από ένα μόνο άτομο, κατά κανόνα από τον επικεφαλής της επιχείρησης.

Ο τελευταίος, παρά τον ήδη σημαντικό φόρτο εργασίας του, θα πρέπει να συγκεντρώσει όλες τις διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με το θέμα ώστε να προετοιμάσει την επιχείρηση του με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Θα πρέπει να αναλύσει τις πληροφορίες αυτές και να τις διαβιβάσει στο προσωπικό του.

Οι συμμετέχοντες στην παρούσα συζήτηση στρογγυλής τράπεζας επέμεναν στο γεγονός ότι η μετάβαση στο ευρώ αποτελεί κατά κύριο λόγο μια στρατηγική ευκαιρία και κατά δεύτερον μόνον ένα καθαρά λειτουργικό ζήτημα.

Εξ ου και η σημασία της σωστής ανάλυσης από τον επικεφαλής μιας επιχείρησης των προκλήσεων αυτής της ιστορικής αλλαγής.

Προκειμένου να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα, η Επιτροπή και οι υπηρεσίες της κατάρτισαν ένα CD-ROM και ένα φυλλάδιο σχετικά με τη μετάβαση στο ευρώ για τον τομέα του τουρισμού. Το υλικό αυτό διατίθεται στις 11 γλώσσες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το CD-ROM και το φυλλάδιο θα επιτρέψουν

στις επιχειρήσεις να προβούν σε μια αυτοδιάγνωση της κατάστασής τους σε σχέση με τη μετάβαση στο ευρώ.

Επιπλέον, παρουσιάζονται πρακτικές περιπτώσεις που αντικατοπτρίζουν προϋπάρχουσες πραγματικές καταστάσεις, οι οποίες θα επιτρέψουν στις επιχειρήσεις να ακολουθήσουν ορισμένα υποδείγματα.

**1.3.3 Οι μεγάλοι παράγοντες του τουριστικού κλάδου δραστηριοποιούνται επίσης προκειμένου να είναι έτοιμοι να λειτουργήσουν σε ευρώ ήδη από την 4<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999.**

Έτσι η IATA (Διεθνής Ένωση Αερομεταφορών), δημιούργησε μια ειδική ομάδα για το ευρώ στο πλαίσιο της επιτροπής οικονομικών της, στην οποία έχει αναθέσει να εξετάσει όλες τις συνέπειες της μετάβασης στο ευρώ για τις αεροπορικές εταιρείες.

Κατ' αυτόν τον τρόπο, ήδη από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999, η IATA θα επιτρέψει στην πελατεία να πληρώνει είτε σε ευρώ είτε στην εθνική νομισματική μονάδα της επιλογής της για τα κράτη της ζώνης του ευρώ.

Ασφαλώς, αυτό θα έχει επιπτώσεις σε όλα τα συστήματα κρατήσεων όσον αφορά την αναγραφή των τιμών.

Πολύ σύντομα, θα εισαχθεί η διπλή αναγραφή της τιμής στα αεροπορικά εισιτήρια σε ευρώ και σε μια εθνική νομισματική μονάδα.

#### **1.3.4 Σε έναν ήδη τόσο αυτοματοποιημένο τομέα όπως ο τουρισμός, εννοείται ότι η μετάβαση στο ευρώ συνεπάγεται πολυάριθμες και ζωτικές σημασίας συνέπειες από πλευράς πληροφορικής.**

Η πληροφορική αφορά όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης.

Προκειμένου να λειτουργήσουν σωστά, τα συστήματα πληροφορικής πρέπει αν λαμβάνουν υπόψη τους κανόνες που έχουν εγκριθεί σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Η τιμή μετατροπής που καθορίστηκε αμετάκλητα στις 31 Δεκεμβρίου 1998 θα περιλαμβάνει 6 χαρακτηριστικά ψηφία. Οι ευρωπαϊκοί κανονισμοί ορίζουν τον τρόπο μετατροπής από τη μια νομισματική μονάδα σε μια άλλη από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999, τους κανόνες μετατροπής και στρογγυλοποίησης κ.λπ.

Υπάρχουν δηλαδή πολλοί κανόνες οι οποίοι θα πρέπει να ληφθούν υπόψη από τα συστήματα πληροφορικής και ως εκ τούτου, από τα λογισμικά.

Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις πρέπει απαραίτητα να σταθμίσουν την κατάσταση για να εξακριβώσουν εάν το «λογισμικό» τους (software) αλλά και το τεχνολογικός εξοπλισμός τους (hardware) αφομοιώνουν το ευρώ.

Αυτό θα τους προσφέρει και την ευκαιρία να ελέγξουν ότι οι υπολογιστές τους είναι έτοιμοι να αντιμετωπίσουν τη μετάβαση στο έτος 2000.

**1.4 Έκθεση της στρογγυλής τράπεζας αριθ. 4:  
«Ο συντονισμός στο εσωτερικό του  
κλάδου δραστηριότητας και ο  
συντονισμός με τον τραπεζικό τομέα».**  
Από τον Max Chatterjee, Commercial  
Products, Visa International.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, η τουριστική βιομηχανία θεωρείται μια από τις βιομηχανίες που παρουσιάζει έναν από τους ταχύτερους ρυθμούς ανάπτυξης. Λόγω της μείωσης του κόστους των ταξιδιών και της αυξημένης σταθερότητας των εισοδημάτων, σε συνδυασμό με την αλλαγή του τρόπου ζωής, καταγράφηκαν, για το 1997 μόνο, 613 εκατομμύρια ταξιδιώτες με προορισμό το εξωτερικό. Σε επίπεδο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει το 12% της παραγωγής και απασχολεί το 13% του ενεργού πληθυσμού. Δεδομένου ότι ένα μεγάλο μέρος των τουριστικών ταξιδιών αφορά προορισμούς στο εξωτερικό, μπορεί να υποθεθεί ότι η μετάβαση στο ευρώ θα έχει μεγαλύτερο αντίκτυπο στην τουριστική βιομηχανία παρά σε οποιονδήποτε άλλο τομέα. Παρατίθενται παρακάτω ορισμένοι από τους σχετικούς λόγους.

- Θα εξαλειφθούν τα έξοδα συναλλάγματος για τις επιχειρήσεις οργανωμένων περιηγήσεων. Εκτιμάται ότι τα έξοδα που προκύπτουν από τον κίνδυνο αλλαγής του επιτοκίου, τη μετατροπή των νομισμάτων και τις μεταφορές χρημάτων αντιπροσωπεύουν έως το 5% του κόστους ενός ταξιδιού με προορισμό το εξωτερικό. Έτσι, αναμένεται να εξοικονομηθούν περίπου 2,1 δισεκατομμύρια GBP ετησίως. Οι επιχειρήσεις

οργανωμένων περιηγήσεων θα ωφεληθούν επίσης από τη μείωση του κόστους κάλυψης του κινδύνου μετατροπής συναλλάγματος. Συνήθως, οι εν λόγω επιχειρήσεις προβαίνουν στην κράτηση θέσεων 12 έως 18 μήνες νωρίτερα και ως εκ τούτου εκτίθενται στους κινδύνους μετατροπής συναλλάγματος.

- Οι τουρίστες δεν θα επιβαρύνονται πλέον με τα έξοδα συναλλαγματικής μετατροπής ή διαφοράς μεταξύ της τιμής αγοράς και πώλησης. Έτσι οι ταξιδιώτες θα μπορούν να εξοικονομήσουν μέχρι 1 δισεκατομμύριο GBP ετησίως. Αυτή η εξοικονόμηση χρημάτων θα τους επιτρέπει ενδεχομένως να παρατείνουν τις διακοπές τους ή να επιλέγουν ακριβότερες διακοπές, πράγμα που θα ωφελήσει την τουριστική βιομηχανία τονώνοντας την.
- Οι τουρίστες που ταξιδεύουν σε μια χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι πιθανότερο να επισκεφτούν και άλλες χώρες της ζώνης του ευρώ, εφόσον η χρήση ενός ενιαίου νομίσματος θα ευνοεί τα διασυνοριακά ταξίδια.
- Η ζώνη ευρώ θα προσελκύει τις ξένες επενδύσεις, όσο το ευρώ θα είναι ισχυρό νόμισμα. Αναμφίβολα, ο τομέας του τουρισμού θα ωφεληθεί από τις επενδύσεις αυτές.

Το ευρώ θα δώσει μια ώθηση στα ταξίδια στην Ευρώπη, αλλά θα επιφέρει και μια αλλαγή στις ταξιδιωτικές προτιμήσεις. Οι ευρωπαίοι ταξιδιώτες θα ωφεληθούν από τη μετάβαση στο ευρώ. Θα εξοικονομούν περίπου 1 δισεκατομμύριο GBP ετησίως μόνο χάρη στην εξάλειψη των συναλλαγματικών εξόδων, γεγονός που ενισχύει την άποψη ότι οι τουρίστες θα είναι οι τελικοί

επωφελούμενοι. Η αυξημένη διαφάνεια και η εναρμόνιση των τιμών θα τονώσουν τον ανταγωνισμό, δημιουργώντας έτσι μεγαλύτερη εξοικονόμηση χρημάτων για τους ταξιδιώτες.

#### **1.4.1 Οι κάρτες πληρωμής.**

Τα χαρτονομίσματα και τα κέρματα σε ευρώ δεν θα κυκλοφορήσουν πριν το 2002. Εντούτοις, από τον Ιανουάριο του 1999, θα είναι δυνατό να διεξάγονται συναλλαγές σε ευρώ με τραπεζική κάρτα. Επομένως, οι κάρτες πληρωμής θα αποτελέσουν ένα εξαιρετικό εργαλείο για τη βαθμιαία προσαρμογή των πελατών στο ενιαίο νόμισμα και την εξοικείωση των καταναλωτών με το ευρώ πριν από την πραγματική θέση σε κυκλοφορία του νέου νομίσματος.

Οι κάτοχοι κάρτας θα συνηθίσουν το ευρώ με διαφορετικούς τρόπους:

- πληρώνοντας αγαθά και υπηρεσίες σε ορισμένους λιανοπωλητές,
- με τις αποδείξεις που τυπώνουν τα τερματικά για κάρτες και
- με τα δελτία κίνησης του λογαριασμού τους.

Οι κάτοχοι κάρτας που επιθυμούν ήδη να εξοικειωθούν με το νέο νόμισμα μπορούν να ζητήσουν από την τράπεζα τους να μετατραπεί ο λογαριασμός τους σε ευρώ. Στα δελτία κίνησης λογαριασμού, οι διασυννοριακές καταβολές εντός της ζώνης ευρώ θα αναφέρονται σε ευρώ, χωρίς μετατροπή στο νόμισμα τιμολόγησης. Τα περιοδικά δελτία κίνησης λογαριασμού των κατόχων κάρτας θα αναφέρουν επίσης το αντίτιμο σε ευρώ.

## **A. Οι κάρτες πληρωμής θα διευκολύνουν τη μετάβαση στο ευρώ.**

Η μεταβατική περίοδος (1999 – 2002) και η περίοδος οριστικής μετάβασης στο ευρώ (Ιανουάριο – Ιούλιο 2002) αποτελούν μοναδική ευκαιρία για την προώθηση της χρήσης των καρτών πληρωμής και για την αύξηση του όγκου των συναλλαγών προς όφελος των τραπεζών, των εμπόρων και των καταναλωτών.

- Πρέπει να εξηγηθεί στους καταναλωτές ότι οι κάρτες πληρωμής θα τους επιτρέπουν να χρησιμοποιούν το ευρώ και ότι το ποσό θα χρεώνεται στο λογαριασμό τους σε ευρώ, πριν βρεθούν αντιμέτωποι με όλα τα πρακτικά προβλήματα που συνδέονται με τη χρήση νέων χαρτονομισμάτων και κερμάτων. Εάν οι κάτοχοι κάρτας επιλέξουν το ευρώ ήδη από το 1999, θα συνηθίσουν το νέο νόμισμα και θα ευαισθητοποιηθούν προοδευτικά στις τιμές σε ευρώ.
- Οι έμποροι θα μπορούν να καθορίζουν τις τιμές τους και να πληρώνονται σε ευρώ, έχοντας έτσι τη δυνατότητα να τοποθετηθούν σε σχέση με τους κυριότερους ανταγωνιστές τους σε μια αγορά η οποία θα ευνοεί τη διαφάνεια των τιμών.
- Η μεταβατική περίοδος θα επιτρέψει στις τράπεζες να προωθήσουν τη χρήση των καρτών πληρωμής για τις λιανικές αγορές σε ευρώ (ανεξάρτητα από το εάν πρόκειται για πιστωτικές κάρτες, χρεωστικές κάρτες ή προπληρωμένες κάρτες).

Η καθιέρωση μιας μακράς μεταβατικής περιόδου αποσκοπούσε μεταξύ άλλων στη δημιουργία σημαντικού αριθμού συναλλαγών σε ευρώ και στη γενική αποδοχή του ευρώ πριν από τη θέση σε κυκλοφορία των κερμάτων και των χαρτονομισμάτων. Ενώ κατά πάσα πιθανότητα οι χρηματοπιστωτικές συναλλαγές σε επίπεδο χονδρικού εμπορίου θα διεξάγονται σε ευρώ, η κατάσταση είναι πιο ασαφής όσον αφορά το λιανικό εμπόριο.

Οι κάρτες πληρωμής θα διευκολύνουν επίσης την οριστική μετάβαση στο ευρώ, η οποία θα πραγματοποιηθεί από τον Ιανουάριο έως τον Ιούνιο του 2002. Κατά τις πρώτες εβδομάδες της περιόδου οριστικής μετάβασης στο ευρώ, θα προκύψουν προβλήματα εάν ορισμένοι καταναλωτές θελήσουν να πραγματοποιούν τις πληρωμές τους σε εθνική νομισματική μονάδα και οι λιανοπωλητές τους επιστέφουν τα ρέστα σε ευρώ ή αντιστρόφως.

Εξάλλου, η διαφάνεια των τιμών θα καταστεί αναπόφευκτη, καθώς οι τράπεζες τείνουν να αντιγράφουν ξεχωριστά το κόστος συναλλαγής στα δελτία κίνησης λογαριασμού των κατόχων κάρτας.

Η ευρεία χρήση καρτών – ιδίως για τα μικρά ποσά που καταβάλλονται κυρίως με ηλεκτρονικό πορτοφόλι – θα συμβάλει στην αποφυγή αυτών των πρακτικών προβλημάτων. Από την άποψη του λιανοπωλητή και του καταναλωτή, η διαδικασία για τις πληρωμές με κάρτα γίνεται με τον ίδιο τρόπο ανεξαρτήτως νομίσματος. Όσο περισσότερο αποφευχθεί η χρήση των μετρητών και αντικατασταθούν με ηλεκτρονικές πληρωμές, τόσο θα διευκολυνθεί η υλική μετάβαση στο ευρώ.



Η ταυτόχρονη χρήση δυο νομισμάτων σε επίπεδο του λιανικού εμπορίου θα αποτελέσει βαρύ έργο τόσο για τους λιανοπωλητές όσο και για τις τράπεζες που θα αγοράζουν συνάλλαγμα. Τα συστήματα αγοράς συχνά σχεδιάζονται με βάση ένα μόνο «βασικό νόμισμα». Επομένως, τα εσωτερικά δίκτυα επεξεργασία θα πρέπει να αναβαθμιστούν κατά τρόπο ώστε να ανιχνεύουν εάν το νόμισμα της συναλλαγής είναι το ευρώ ή το εθνικό νόμισμα. Για το λόγο αυτό τα περισσότερα εσωτερικά δίκτυα επεξεργασίας τροποποιούνται έτσι ώστε να αναφέρουν το νόμισμα στο μήνυμα περιγραφής της συναλλαγής.

## **B. Η μεγαλύτερη διαφάνεια των τιμών στα δελτία κίνησης του λογαριασμού των κατόχων κάρτας.**

Δεδομένου ότι οι συναλλαγματικές ισοτιμίες μεταξύ των 11 συμμετεχουσών χωρών θα είναι αμετάβλητες, θα αυξηθεί η διαφάνεια των τιμών που εμφανίζονται στα δελτία κίνησης λογαριασμού των κατόχων κάρτας.

Όσον αφορά τις συναλλαγές εντός της ζώνης ευρώ (ο κάτοχος και ο έμπορος είναι και οι δυο εγκατεστημένοι στη ζώνη του ευρώ), τα δελτία κίνησης λογαριασμού του κατόχου κάρτας θα πρέπει να αναγράφουν ξεχωριστά τη σταθερή ισοτιμία (σύνθετη συναλλαγματική ισοτιμία ή τιμή σε σχέση με το ευρώ) από τα λοιπά έξοδα τα οποία ενδέχεται να χρεώνει η τράπεζα για να επεξεργαστεί τη συναλλαγή.

## **Γ. Σενάρια για τη μετάβαση στο ευρώ των σημείων πώλησης κατά τη μεταβατική περίοδο.**

Στο επίπεδο των βιομηχανιών, καταρτίστηκαν τρία πιθανά όσον αφορά τα σημεία πώλησης κατά τη μεταβατική περίοδο. Οι έμποροι/αγοραστές μπορούν να επιλέξουν ελεύθερα οποιοδήποτε από τα τρία σενάρια. Οι έμποροι μπορούν να περάσουν από το ένα σενάριο στο άλλο ανά πάσα στιγμή κατά τη μεταβατική περίοδο.

Η επιλογή ενός συγκεκριμένου σεναρίου καθορίζεται από διάφορους παράγοντες:

- προτίμηση του καταναλωτή,
- τεχνική ικανότητα του εξοπλισμού του σημείου πώλησης και
- συστήματα του αγοραστή (για παράδειγμα, ικανότητα αγοράς δυο νομισμάτων παράλληλα)

Σε ορισμένες χώρες, οι εθνικοί οργανισμοί μπορούν να συνιστούν μια συγκεκριμένη μέθοδο εφαρμογής και λειτουργίας.

### **Σενάριο 1: ένα μόνο νόμισμα.**

Σε σενάριο αυτό, το συγκεκριμένο τερματικό του σημείου πώλησης μπορεί να δεχθεί ένα μόνο νόμισμα τη φορά. Η συναλλαγή περιλαμβάνει ένα μόνο νόμισμα (εθνική νομισματική μονάδα ή ευρώ), ανάλογα με τη διάταξη του τερματικού που δέχεται την κάρτα πληρωμής. Ο κάτοχος της κάρτας δεν έχει δυνατότητα επιλογής του νομίσματος. Στο παρόν σενάριο, η απόδειξη που εκδίδεται για την πώληση θα αναφέρει ένα μόνο νόμισμα.

Το σενάριο αυτό αφορά ορισμένα υφιστάμενα τερματικά σημείων πώλησης των οποίων η βραχυπρόθεσμη αναβάθμιση θα ήταν υπερβολικά δαπανηρή. Προκειμένου να αποφευχθεί η σύγχυση μεταξύ δύο νομισμάτων και τυχόν αμφισβήτηση εκ μέρους του κατόχου της κάρτας, συνιστάται το νόμισμα της συναλλαγής να τυπώνεται ευδιάκριτα στην απόδειξη.



Σενάριο 2: ένα μόνο νόμισμα με ενδεικτική συναλλαγματική ισοτιμία.

Στο παρόν σενάριο, το τερματικό λειτουργεί με ένα μόνο νόμισμα (όπως στο σενάριο 1). Ωστόσο, το αντίτιμο σε ευρώ (εάν το τερματικό λειτουργεί με την εθνική νομισματική μονάδα) ή στην εθνική νομισματική μονάδα (εάν το τερματικό λειτουργεί με ευρώ) δίνεται στον κάτοχο της κάρτας εντελώς ενδεικτικά.

Το αντίτιμο (σε ευρώ ή στην εθνική νομισματική μονάδα) που εμφανίζεται στην απόδειξη που εκδίδει ο έμπορος καθώς και στην απόδειξη που τυπώνεται από το τερματικό του σημείου πώλησης (ηλεκτρονικά ή χειροκίνητα) πρέπει να αναφέρεται δίπλα στο σύνολο (κατ' αντιδιαστολή προς το επίπεδο ειδών) και κατά προτίμηση να τυπώνεται στο κάτω μέρος της απόδειξης (κάτω από το διάστημα για την υπογραφή, έτσι ώστε να διακρίνεται σαφώς το νόμισμα της συναλλαγής).

Σενάριο 3: ικανότητα του τερματικού να διαχειρίζεται δυο νομίσματα ταυτόχρονα.

Στο τρίο και πιο ευέλικτο σενάριο, ο κάτοχος της κάρτας έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει τη συναλλαγή σε ευρώ ή στην εθνική νομισματική μονάδα με το ίδιο νόμισμα. Το σενάριο πώλησης. Συνεπώς, ο κάτοχος της κάρτας μπορεί να επιλέξει τα νόμισμα. Το σενάριο αυτό μπορεί να συνδυαστεί με το σενάριο 2, εφόσον το αντίτιμο σε ευρώ ή στην εθνική νομισματική μονάδα μπορεί να αναφερθεί στην απόδειξη. Προβλέπεται ότι οι έμποροι του τομέα των ταξιδιών και των δραστηριοτήτων ψυχαγωγίας θα είναι οι πρώτοι που θα χρησιμοποιήσουν τα τερματικό δυο νομισμάτων.

Τα παραδοσιακά χάρτινα μέσα πληρωμής.

Τα χάρτινα μέσα πληρωμής μπορούν να εισαχθούν σε καθένα από τα παραπάνω σενάρια. Το σενάριο 2 ευνοεί λιγότερο τα χάρτινα μέσα πληρωμής καθώς υπάρχει πολύ μεγαλύτερος κίνδυνος ανθρώπινου λάθους. Πολλές χώρες προτιμούν την ιδέα της έκδοσης μέσων πληρωμής διαφορετικού σώματος για τις «χάρτινες» συναλλαγές σε ευρώ. Προβλέπεται η προεκτύπωση ενός κωδικού νομίσματος στις τραπεζικές επιταγές.

**Δ. Η προθυμία των λιανοπωλητών να υιοθετήσουν το ευρώ.**

Ενώ σε λιγότερο από τέσσερις μήνες θα εισαχθεί το ευρώ, δεν είναι ακόμη σαφές εάν οι λιανοπωλητές θα είναι διατεθειμένοι να δεχθούν τις συναλλαγές σε ευρώ κατά τη μεταβατική περίοδο. Θα εκμεταλλευτούν τη μεταβατική περίοδο για να αναβαθμίσουν

τα τερματικά τους ή θα αποφασίσουν οι περισσότεροι να αλλάξουν το σύστημα τους προ τα τέλη του 2001;

Η κατάσταση ποικίλλει από χώρα σε χώρα. Στις περισσότερες χώρες (Βέλγιο, Γερμανία, Ιρλανδία, Ισπανία, κ.λπ.), οι τράπεζες εκτιμούν ότι ορισμένοι τομείς του λιανικού εμπορίου θα θελήσουν να υιοθετήσουν νωρίτερα το ευρώ ως νόμισμα συναλλαγών για τις πληρωμές με κάρτα. Προβλέπουν μια ταχεία μετάβαση στο ευρώ για λόγους ανταγωνιστικότητας και προς αποφυγή της απότομης αλλαγής ("big bang") στο τέλος του 2001.

Πολύ δύσκολα μπορεί να προβλεφθεί η ταχύτητα της μετάβασης στο ευρώ στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Ένας καθοριστικός παράγοντας θα είναι η στάση που θα υιοθετήσουν οι μεγάλοι λιανοπωλητές και οι καταναλωτές. Παραδείγματος χάριν, οι καταναλωτές που λαμβάνουν τις αποδοχές τους σε ευρώ θα θελήσουν να ξοδέψουν τα χρήματά τους στο νόμισμα αυτό. Εκτιμάται ότι η πλειονότητα των εμπόρων δεν θα υιοθετήσουν το ευρώ πριν από το 2001. Απεναντίας, αναμένεται να υιοθετήσουν το ευρώ πριν από το 2002 οι που είναι εγκατεστημένοι σε παραμεθόριες ζώνες και σε αερολιμένες καθώς και οι έμποροι των μεγάλων διεθνών εμπορικών τομέων όπως τα ξενοδοχεία, οι ενοικιαστές αυτοκινήτων, οι εταιρείες πωλήσεων δι' αλληλογραφίας και μέσω τηλεφώνου, το ηλεκτρονικό εμπόριο, κ.λπ. Η βιομηχανία του τουρισμού θα συγκαταλέγεται στους πρώτους που θα αναγράφουν τις τιμές τους σε ευρώ και θα δέχονται τις πληρωμές στο νόμισμα αυτό.

Εξάλλου, εκτιμάται ότι η εισαγωγή του ευρώ θα παροτρύνει τους εμπόρους να πραγματοποιούν περισσότερες συναλλαγές σε

απευθείας σύνδεση (on line). Η τάση αυτή θα αυξηθεί με την άφιξη των έξυπνων καρτών.

Η συμφωνία για τη χρήση μιας επίσημης ετικέτας σε ευρώ, η οποία συνάφθηκε πρόσφατα μεταξύ των εκπροσώπων του λιανικού εμπορίου και των οργανώσεων καταναλωτών, ενδέχεται να ενθαρρύνει τους λιανοπωλητές να αναβαθμίσουν το σύστημα του σημείου πώλησης τους σχετικά σύντομα κατά τη μεταβατική περίοδο. Η ετικέτα θα διακρίνεται ουσ λιανοπωλητές που απλώς τηρούν τα ελάχιστα πρότυπα ορθής πρακτικής ως προς το ευρώ από τους λιανοπωλητές που δέχονται επίσης πληρωμές σε ευρώ.

Η εν λόγω ετικέτα θα δείχνει εάν ο λιανοπωλητής πληροί τις εξής προϋποθέσεις:

- διπλή αναγραφή των τιμών στις διάφορες κατηγορίες προϊόντων,
- σωστή χρήση των συναλλαγματικών ισοτιμιών και του κανόνα της στρογγυλοποίησης, μη επιβολή πρόσθετων εξόδων σε περίπτωση πληρωμής σε ευρώ,
- κατάρτιση του προσωπικού σε σχέση με το ευρώ και
- αποδοχή πληρωμών σε ευρώ με κάρτα ή επιταγή.

Οι κάρτες πληρωμής μπορούν να διευκολύνουν σε σημαντικό βαθμό τη μετάβαση στο ευρώ. Εναπόκειται πλέον στις τράπεζες και στους λιανοπωλητές να προβούν σε ορισμένες τεχνικές αλλαγές στην υφιστάμενη υποδομή τους και να ενημερώσουν το ευρύ κοινό σχετικά με τη δυνατότητα να πραγματοποιούνται οι πληρωμές σε ευρώ ήδη από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999.

### **1.4.2 Η εσωτερική εξέλιξη του τραπεζικού τομέα για να επιτραπεί στους πελάτες να χρησιμοποιούν το ευρώ.**

Οι τράπεζες διαδραματίζουν πρωταρχικό ρόλο στην εισαγωγή του ευρώ. Η Generale de Banque δημιούργησε μια Ειδική Μονάδα για το Ενιαίο Νόμισμα, η οποία πρέπει να συμβάλει στην καθιέρωση του νέου νομίσματος στο Βέλγιο. Η δομή της εν λόγω ομάδας εγκρίθηκε επίσημα από τη γενική διεύθυνση της τράπεζας. Αποστολή της ειδικής μονάδας είναι να μελετήσει τις νομικές, δημοσιονομικές, λειτουργικές και τεχνικές επιπτώσεις της καθιέρωσης του ευρώ. Δόθηκε δε ιδιαίτερη προσοχή στην κατάρτιση, που περιλαμβάνει τόσο την εσωτερική κατάρτιση του προσωπικού όσο και την παροχή πληροφόρησης στους πελάτες.

#### **Εσωτερική κατάρτιση**

Η αποτελεσματική πώληση του ενιαίου νομίσματος ξεκινά από την κατάρτιση του εσωτερικού προσωπικού όσον αφορά τις ποικίλες πτυχές της μετάβασης στο ευρώ. Στο υλικό κατάρτιστης περιλαμβάνονται:

- μαθήματα, βιντεοταινίες, ερωτήσεις – απαντήσεις σε ηλεκτρονική μορφή
- η δημιουργία μιας ομάδας ειδικών του ευρώ.

#### **Εξωτερική κατάρτιση**

Οι τράπεζες θεωρούν την εισαγωγή του ευρώ μοναδική εμπορική ευκαιρία, η οποία τους επιτρέπει να προσεγγίσουν παλαιούς καθώς και νέους πελάτες (για παράδειγμα, αγοραστές,

δικηγόρους και διαχειριστές συστημάτων τεχνολογίας των πληροφοριών) με διάφορους τρόπους:

- διοργάνωση περιοδειών παρουσίασης με εμπειρίες εταιρειών
- συνέδρια από ειδικούς του ευρώ
- φόρουμ για την ανταλλαγή απόψεων από τους πελάτες γύρω από το ευρώ
- ερωτήσεις και απαντήσεις σε ηλεκτρονική μορφή στο διαδίκτυο
- ανταλλαγή απόψεων με τη ΓΔ 10
- παροχή εγγυήσεων σε ευρώ.

Οι τράπεζες επίσης εξέτασαν το κόστος που σχετίζεται με την εξωτερική κατάρτιση για να αξιολογήσουν το πως θα επηρεαστούν τα αποτελέσματα.

### Προϊόντα σε ευρώ

Η Generale de Banque επανεξετάζει επί του παρόντος τα χρηματοπιστωτικά προϊόντα της με σκοπό να τα καταστήσει συμβατά με το ευρώ στη βελγική αγορά. Η ενέργεια αυτή περιλαμβάνει τη μελέτη των εξής σημείων:

<b>Επικέντρωση στους πελάτες:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- επιταγές,</li> <li>- κάρτες πληρωμής,</li> <li>- τραπεζικά εμβάσματα,</li> <li>- G phone (στο Βέλγιο μόνο),</li> <li>- Μετρητά (2002).</li> </ul>
<b>Ταξιδιωτικά πρακτορεία:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εθνικά εμβάσματα,</li> <li>- G – professional.</li> </ul>
<b>Επιχειρήσεις οργανωμένων περιηγήσεων:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- διεθνή εμβάσματα,</li> <li>- συναλλαγματικές πράξεις (εκτός της ζώνης ευρώ),</li> <li>- ISABEL.</li> </ul>
<b>Συναλλαγές Forex:</b>	Επεξεργασία των συναλλαγών σε νόμισμα πλην του ευρώ.



## **Συστάσεις**

Η Generale de Banque συνιστά στις τράπεζες να ξεκινήσουν εγκαίρως την αναθεώρηση της στρατηγικής τους απέναντι στο ευρώ. Η αναθεώρηση αυτή καλύπτει την επένδυση στην κατάρτιση και την επικοινωνία, τόσο σε εσωτερικό όσο και σε εξωτερικό επίπεδο, αλλά και την επιλογή της κατάλληλης στιγμής. Η Generale de Banque παραδέχεται ότι η στρατηγική αυτή συνεπάγεται έξοδα, αλλά επιβεβαιώνει ότι η καθιέρωση του ευρώ αποτελεί πηγή νέων ευκαιριών.



### **1.4.3 Ο ρόλος του δημόσιου τομέα – Περιπτωσιολογική μελέτη στην Πορτογαλία.**

#### **Προκαταρκτικές πληροφορίες**

Το 1996, ο τουρισμός αντιστοιχούσε στο 8% του ΑΕγχΠ, στο 6% της αγοράς εργασίας και σε περίπου 10 εκατομμύρια τουριστικές αφίξεις. Τα τελευταία έτη, ο αριθμός διανυκτερεύσεων

αυξανόταν συνεχώς, ανερχόμενος σε άνω των 28 εκατομμυρίων το 1996. Οι κυριότεροι τουριστικοί προορισμοί είναι η Algarve, η ακτή της Λισσαβόνας και η Μαδέρα. Σύμφωνα με τις προβλέψεις, μέχρι το 2005, αναμένεται αύξηση κατά 61% των επενδύσεων στον τομέα αυτό, κατά 48% του ακαθάριστου προϊόντος και κατά 8% του αριθμού θέσεων απασχόλησης που θα δημιουργηθούν από τη βιομηχανία αυτή. Όσον αφορά την τουριστική βιομηχανία στο σύνολο της, ο ιδιωτικός τομέας αντιπροσωπεύει περίπου το 97% της παραγωγής, ενώ οι ΜΜΕ απαρτίζουν το 95% περίπου του εν λόγω τομέα. Οι σημαντικότεροι παράγοντες είναι κυρίως πορτογάλοι και αναπτύσσουν εγχώριες δραστηριότητες.

### **Τα ευρώ και ο δημόσιος τομέας.**

Σε επίπεδο του δημοσίου τομέα, το υπουργείο Εθνικής Οικονομίας ασχολήθηκε με τα μακροοικονομικά ζητήματα, ενώ το υπουργείο Οικονομικών εξέτασε τα μικροοικονομικά ζητήματα. Το πρώτο υπουργείο μελετά κυρίως τους μεγάλους οικονομικούς ομίλους και το δεύτερο τις ΜΜΕ και τη στρατηγική τους για τη μετάβαση στο ευρώ. Οι κυριότερες δράσεις που έχουν αναληφθεί από την επιτροπή για το ευρώ του υπουργείου Οικονομικών είναι οι εξής:

- Σεμινάρια και παρουσιάσεις με στόχο τις επιχειρήσεις σε ολόκληρη τη χώρα
- Γενική εκστρατεία ευαισθητοποίησης των καταναλωτών
- Δημοσίευση και διάδοση ενός τριμηνιαίου ενημερωτικού δελτίου
- Ιστοσελίδα στο διαδίκτυο και καθημερινή ενημέρωση των πληροφοριών σε απευθείας σύνδεση.

## **Μελέτη: ο αντίκτυπος του ευρώ στις εταιρείες της τουριστικής βιομηχανίας.**

Το υπουργείο Οικονομικών ανέθεσε στην Deloitte & Touche Consulting Group τη διεξαγωγή μελέτης για τον αντίκτυπο του ευρώ στις εταιρείες της τουριστικής βιομηχανίας. Κύριος σκοπός της μελέτης είναι να προσδιοριστούν οι επιπτώσεις της μετάβασης στο ευρώ στις επιχειρήσεις της τουριστικής βιομηχανίας στην Πορτογαλία. Η εν λόγω μελέτη βασίζεται σε μια ανάλυση κόστους – οφέλους βραχυπρόθεσμα και μεσοπρόθεσμα και εξετάζει τις προοπτικές και τις στρατηγικές προκλήσεις που συνεπάγεται το ευρώ.

Το εύρος της μελέτης επιβάλλει τη χρήση διαφόρων μεθοδολογιών, δηλαδή:

- Μια μελέτη για τις προϋπάρχουσες εκθέσεις και έρευνες
- Έρευνες σε όλα τα ξενοδοχεία, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία, τις επιχειρήσεις οργανωμένων περιηγήσεων και τις επαγγελματικές ενώσεις
- Προσωπικές συνεντεύξεις με τους διαμορφωτές κοινής γνώμης
- Τηλεφωνικές συνεντεύξεις με τις κυριότερες διεθνείς επιχειρήσεις οργανωμένων περιηγήσεων στην Πορτογαλία
- Δημιουργία ομάδων διαβούλευσης οι οποίες αποτελούνται από «άτομα – κλειδιά» ως προς τη λήψη αποφάσεων των τομέων – στόχων.

## **Προκαταρκτικά συμπεράσματα.**

### **Γενικές παρατηρήσεις.**

Στην Πορτογαλία, ο τουρισμός θα είναι ένας από τους πρώτους τομείς που θα υιοθετήσει το ευρώ λόγω του υψηλού αριθμού διεθνών συναλλαγών που λαμβάνει χώρα στον τομέα αυτό και της εξάρτησης του από τις ευρωπαϊκές αγορές προέλευσης των τουριστών.

Οι ερωτηθείσες πορτογαλικές εταιρείες άρχισαν να μελετούν πρόσφατα μόνο τη μετάβαση στο ευρώ και είναι πολύ νωρίς για να συναχθούν συμπεράσματα σχετικά με τις σημερινές στρατηγικές των επιχειρήσεων. Εντούτοις, καθίσταται προφανές ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις που έχουν συχνές διεθνείς επαφές προετοιμάζονται ταχύτερα από τις ΜΜΕ.

Υπάρχουν ουσιαστικές διαφορές μεταξύ, αφενός, των χωρών της Βόρειας Ευρώπης όπου ο τομέας των ενώσεων και σωματείων ασκεί σημαντική επιρροή και παρασκηνιακή πίεση και αφετέρου, των χωρών της Νότιας Ευρώπης όπου οι επιχειρήσεις τηρούν μια πιο παθητική στάση αναμονής απέναντι στη νομοθεσία για το ευρώ, πράγμα που θα έχει άμεσο αντίκτυπο στη μετάβαση στο νέο νόμισμα.

### **Λειτουργικά ζητήματα**

Οι επιχειρήσεις βλέπουν ορισμένα πλεονεκτήματα στο ευρώ κυρίως:

- Εξάλειψη του κόστους των διεθνών συναλλαγών
- Αναγκαιότητα κάλυψης των συναλλαγματικών κινδύνων
- Απλοποίηση των διαδικασιών

Η οριστική μετάβαση στο ευρώ θα επιφέρει αναπόφευκτα βραχυπρόθεσμα έξοδα, τα οποία όμως, κατά πάσα πιθανότητα, θα είναι χαμηλότερα από τα μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα δυνητικά οφέλη. Η σημασία των ΜΜΕ που εργάζονται με μειωμένα περιθώρια κέρδους σε έναν έντονα ανταγωνιστικό τομέα ενδέχεται να παρεμποδίσει την απορρόφηση του κόστους και να προκαλέσει μια αύξηση των τιμών για τον καταναλωτή.

Συνιστάται η λήψη μέτρων για τη μείωση του κόστους:

- να προτιμηθεί μια απότομη από μια σταδιακή μετάβαση,
- να μειωθεί/εξαλειφθεί η περίοδος συνύπαρξης δυο νομισμάτων και
- να καταργηθεί το σύστημα διπλής αναγραφής των τιμών.

Τα μέτρα αυτά θα μετριάσουν τις διαταραχές και θα διασφαλίσουν την κάλυψη των βραχυπρόθεσμων επενδύσεων. Με την άφιξη του ευρώ, ο καθένας συμφωνεί ότι είναι αναγκαίο να αναδιαρθρωθεί εντελώς και να εναρμονιστεί η ευρωπαϊκή φορολογική πολιτική, κυρίως όσον αφορά το ΦΠΑ και το φόρο επί των εταιρειών.

### Στρατηγικά ζητήματα

Η μεγάλη πλειονότητα των επιχειρήσεων δεν έχει ακόμη αναλύσει τις στρατηγικές επιπτώσεις του ευρώ στις δραστηριότητες της:

- επίδραση στη χρηματοδότηση,
- τον ανταγωνισμό,
- την πολιτική καθορισμού των τιμών,
- τη διαμονή και
- τις στρατηγικές εταιρικές σχέσεις.

Όπως συμβαίνει για τις εταιρείες της Νότιας Ευρώπης, στην πραγματικότητα, η μετάβαση στο ευρώ στον τομέα του τουρισμού θα είναι σταδιακή και αργή για τις περισσότερες επιχειρήσεις: οι ΜΜΕ δεν θα διαδραματίσουν πρωτοποριακό ρόλο, προτιμώντας να περιμένουν τις αντιδράσεις και τις στρατηγικές επιλογής των κυριότερων παραγόντων, δηλαδή των μεγάλων επιχειρήσεων οργανωμένων περιηγήσεων και αεροπορικών εταιρειών.

Οι επιχειρήσεις οργανωμένων περιηγήσεων της Βόρειας Ευρώπης έχουν προβλέψει ένα σενάριο απότομης μετάβασης για το χειμώνα του 2001/2002. Η στρατηγική των αντίστοιχων επιχειρήσεων των λατινικών αγορών είναι πιο συγκεχυμένη και ορισμένες αναγγέλλουν ένα σύστημα διπλής αναγραφής των τιμών για το 1999.

### **Ο ρόλος των χωρών εκτός ζώνης ευρώ.**

Οι δημόσιοι τομείς των χωρών της ζώνης ευρώ δεν είναι οι μόνοι που πρέπει να προετοιμάσουν τη μετάβαση στο ευρώ. Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού κρίνει ότι οφείλει να προετοιμαστεί στην εισαγωγή του ευρώ και ο ελληνικός δημόσιος τομέας. Επιπλέον οι δημόσιοι οργανισμοί των χωρών εκτός ζώνης ευρώ πρέπει να ενημερώσουν το ευρύ κοινό σχετικά με τις αλλαγές στο εθνικό νόμισμα τους και τον αντίκτυπο για τον καθένα.



#### **1.4.4 Συντονισμός της μετάβασης στο ευρώ τον τομέα των ξενοδοχείων και των εστιατορίων.**

Η ένωση IHA – Hotelverband Deutschland αποτελείται από άνω των 750 ξενοδοχείων από τα 20.000 που υπάρχουν στην Γερμανία, αλλά αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 50% του κύκλου εργασιών της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της χώρας αυτής. Τα μέλη της είναι ξενοδοχεία αλυσίδας 2\*-5\* και ξενοδοχεία 3\*-5\* που ανήκουν σε ιδιώτες, οι περισσότεροι των οποίων έχουν σχέσεις συνεργασίας με άλλα ξενοδοχεία.

##### **Πίεση των πολυεθνικών.**

Η ένωση άρχισε να ενδιαφέρεται για το ευρώ όταν τα κεντρικά γραφεία της Siemens στο Μόναχο δημοσίευσαν το 1996 ανακοινωθέν τύπου στο οποίο αναγγελλόταν ότι η εταιρεία σκόπευε να υιοθετήσει το ευρώ ως λογιστικό νόμισμα ήδη από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999. Ως εκ τούτου, κατέστη προφανές ότι οι υπόλοιπες πολυεθνικές εταιρείες θα ακολουθήσουν και θα παρότρυναν τους προμηθευτές τους να προετοιμαστούν και να δεχθούν το ευρώ σχετικά σύντομα.

##### **Λειτουργικά ζητήματα.**

Ήταν σαφές την εποχή εκείνη ότι η στάση των πολυεθνικών θα είχε τεράστιο αντίκτυπο στην αγορά των ταξιδιών καθώς και στον ξενοδοχειακό τομέα στην Γερμανία. Ένας αυξανόμενος αριθμός των γερμανών ταξιδιωτών για επαγγελματικούς λόγους καθώς και των διεθνών ταξιδιωτών θα ζητούσε την τιμολόγηση και πληρωμή των ξενοδοχειακών υπηρεσιών σε ευρώ, αφού οι επιχειρήσεις τους θα είχαν υιοθετήσει το ευρώ για τα λογιστικά τους.

Για ένα ξενοδοχείο, το πρώτο στάδιο δεν συνιστάται κατ' ανάγκη στο να τροποποιήσει τα λογιστικά του για να τα ευθυγραμμίσει με το ευρώ, δεδομένου ότι η πλειονότητα των αγορών πραγματοποιείται συνήθως σε περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο. Εντούτοις κατέστη σαφές ότι η χρήση, τόσο από τον υπάλληλο υποδοχής όσο και από τις διοικητικές υπηρεσίες, ενός εξοπλισμού ικανού να εκδίδει τιμολόγια σε δυο ή περισσότερα νομίσματα θα διευκόλυνε τη μετάβαση στο ευρώ.

Η ένωση διέδωσε τότε πληροφορίες σχετικά με τις εξελίξεις αυτές απευθείας στους ιθύνοντες των οργανώσεων μελών για να τους ευαισθητοποιήσει. Η ένωση κλήθηκε να συγκροτήσει μια ομάδα εργασίας για το ευρώ, απαρτιζόμενη από ειδικούς των διαφόρων ενδιαφερομένων αλυσίδων ξενοδοχείων, προμηθευτές όπως την Arthur Anderson, τη Micros Fidelio (μια εταιρεία πρώτου μεγέθους σε παγκόσμια κλίμακα στα συστήματα διαχείρισης αγαθών στον τομέα των ξενοδοχείων και των εστιατορίων) καθώς και παράγοντες του χρηματοπιστωτικού τομέα όπως τράπεζες και εταιρείες συστημάτων πληρωμής με κάρτα.

### **Στρατηγική μάρκετινγκ.**

Στην Γερμανία, η ξενοδοχειακή βιομηχανία υιοθέτησε μια επιθετική στρατηγική μάρκετινγκ: Πράγματι, πρόσφατες μελέτες που διενεργήθηκαν από την Arthur Anderson έδειξαν ότι στη Γερμανία ο ξενοδοχειακός τομέας σημειώνει μια από τις καλύτερες σχέσεις κόστους – οφέλους για τους ευρωπαίους πελάτες λόγω των χαμηλών τιμών και του αυξανόμενου αριθμού κλινών. Η Γερμανία σημειώνει επίσης τη χαμηλότερη αναλογία



αλλοδαπών/ημεδαπών από πλευράς διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία.

Εκτός από τα λειτουργικά και τεχνικά ζητήματα της μετάβασης στο ευρώ, η ένωση χρειάστηκε να επιστήσει την προσοχή των μελών της στο γεγονός ότι η διαφάνεια των τιμών σε ευρώ αποτελούσε μια ευκαιρία να προσελκύσουν αλλοδαπούς τουρίστες στην Γερμανία.

### **Προπαρασκευαστικά μέτρα.**

Η ένωση συγκέντρωση ευρύτατες πληροφορίες προκειμένου να προετοιμάσει τα ξενοδοχεία μέλη της όσο το δυνατόν καλύτερα.

Εξετάστηκαν ορισμένα από τα εξής ζητήματα:

Πολιτική του ξενοδοχείου:	Ανάπτυξη επιμέρους στρατηγικής για το κάθε ξενοδοχείο εν όψει της μετάβασης στο ευρώ.
Μάρκετινγκ:	Πως θα ανταποκριθεί στη ζήτηση της διπλής αναγραφής των τιμών ο τομέας της διανομής; Θα ληφθούν εθνικές ή ευρωπαϊκές κανονιστικές διατάξεις όσον αφορά τη διπλή αναγραφή των τιμών; Στην περίπτωση αυτή, ποιες υποχρεώσεις θα πρέπει να εκπληρώνει ο ξενοδοχειακός τομέας;
Τρόποι πληρωμής:	Τα μέλη πρέπει να ανοίξουν τραπεζικούς λογαριασμούς σε ευρώ; Πως πρέπει να γίνεται η διαχείριση των τραπεζικών εμβασμάτων σε DEM ή σε ευρώ; Πως θα προετοιμάζονται οι τράπεζες για το ευρώ; Πως θα προετοιμάζονται οι εταιρείες πληρωμής με κάρτα για το ευρώ; Ποια διαδικασία πρέπει να ακολουθηθεί σε περίπτωση πληρωμής με κάρτα σε ευρώ; Χρειάζεται ο ξενοδόχος δυο τερματικά ή μπορεί να εγκαταστήσει ένα πολυνομισματικό τερματικό;
Λογιστικά:	Ποιους κανόνες πρέπει να ακολουθούν ο

	<p>υπάλληλος υποδοχής και οι διοικητικές υπηρεσίες;</p> <p>Πότε θα πρέπει να προσαρμοστούν τα λογιστικά στο ευρώ;</p> <p>Ποια θα είναι η στρατηγική σημασία της προσαρμογής αυτής;</p>
Τιμολόγιο για τον πελάτη:	<p>Ποιες θα είναι οι απαιτήσεις των πελατών όσον αφορά την τιμολόγηση σε ευρώ;</p> <p>Θα αρκεί η αναφορά των συνόλων σε ευρώ ή θα ζητούν οι πελάτες τα λεπτομερή στοιχεία των τιμών τόσο σε ευρώ όσο και στην εθνική νομισματική μονάδα;</p>

Έχει γίνει αποδεκτό ότι ο αντίκτυπος στην ξενοδοχειακή βιομηχανία θα είναι σημαντικότερος απ' ό,τι προβλεπόταν. Εξάλλου, ήταν ανησυχητικό το ότι οι ερωτώμενοι δεν θεωρούσαν το ευρώ στρατηγικό ζήτημα συνοδευόμενο από ένα καθορισμένο χρονοδιάγραμμα.

### **Ομάδα εργασίας.**

Η ομάδα εργασίας, από κοινού με την ένωση, βοήθησε όλους τους προμηθευτές να προσδιορίσουν τις ανάγκες τους και να αναπτύξουν τις μεθόδους που θα επιτρέψουν για ομαλή μετάβαση στο ευρώ. Ένας οδηγός 180 σελίδων με τίτλο «Τα ξενοδοχεία και το ευρώ» καταρτίστηκε με βάση πληροφορίες από διάφορες πηγές. Ο εν λόγω οδηγός συντάχθηκε από την ομάδα εργασίας καθώς και από περιφερειακούς φορείς και υποκαταστήματα που εμπνεύστηκαν από απαντήσεις σε ερωτήσεις παρόμοιες με τις προαναφερόμενες.

Δεδομένου ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες της ομάδας εργασίας ήταν ειδικοί της ξενοδοχειακής βιομηχανίας, ήταν σε θέση να διαδώσουν τις πληροφορίες για το ευρώ στις εταιρείες τους. Το

επίπεδο προετοιμασίας της ξενοδοχειακής βιομηχανίας είναι λοιπόν υψηλότερο από εκείνο των ιδιωτικών ξενοδοχείων. Προκειμένου να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση και να βελτιωθεί η προετοιμασία των ιδιωτικών ξενοδοχείων, διοργανώθηκαν 36 σεμινάρια για τους ιδιώτες ξενοδόχους σε 18 πόλεις της Γερμανίας. Τα σεμινάρια αυτά επέτρεψαν στην ένωση να απαντήσει σε ερωτήματα και να χαράξει μια στρατηγική για τη μετάβαση στο ευρώ.

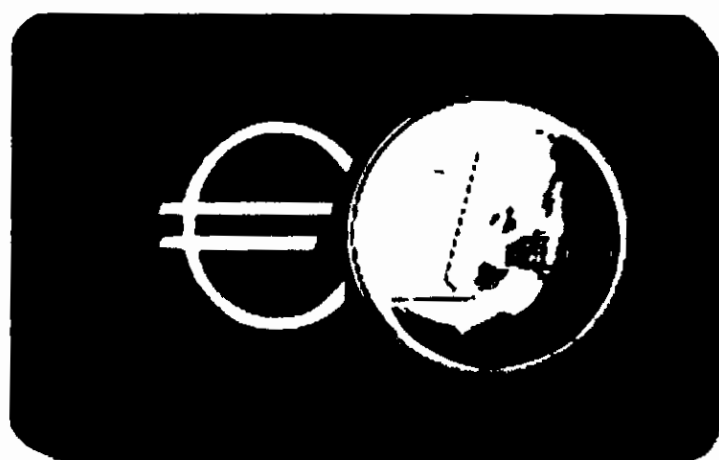
Η ένωση επίσης ενέκρινε έναν Κώδικα συμπεριφοράς για την εισαγωγή του ευρώ που συνάφθηκε μεταξύ των ευρωπαϊκών ενώσεων καταναλωτών και των ενώσεων της ευρωπαϊκής τουριστικής βιομηχανίας. Μέχρι στιγμής, 450 μέλη αποδέχθηκαν και υπέγραψαν τον Κώδικα συμπεριφοράς.

### **Περίληψη.**

Με τη δέουσα επιμέλεια, η ένωση βεβαιώθηκε ότι οι κυριότεροι προμηθευτές, που εφοδιάζουν τα ξενοδοχεία με εξοπλισμούς στον τομέα της τεχνολογίας των πληροφοριών, είναι σε θέση να παράσχουν στη γερμανική ξενοδοχειακή βιομηχανία εξοπλισμούς συμβατούς με το ευρώ. Το 80% των μελών έχει ήδη ζητήσει να εγκατασταθούν οι εξοπλισμοί αυτοί στα ξενοδοχεία του. Τοιουτοτρόπως, καθώς πλησιάζει η 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999, σχεδόν όλα τα μέλη θα είναι σε θέση να καθορίζουν τις τιμές τους σε ευρώ, να εκδίδουν στους πελάτες τιμολόγια σε ευρώ και να δέχονται πληρωμές σ' αυτό το ίδιο νόμισμα. Τα περισσότερα ξενοδοχεία θα δύνανται να διαχειρίζονται τα τιμολόγια σε ευρώ, να εκδίδουν στους πελάτες τιμολόγια σε ευρώ και να δέχονται πληρωμές σ' αυτό το ίδιο νόμισμα. Τα περισσότερα ξενοδοχεία θα δύνανται να διαχειρίζονται τα τιμολόγια τους σε ευρώ. Τα μέλη της

ένωσης εκτιμούν ότι το ευρώ αποτελεί μοναδική ευκαιρία να τονωθεί η ελκυστικότητα της Γερμανίας για τους αλλοδαπούς τουρίστες.

Ωστόσο, παραμένουν ορισμένα ερωτήματα, κυρίως οι διαφορές στη στρογγυλοποίηση, τα οποία αναμένεται όμως να επιλύσει το υπουργείο Οικονομικών μέχρι το τέλος του έτους.



## **Κεφάλαιο 2**

### **Συμπεράσματα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.**

#### **2.1 Οι εμπορικές στρατηγικές και οι στρατηγικές μάρκετινγκ σε σχέση με το ευρώ.**

Οι διάφορες παρεμβάσεις απέδειξαν ότι η μετάβαση στο ευρώ, θεωρείται πρόκληση εμπορικής στρατηγικής κυρίως από τους σημαντικούς τουριστικούς φορείς, όπως τα μεγάλα ταξιδιωτικά πρακτορεία και τις επιχειρήσεις οργανωμένων περιηγήσεων ή τους μεταφορείς, συμπεριλαμβανομένων εκείνων των χωρών του προθαλάμου.

Σε άλλους επιμέρους τομείς του τουρισμού, φαίνεται πως ορισμένοι φορείς και κυρίως οι ΜΜΕ έχουν υιοθετήσει μέχρι σήμερα περισσότερο μια στάση αναμονής, η οποία ενθαρρύνεται ενίοτε από την τοπική πολιτική του χρηματοπιστωτικού τομέα. Η στάση αυτή ενδέχεται να οφείλεται στην αντίληψη ότι το ευρώ δεν αποτελεί παρά ένα επιπλέον νόμισμα προς διαχείριση ή ότι το ενιαίο νόμισμα είναι μια αναπόφευκτη πολιτική απόφαση που συνεπάγεται νέες επιβαρύνσεις. Η κατάσταση αυτή ενδέχεται να προκαλέσει σοβαρές καθυστερήσεις στην προετοιμασία για το ευρώ και να βλάψει την ανταγωνιστικότητα του τομέα.



**CNEuro**

History of the transition process  
to the single currency

## **2.2 Όσον αφορά τη ζήτηση.**

Οι εργασίες της δεύτερης στρογγυλής τράπεζας έδειξαν ότι η ζήτηση και οι προσδοκίες σε σχέση με την εισαγωγή του ευρώ είναι ήδη σημαντικές εκ μέρους τόσο των τουριστικών – καταναλωτών, που επιθυμούν να έχουν τη δυνατότητα να πληρώνουν τουριστικά προϊόντα ή υπηρεσίες σε ευρώ από την 01/01/1999, όσο και των διαχειριστών μεγάλων λογαριασμών που ζητούν από τα ταξιδιωτικά πρακτορεία να υιοθετήσουν το ευρώ για τους σημαντικούς λογαριασμών που ζητούν από τα ταξιδιωτικά πρακτορεία να υιοθετήσουν το ευρώ για τους σημαντικούς λογαριασμούς τους επαγγελματικών ταξιδιών ήδη από την 01/01/1999.

## **2.3 Το ευρώ θα αποτελεί λοιπόν πηγή ευκαιριών ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις που θα είναι σε θέση να ανταποκριθούν σ' αυτή την πρώιμη ζήτηση.**

Μια *διορατική αντιμετώπιση* αυτού του τύπου απαιτεί ασφαλώς τη χάραξη μιας κατάλληλης εμπορικής στρατηγικής και στρατηγικής μάρκετινγκ χωρίς τούτο όμως να επαρκεί.

Δηλαδή, η τουριστική επιχείρηση πρέπει να αποφεύγει να δημιουργεί ή να ενισχύει τις προσδοκίες των τουριστικών με μια εμπορική στάση η οποία δεν συμπίπτει με μια ισοδύναμη διαδικασία εσωτερικής προσαρμογής.

Πράγματι, αφού μια προβλεπτική εμπορική στρατηγική απαιτεί εκ των πραγμάτων την προσαρμογή όλων των εξωτερικών λειτουργιών της επιχείρησης – δηλαδή ουσιαστικά των λειτουργιών

τιμολόγησης, πληρωμής και μάρκετινγκ – η επιχείρηση δεν δύναται να αγνοήσει για πολύ καιρό την ανάγκη να προσαρμόσει παράλληλα και τις εσωτερικές λειτουργίες της:

- λογιστικά,
- πληροφορική,
- φορολογικούς λογαριασμούς και
- λογαριασμούς κοινωνικής ασφάλισης, χωρίς να λησμονείται η κατάρτιση του προσωπικού.

Κατά συνέπεια, για να υπάρξει μια αποτελεσματική και επικερδής προβλεπτική αντιμετώπιση, απαιτείται η *ταυτόχρονη προσαρμογή των εξωτερικών και εσωτερικών λειτουργιών* της επιχείρησης.

## **2.4 Τέλος, η μετάβαση στο ευρώ μιας τουριστικής επιχείρησης δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί μεμονωμένα, ιδίως στον τομέα αυτό.**

Πράγματι, δυο εμπόδια δύναται να καταστήσουν τη μετάβαση της τουριστικής επιχείρησης πιο περίπλοκη:

- το μέγεθος της: άνω του 95% των τουριστικών επιχειρήσεων είναι ΜΜΕ, το σχετικά μικρό μέγεθος της πλειοψηφίας των τουριστικών επιχειρήσεων δυσχεραίνει την προσαρμογή τους στο ευρώ λόγω του περιορισμού του ανθρώπινου δυναμικού και των χρηματοδοτικών πόρων και μειώνει επίσης τη διαπραγματευτική ισχύ της τουριστικής επιχείρησης έναντι των οικονομικών και χρηματοδοτικών εταίρων της.

- Ο υβριδικός και ετερογενής χαρακτήρας του τομέα, ο οποίος συγκεντρώνει δραστηριότητες πολύ διαφορετικές η μια από την άλλη και περιλαμβάνει επίσης πολλές δραστηριότητες που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό: μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, τοπικού βιοτεχνία, πολιτιστικές επιχειρήσεις κ.λπ.

Επομένως, ο συντονισμός του συνόλου των παραγόντων του τουρισμού κρίνεται παραπάνω από αναγκαίος προκειμένου να αποσοβηθούν αυτά τα διαρθρωτικά μειονεκτήματα και να επιτραπεί στον τομέα να αντιμετωπίσει την πρόκληση του ευρώ.

Ο συντονισμός αυτός επιβάλλει πρώτον *εντός του ίδιου τομέα*, για παράδειγμα μεταξύ των επιχειρήσεων μιας ίδιας αλυσίδας προϊόντων: μεταξύ επιχειρήσεων οργανωμένων περιηγήσεων, ταξιδιωτικών πρακτόρων, μεταφορέων ή φορέων στον τόπο προορισμού, όπως οι ξενοδόχοι ή οι ενοικιαστές αυτοκινήτων. Η επιλογή της στιγμής της μετάβασης από καθέναν από τους κρίκους της αλυσίδας καθώς και το στάδιο προετοιμασίας του κάθε παράγοντα επηρεάζουν ασφαλώς τη στρατηγική ικανότητα της κάθε επιχείρησης.

Η κατάσταση αυτή είναι ακόμη εμφανέστερη στην περίπτωση, συνήθη στον τουρισμό, των δικτύων ενοποιημένης διανομής όπου η στρατηγική επιλογής της μετάβασης από το δικαιιοπάροχο δεν δύναται να παραμελεί την ανάγκη της ταυτόχρονης και συντονισμένης προετοιμασίας του διανομέα.

Με δεδομένο το υψηλό επίπεδο λογιστικών πληρωμών, που αντιπροσωπεύουν το μοναδικό μέσο πληρωμής κατά τη μεταβατική περίοδο, ο συντονισμός αυτός καθίσταται ιδιαίτερα αναγκαίος με



τους τομείς που αποτελούν τον απαραίτητο εταίρο των επιχειρήσεων για τη μετάβαση στο ευρώ, δηλαδή *τον τραπεζικό τομέα και τον συνδεδεμένο τομέα των συστημάτων πληρωμών.*

Η συνεργασία μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων μερών και ιδίως με τον τραπεζικό τομέα είναι απαραίτητη για να επιτραπεί στην τουριστική επιχείρηση να χαράξει μια στρατηγική προσαρμογής και μετάβασης στο ευρώ. Πράγματι, ο χρηματοπιστωτικός τομέας θα διαδραματίσει, βάσει του κανονισμού για το νομικό πλαίσιο του ευρώ, το θεμελιώδη ρόλο του «μετατροπέα μεταξύ των εθνικών νομισμάτων και του ευρώ» και θα πρέπει να παράσχει τα αναγκαία προϊόντα και υπηρεσίες για την τιμολόγηση, την αποδοχή των πληρωμών σε ευρώ ή ακόμη την ταμειακή διαχείριση της επιχείρησης.

Κατά συνέπεια, είναι ουσιώδεις να προσδιοριστούν οι συνθήκες της διάθεσης των σύγχρονων μέσων λογιστικών πληρωμών σε ευρώ στους τουρίστες και τους τουριστικούς φορείς ήδη από την αρχή της μεταβατικής περιόδου και χωρίς τεχνικούς ή χρηματοοικονομικούς περιορισμούς, ιδίως όσον αφορά τη διακρατική χρήση.

Εντούτοις, αυτός ο εσωτερικός και εξωτερικός συντονισμός δεν απαιτεί τη δημιουργία νέων ή ειδικά προσαρμοσμένων οργάνων, οι επαγγελματικές ενώσεις του τομέα, οι τουριστικοί οργανισμοί, τα εμπορικά επιμελητήρια και οι δημόσιες αρχές όλων των επιπέδων αρμοδιότητας πρέπει να είναι σε θέση να αναλάβουν την ευθύνη.

## **Κεφάλαιο 3**

### **Η συνέχεια που θα δοθεί στο συνέδριο.**

*Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είναι αποφασισμένη να συνεχίσει τις προσπάθειες της προκειμένου να βοηθήσει τον τομέα του τουρισμού να πραγματοποιήσει μια ομαλή και επωφελή μετάβαση στο ευρώ.*

Προς το σκοπό αυτό, η Επιτροπή θα εξακολουθήσει να δίνει προσοχή στις απόψεις του συνόλου των εκπροσώπων του εν λόγω τομέα και των τουριστικών-καταναλωτών, όπως το έπραξε καθ' όλη τη διάρκεια των τελευταίων μηνών.

Η παροχή πρακτικών εργαλείων υψηλής διδακτικής αξίας, όπως οι οδηγοί προετοιμασίας για τις τουριστικές επιχειρήσεις ή τις ΜΜΕ εν γένει στους φορείς αποτελούν ουσιαστικό στοιχείο των ενεργειών της Επιτροπής.

Η εκμετάλλευση τοπικών δικτύων, καλά ενσωματωμένων στον οικονομικό ιστό, όπως το δίκτυο των ευρωπαϊκών κέντρων πληροφοριών για τις επιχειρήσεις (EIC) αποτελεί μια άλλη ουσιώδη παράμετρο, καθώς διευκολύνει τη διάδοση των τεχνικών μέσων, των ανταλλαγών των καλύτερων πρακτικών και το συντονισμό σε τοπικό επίπεδο.

Η Επιτροπή θα συνεχίσει να ενθαρρύνει την προετοιμασία των τουριστικών επιχειρήσεων και προωθεί τις καλύτερες πρακτικές που εντοπίστηκαν με την ευκαιρία του συνεδρίου.

**3.1** Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο η Επιτροπή θα υποστηρίξει τη δημοσίευση μιας δεύτερης έκδοσης του οδηγού προετοιμασίας για το ευρώ των τουριστικών επιχειρήσεων (με επίκεντρο κυρίως τις ΜΜΕ του τουριστικού τομέα), αναθεωρημένης και εμπλουτισμένης, από το Συνέδριο για τη Νομισματική Ένωση της Ευρώπης, που θα ενσωματώνει τα συμπεράσματα του συνεδρίου αυτού.

150.000 αντίτυπα του εν λόγω οδηγού θα διατίθενται στις έντεκα κοινοτικές γλώσσες στις αρχές του 1999.

**3.2** Κατά το 1999, η Επιτροπή προτίθεται επίσης να υποστηρίξει την υλοποίηση πειραματικών δράσεων έτσι ώστε να ελέγξει την εισαγωγή του ευρώ και ιδίως τη χρήση μέσων πληρωμής σε ευρώ κατά τη μεταβατική περίοδο σε προεπιλεγμένους τουριστικούς προορισμούς.



## **Κεφάλαιο 4**

### **Τελική Έκθεση της ομάδας εργασίας «Το ευρώ και ο τουρισμός». Έγγραφο εργασίας της διάσκεψης.**

Η παρούσα έκθεση περιλαμβάνει τα συμπεράσματα των συνεδριάσεων της ομάδας εργασίας «Ευρώ – Τουρισμός», που πραγματοποιήθηκαν στις Βρυξέλλες κατά το διάστημα μεταξύ Μαρτίου και Ιουνίου 1998. Η έκθεση δεν δεσμεύει την Ευρωπαϊκή Ένωση ή τις υπηρεσίες της.

Υπενθυμίζεται ότι για τη σύνταξη μιας τέτοιας έκθεσης τίθενται εκ των προτέρων ορισμένοι περιορισμοί. Συγκεκριμένα, η έκθεση συντάχθηκε βάσει των στοιχείων που χορηγήθηκαν στην ομάδα από όλους τους συμμετέχοντες και τα όποια συμπληρώθηκαν από πληροφορίες των υπηρεσιών της Επιτροπής.

Στο πλαίσιο των περιορισμών αυτών, στόχος της έκθεσης είναι να καταγράψει, όσο γίνεται πιστότερα, τις δυνατότητες και τους στρατηγικούς στόχους των φορέων του κλάδου του τουρισμού όσον αφορά τη μετάβαση στο ευρώ, καθώς επίσης να υπογραμμίσει τα προβλήματα που μένουν να επιλυθούν, τις πιθανές συνεργίες και τα μέτρα συντονισμού που απαιτούνται μεταξύ των φορέων του τουρισμού και όλων των συνεταιίρων των τουριστικών επιχειρήσεων.

## Εισαγωγή

Οι εργασίες της διεύθυνσης για τον τουρισμό της ΓΔ XXIII όσον αφορά την εισαγωγή του ευρώ στον κλάδο του τουρισμού εντάσσονται στο γενικό πλαίσιο που χάραξαν οι συστάσεις της Επιτροπής για την προετοιμασία πάνω στις πρακτικές πλευρές της εισαγωγής του ευρώ, που αφορούν στις τραπεζικές χρεώσεις για τη μετατροπή σε ευρώ, τη διπλή αναγραφή τιμών και το διάλογο, την παρακολούθηση και την πληροφόρηση για τη διευκόλυνση της μετάβασης στο ευρώ.

Η εν λόγω μη νομοθετική προσέγγιση βασίζεται σε διαβουλεύσεις με όλους τους παράγοντες που συμμετέχουν στις προετοιμασίες για το ευρώ, καθώς συνεισφορά των ομάδων που συγκροτήθηκαν μετά τη συζήτηση στρογγυλής τράπεζας το Μάιο του 1997.

Η ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την στρατηγική πληροφόρησης για το ευρώ αναφέρεται στον τουρισμό ως *«ένα τομέα με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την εισαγωγή του ευρώ. Οι συναλλασσόμενοι του κλάδου μπορούν να συμβάλουν στην πληροφόρηση για πρακτικές και συγκεκριμένες πλευρές του ευρώ»*.

Στο πλαίσιο της προετοιμασίας της διάσκεψης με τίτλο «Το ευρώ και ο τουρισμός: δυνατότητες και στρατηγικές για τις επιχειρήσεις», η Επιτροπή οργάνωσε τρεις συνεδριάσεις (από τις 26 Μαρτίου 1998) της ομάδας εργασίας «Ευρώ και τουρισμός» προκειμένου να καθοριστούν οι συνθήκες υπό τις οποίες ο τομέας του τουρισμού μπορεί να αντιμετωπίσει την περίοδο μετάβασης στο ευρώ κατά τον πλέον ορθό και αποδοτικό τρόπο, ιδίως όσον

αφορά την εφαρμογή των συστάσεων της Επιτροπής για την προετοιμασία πάνω στις πρακτικές πλευρές της μετάβασης στο ευρώ.

Η ομάδα εργασίας απαρτίζεται από εκπροσώπους του τομέα του τουρισμού, μεγάλων επιχειρήσεων που λειτουργούν με λογιστικές πληρωμές (επιταγές ή κάρτες πληρωμών) και του τραπεζικού τομέα και των δημόσιων υπηρεσιών των κρατών μελών για τον τουρισμό. Η Επιτροπή παρείχε γραμματειακή υποστήριξη.

Η έκθεση αυτή εντάσσεται στο σύνολο της στις γενικές δραστηριότητες της Επιτροπής για την προώθηση της απασχόλησης και ανταγωνιστικότητας στον τομέα του τουρισμού και βασίζεται στις εξής δυο αρχές:

#### **4.1 Ο τουρισμός αποτελεί τον τομέα που προβλέπει ότι θα αποκομίσει ταχύτερα τα μεγαλύτερα οφέλη από την εισαγωγή του ευρώ.**

Ο τομέας αυτός έχει ήδη διεθνοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό (το ένα τρίτο των υπηρεσιών εξάγονται) και έχει εξοικειωθεί με τη διενέργεια πράξεων σε διάφορα νομίσματα. Με το ευρώ θα εξαλειφθούν οι προμήθειες για αγορά συναλλάγματος στον ενδοευρωπαϊκό τουρισμό (ζώνη του ευρώ) και θα διευκολυνθεί η ελεύθερη κυκλοφορία επισκεπτών από κράτη που δεν είναι μέλη της ΕΕ λόγω της μείωσης του αριθμού των νομισμάτων που χρειάζεται κανείς για να επισκεφθεί χώρες στη ζώνη του ευρώ.

Επιπροσθέτως, παρ' όλο που οι πληρωμές με μετρητά διατηρούν τη σημασία τους στον τομέα του τουρισμού, ο τουρισμός αποτελεί τον τομέα στον οποίο οι λογιστικές πληρωμές (πλαστικές κάρτες, ταξιδιωτικές επιταγές, ευρωεπιταγές

eurocheques), κ.λπ.) είναι κατεξοχήν διαδεδομένες: υπολογίζεται ότι οι πληρωμές αυτές αντιστοιχούν σε άνω του 50% των δαπανών. Το γεγονός αυτό θα διευκολύνει την πρώιμη μετάβαση των τουριστικών επιχειρήσεων στο ευρώ, δεδομένου ότι το ευρώ θα είναι διαθέσιμο μόνο σε λογιστική μορφή κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου.

Σύμφωνα με στοιχεία ερευνών, το 28,1% των Ευρωπαίων τουριστών χρησιμοποιεί πιστωτική/χρεωστική κάρτα για να πληρώσει τις διακοπές του πριν την αναχώρηση, ενώ το 36,5% χρησιμοποιεί τέτοιες κάρτες κατά τη διάρκεια των διακοπών.

#### **4.2 Ο τουρισμός είναι ο ιδανικός τομέας για την εισαγωγή του ευρώ.**

Ο τουρισμός δεν θεωρείται μόνο ο τομέας που θα ωφεληθεί ταχύτερα από την εισαγωγή του ενιαίου νομίσματος, αλλά και ο ιδανικός τομέας για τη διευκόλυνση της μετάβασης στο ευρώ όσον αφορά τους καταναλωτές.

Το 1997, το 50.9% των Ευρωπαίων, δήλωσε ότι έκανε διακοπές. Το 43,6% εξ αυτών ταξίδεψε σε άλλο κράτος της Ε.Ε. Έτσι, το ποσοστό των Ευρωπαίων που πέρασαν τις διακοπές του σε άλλο κράτος της Ένωσης υπολογίζεται σε 22,29%. Οι δαπάνες των τουριστών σε άλλο κράτος μέλος της ένωσης εκτός του κράτος κατοικίας τους ανήλθαν το 1997 σε 146 δις. ECU (δεν υπολογίζονται τα έξοδα μεταφοράς).

Επομένως, μεγάλος αριθμός Ευρωπαίων καταναλωτών θα έχει την πρώτη του επαφή με το ευρώ κατά τη διάρκεια των διακοπών του περίοδος ιδανική για να εξοικειωθεί με το ενιαίο

νόμισμα και τις νέες κλίμακες αξιών που συνεπάγεται. Μεταξύ άλλων, ο τουρίστας, που θα γνωρίζει την τιμή του ενιαίου νομίσματος σε σχέση με το νόμισμα της χώρας του, δεν θα χρειάζεται να μετατρέπει τις τιμές από το τοπικό νόμισμα, εφόσον αυτές αναγράφονται σε ευρώ.

Είναι επομένως εξαιρετικά πιθανό να αυξηθεί η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες σε ευρώ από το 199, κυρίως για λόγους διευκόλυνσης του τουρίστα καταναλωτή.

Η πιθανότητα αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι ορισμένες μεγάλες επιχειρήσεις έχουν ανακοινώσει της πρόθεση τους να πληρώνουν τους υπαλλήλους τους σε ευρώ από το 1999 και ότι ορισμένοι μεγάλοι μεταφορείς θα αναγράφουν τις τιμές κατά το 1999 τόσο σε ευρώ όσο και σε εθνικό νόμισμα, ενώ οι περισσότερες τράπεζες έχουν δηλώσει ότι θα προσφέρουν στους πελάτες τους μέσα πληρωμών σε ευρώ από το 1999.

Ο τομέας του τουρισμού πρέπει επομένως να αποφύγει την εμφάνιση εμποδίων λόγω ανεπαρκούς ή καθυστερημένης προετοιμασίας και να εξασφαλίσει ότι δεν θα βρεθεί στην θέση να μην μπορεί να ανταποκριθεί σε ενδεχόμενη υψηλή ζήτηση υπηρεσιών σε ευρώ κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου χάνοντας έτσι την ευκαιρία να μετατρέψει σε περαιτέρω ζήτηση τα χρήματα που εξοικονομούν οι καταναλωτές από την κατάργηση των προμηθειών για αγορά συναλλάγματος.



## **Κεφάλαιο 5**

**Πληρωμές σε ευρώ στον τομέα του τουρισμού κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου.**

### **5.1 Διάφορα μέσα πληρωμών σε ευρώ κατά τη μεταβατική περίοδο.**

Την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999, το ευρώ έγινε το νόμισμα των κρατών μελών της Ε.Ε. που συμμετέχουν στην ΟΝΕ και τα εθνικά νομίσματα θα θεωρούνται ως μη δεκαδικές υποδιαιρέσεις του ευρώ.

Αρχικά όμως ήταν δυνατή η χρησιμοποίηση του ευρώ μόνο σε λογιστική μορφή (τραπεζικές μεταφορές και εμβάσματα, επιταγές κάρτες πληρωμών κ.λπ.).

Η άφιξη του ευρώ δεν επέφερε αλλαγές στα μέσα πληρωμών που δεν συνδέονται με συγκεκριμένο νόμισμα (ευρωεπιταγές, κάρτες πληρωμών). Μόνο που εκφράζονται σε συγκεκριμένο νόμισμα (προτυπωμένες εθνικές επιταγές, ταξιδιωτικές επιταγές κ.λπ.) θα χρειαστεί να αλλάξουν. Ομοίως τα τερματικά πληρωμών θα χρειαστεί αν προσαρμοστούν.

Επομένως, κατά τη μεταβατική περίοδο θα πρέπει να γίνει διαχωρισμός μεταξύ του χρήματος συναλλαγής του καταναλωτή και εκείνου του λιανέμπορου. Το χρήμα συναλλαγής δεν μπορεί να «υπονοείται» κατά τη μεταβατική περίοδο, αλλά πρέπει να επιλέγεται ρητά από τους συναλλασσομένους. Στο παρελθόν, το εθνικό νόμισμα ήταν πάντα το χρήμα συναλλαγής, ενώ κατά τη μεταβατική περίοδο το χρήμα της συναλλαγής επιλέγεται από τα

μέρη και μπορεί να είναι είτε το ευρώ είτε η ενική νομισματική μονάδα.

Οι επιχειρήσεις στη «ζώνη του ευρώ» πρέπει επομένως να προετοιμαστούν για να αντιμετωπίσουν τα εξής μέσα πληρωμών κατά τη μεταβατική περίοδο:

- κάρτες πληρωμών (πιστωτικές, χρεωστικές κάρτες...),
- τραπεζική μεταφορά πίστωσης,
- εθνικές επιταγές σε ευρώ,
- ευρωεπιταγές (εκτός από τις Κάτω Χώρες),
- ταξιδιωτικές επιταγές σε ευρώ.

Λόγω κυρίως της αργής προόδου που σημειωνόταν ως προς τη διαλειτουργικότητα των καρτών ηλεκτρονικού χρήματος, οι κάρτες αυτές δεν έχουν αποκτήσει τη σημασία που θα έπρεπε να έχουν για την εισαγωγή του ευρώ. Ωστόσο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή Τραπεζικών Προτύπων (ECBS) ανακοίνωσε ότι σύντομα θα έχει ολοκληρώσει τις εργασίες της για τον ορισμό ενός προτύπου «ηλεκτρονικού πορτοφολιού» πολλαπλών νομισμάτων. Η πρακτική όμως εφαρμογή του για τον Ευρωπαίο καταναλωτή θα πραγματοποιηθεί σε τρία ή τέσσερα χρόνια.

Η διασυνοριακή αποδοχή «εθνικών» επιταγών σε ευρώ είναι πιθανό να αντιμετωπίσει δυσκολίες, ορισμένες φορές λόγω της απουσίας ενός συστήματος συμψηφισμού σε ευρώ. Στη Γαλλία, οι επιταγές σε ευρώ πρέπει να έχουν τυπωθεί σε ειδικά έντυπα, γεγονός που μπορεί να δημιουργήσει πρόσθετα προβλήματα αποδοχής.

Οι ευρωεπιταγές σε ευρώ συναντούν επίσης προβλήματα αποδοχής από τον τραπεζικό τομέα στην Ιταλία και στη Γαλλία και

κατά συνέπεια από τους λιανέμπορους. Φαίνεται όμως ότι οι γαλλικές τράπεζες, οι οποίες δεν διανέμουν ευρωεπιταγές, θα αποδέχονται ευρωεπιταγές σε ευρώ από το 1999. Η Europay-France επιβεβαίωσε το ενδεχόμενο έκδοσης στη Γαλλία ευρωεπιταγών σε ευρώ και σε γαλλικά φράγκα από τις αρχές του 1999. Τα κέντρα συμψηφισμού θα αντιμετωπίζουν ξεχωριστά τις εν λόγω επιταγές. Τα ιταλικά κέντρα συμψηφισμού θα εργάζονται σε εθνικό νόμισμα για όσο χρόνο τούτο θα είναι εφικτό, αλλά θα είναι σε θέση να πραγματοποιούν και πράξεις με ευρωεπιταγές σε ευρώ που θα προέρχονται από ξένες τράπεζες.

Παρ' όλα που η χρήση τους μειώνεται, ο ταξιδιωτικές επιταγές θα είναι από τα πρώτα μέσα πληρωμών που θα προσφέρονται σε ευρώ απ την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999. Οι οργανισμοί AMEX, Visa και Thomas Cook έχουν ζητήσει από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Τραπεζικών Προτύπων την επιβολή ενός προτύπου για την Ευρώπη. Ο οργανισμός Thomas Cook επιβεβαίωσε ότι από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999 θα διατίθενται ταξιδιωτικές επιταγές σε ευρώ με κοινό πρότυπο συμψηφισμού.



## 5.2 Η μετάβαση στο ευρώ των συστημάτων πληρωμών με κάρτες.

*Σημείωση: ο όρος «κάρτες πληρωμών» αναφέρεται σε κάθε πιστωτική, χρεωστική ή κάρτα καθυστερημένης πληρωμής. Όσον αφορά τις διασυνοριακές πληρωμές, δεν υπάρχει τίποτα που να διακρίνει τις συναλλαγές που πραγματοποιούνται με τις κάρτες αυτές. Μόνο στο πλαίσιο της σχέσης τελικού καταναλωτή/εκδότριας τράπεζας γίνεται διάκριση μεταξύ πιστωτικής και χρεωστικής κάρτας.*

Όλοι οι λειτουργοί συστημάτων έχουν δηλώσει ότι θα είναι έτοιμοι να εκτελέσουν ενέργειες διατραπεζικού συμψηφισμού πληρωμών σε ευρώ από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999. Οι χρεώσεις μετατροπής που επιβάλλονται από τους φορείς εκμετάλλευσης των συστημάτων αυτών στις τράπεζες μέλη για ενδοευρωπαϊκές συναλλαγές καταργήθηκαν στα τέλη του 1997 ενόψει της εισαγωγής του ευρώ.

Στην ουσία, είναι εμπορικές στρατηγικές των τραπεζών μελών εκείνες που θα καθορίσουν κατά πόσο θα διατίθενται μέσα καταβολής και λήψης πληρωμών σε ευρώ.



### **5.3 Διάθεση μέσων πληρωμών.**

Το πρόβλημα της διάθεσης στις επιχειρήσεις και στους τουρίστες μέσω πληρωμής σε ευρώ τίθεται τόσο για τις επιταγές σε συγκεκριμένο νόμισμα (ορισμένες εθνικές επιταγές) όσο και για τα συστήματα πληρωμών με κάρτες. Στην περίπτωση των συστημάτων αυτών θα πρέπει επίσης να γίνουν προσαρμογές στα τερματικά. Η κατάσταση των δικτύων τερματικών διαφέρει σε μεγάλο βαθμό στα κράτη-μέλη. Παρ' όλο που θα είναι εύκολη η προσαρμογή των πλέον πρόσφατων τερματικών με την προσθήκη λογισμικού που θα επιτρέπει την αποδοχή πληρωμών σε ευρώ, τα παλαιά τερματικά θα χρειαστεί να λειτουργούν δυο τερματικά, ένα για τις συναλλαγές σε ευρώ και ένα για τις συναλλαγές σε εθνική νομισματική μονάδα. Κατά τη μεταβατική περίοδο, οι κάτοχοι καρτών θα αντιμετωπίσουν ένα από τα τρία σενάρια που περιγράφονται στη συνέχεια, όταν θα πραγματοποιούν μια αγορά με κάρτα πληρωμών:

1. το τερματικό ενιαίου νομίσματος, στο οποίο όλες οι συναλλαγές θα εκτελούνται αποκλειστικά σε ένα νόμισμα, είτε πρόκειται για εθνική νομισματική μονάδα είτε για το ευρώ,
2. το τερματικό ενιαίου νομίσματος, στο οποίο όλες οι συναλλαγές θα εκτελούνται σε εθνική νομισματική μονάδα, ενώ θα αναγράφεται για ενημέρωση και η αντίστοιχη τιμή σε ευρώ (ή αντίθετα).
3. το τερματικό δυο νομισμάτων, στο οποίο οι κάτοχοι κάρτας θα επιλέγουν το νόμισμα της συναλλαγής, είτε δηλαδή το ευρώ είτε τη εθνική νομισματική μονάδα.

Οι προμηθευτές τερματικών και λογισμικού μπορεί να διαφέρουν είτε από κράτος-μέλος σε κράτος-μέλος είτε εντός του ίδιου του κράτους-μέλους: ορισμένα τερματικά προέρχονται ή ανήκουν στην τράπεζα του φορέα ή σε κοινοπραξία εθνικών τραπεζών, ενώ άλλα προέρχονται από τον τηλεπικοινωνιακό οργανισμό ή τον κατασκευαστή του λογισμικού. Οι φορείς εκμετάλλευσης συστημάτων πληρωμής με κάρτες και οι τράπεζες δεν έχουν καταφέρει να προβλέψουν το επίπεδο παροχής μέσω με κάρτες ή τις συνθήκες της παροχής αυτής.

Στις Κάτω Χώρες, οι τράπεζες αποφάσισαν να μην επιτρέψουν πληρωμές σε ευρώ με κάρτες πριν από το τέλος της μεταβατικής περιόδου (1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2002). Ωστόσο, η κατάσταση αυτή μπορεί να αλλάξει.

Η ομάδα εργασίας για το ευρώ και τον τουρισμό ενημερώθηκε από τους εκπροσώπους των ταξιδιωτικών πρακτορείων όσον αφορά το κόστος της χρησιμοποίησης συστημάτων πληρωμής με κάρτες. Σε ορισμένες περιπτώσεις, το κόστος απαγορευτικό και δυσβάστακτο για τις μικρές επιχειρήσεις που αποτελούν τη συντριπτική πλειονότητα στον τομέα του τουρισμού. Παρ' όλο που το ζήτημα αυτό είναι ευρύτερο από την εισαγωγή του ευρώ, μπορεί ωστόσο να έχει επιπτώσεις στην αποδοχή εκ μέρους των επιχειρήσεων αυτών των πληρωμών με κάρτες, τόσο κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου όσο και στη συνέχεια. Μεταξύ των επιχειρήσεων του τομέα του τουρισμού παρατηρήθηκε πρόσφατα μια τάση απομάκρυνσης από τα συστήματα πληρωμής.

## **5.4 Συνθήκες χρησιμοποίησης και αποδοχής των λογιστικών πληρωμών.**

Η αποδοχή των πληρωμών σε ευρώ εκ μέρους των τουριστικών επιχειρήσεων εξαρτάται από διάφορους παράγοντες:

- τη ζήτηση από τους τουρίστες,
- την προθυμία της επιχείρησης που κρίνει ότι έτσι της προσφέρονται ευκαιρίες για εκμετάλλευση εμπορικών δυνατοτήτων,
- την παροχή μέσων πληρωμής σε ευρώ εκ μέρους του χρηματοπιστωτικού τομέα και των προμηθευτών λογισμικού και τερματικών.

Οι φορείς εκμετάλλευσης των κύριων συστημάτων πιστωτικών καρτών θεωρούν το ευρώ ως ευκαιρία για αν αυξήσουν το μερίδιο των πωλήσεων που πραγματοποιούνται με πιστωτικές κάρτες. Οι φορείς αυτοί αντιμετωπίζουν τις πληρωμές με πιστωτική κάρτα μετά το 1999 ως ζήτημα στρατηγικής και όχι ως τεχνικό πρόβλημα.

Μέχρι σήμερα ωστόσο δεν έχει πραγματοποιηθεί αξιολόγηση της ζήτησης για πληρωμές σε ευρώ σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Δημοσκόπηση που πραγματοποιήθηκε στη Γαλλία από τον τραπεζικό τομέα κατέδειξε ότι το 43% των καταναλωτών θα ήθελαν να έχουν τη δυνατότητα να πληρώνουν σε ευρώ από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999.

Ωστόσο, μελέτη της Euroray καταδεικνύει μια πολύ πιο σταδιακή τάση τόσο από την πλευρά της προσφοράς όσο και από την πλευρά του αναμενόμενου όγκου των συναλλαγών.

Πρέπει να αναφερθεί ότι οι επαγγελματικοί σύλλογοι, που εκπροσωπούν τον τουριστικό κλάδο σε ευρωπαϊκό επίπεδο και οι οποίοι έχουν ενωθεί στην NET (ECTAA, HORTEC, ETOA, IRU, EFCO), έχουν υπογράψει τη συμφωνία μεταξύ των εκπροσώπων των καταναλωτών και των εκπροσώπων του εμπορίου και της παροχής υπηρεσιών σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η συμφωνία αυτή προβλέπει τη δυνατότητα αποδοχής των πληρωμών σε ευρώ. Οι επιχειρήσεις που τηρούν τις 6 (έξι) υποχρεώσεις του κώδικα ορθής συμπεριφοράς θα μπορούν να χρησιμοποιούν ένα λογότυπο το οποίο θα υποδηλώνει ότι οι καταναλωτές μπορούν να πληροφωρούνται τις τιμές και να πληρώνουν σε ευρώ.

#### **5.4.1 Κατάσταση στον κλάδο έκδοσης**

##### **5.4.1.1 Ταξιδιωτικά πρακτορεία.**

Στον βαθμό που ένα ταξιδιωτικό πρακτορείο προσφέρει διπλή αναγραφή, οι εκπρόσωποι του κλάδου (ECTAA, δήλωση κατά τις διαπραγματεύσεις σχετικά με τον κώδικα ορθής συμπεριφοράς «εμπόρων-καταναλωτών») δήλωσαν ότι είναι πρόθυμοι να αποδεχθούν πληρωμές σε ευρώ.

##### **5.4.1.2 Συναφείς υπηρεσίες**

Έως σήμερα, ο κλάδος ενοικίασης αυτοκινήτων δεν έχει προβεί σε προετοιμασία ώστε να δέχεται πληρωμές σε ευρώ από ιδιώτες, παρ' όλο που η διπλή αναγραφή της τιμής θα εφαρμόζεται τόσο στους ναύλους ενοικίασης όσο και στα συμβόλαια.



## **5.4.2 Κατάσταση στον κλάδο υποδοχής.**

### **5.4.2.1. Τα ξενοδοχεία**

Ο τομέας αυτός, ο οποίος συνήθως λαμβάνει τις περισσότερες πληρωμές υπό τη μορφή λογιστικού χρήματος – μέσω τραπεζικής μεταφοράς πίστωσης, κάρτας πληρωμής ή επιταγής – έχει ταχθεί υπέρ της αποδοχής μέσων πληρωμής σε ευρώ από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999.

### **5.4.2.2. Συναφείς υπηρεσίες**

Έως την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999 οι πληρωμές σε εθνικό νόμισμα εκ μέρους του τελικού καταναλωτή θα γίνονται δεκτές μόνο από τους κύριους φορείς (μέλη της ACRISS).



## **Κεφάλαιο 6**

### **Συμβάσεις μεταξύ φορέων τουρισμού**

Υπάρχουν τέσσερα είδη συμβάσεων μεταξύ τουριστικών πρακτόρων, ταξιδιωτικών γραφείων και επιχειρήσεων του τόπου προορισμού.

Πρέπει να γίνει διαχωρισμός μεταξύ τουριστικών πρακτόρων και άμεσων προμηθευτών τουριστικών υπηρεσιών, ανάλογα με την εκάστοτε γεωγραφική τους θέση.

Το τελευταίο σημείο αφορά στην προσαρμογή των μηχανογραφημένων συστημάτων κρατήσεων. (SIR/CRS).

#### **6.1 Συμβάσεις μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων στη ζώνη του ευρώ.**

Έως το 2000, οι συμβάσεις που έχουν ήδη αποτελέσεις αντικείμενο διαπραγματεύσεων θα συνάπτονται σε τοπικό νόμισμα, καθόσον οι τιμές μετατροπής δεν ήταν γνωστές κατά το χρόνο των διαπραγματεύσεων.

Για τη σύναψη συμβάσεων μεταξύ των τουριστικών πρακτόρων και των επιχειρήσεων του τόπου προορισμού πολλές φορές διεξάγονται διαπραγματεύσεις δυο έτη πριν την εκτέλεση τους. Ορισμένοι τουριστικοί πράκτορες έχουν ήδη συνάψει συμβάσεις για το καλοκαίρι του 2000 και βρίσκονται στο στάδιο των διαπραγματεύσεων για τη χειμερινή περίοδο 2000/2001.

**6.1.1 Συμβάσεις μεταξύ επιχειρήσεων της ζώνης του ευρώ και επιχειρήσεων των κρατών-μελών που δεν συμμετέχουν ακόμα στην ΟΝΕ.**

Οι συμβάσεις αυτές θα εξακολουθήσουν μάλλον να συνάπτονται σε τοπικό νόμισμα.

**6.1.2 Συμβάσεις μεταξύ επιχειρήσεων της ζώνης του ευρώ και επιχειρήσεων τρίτων χωρών.**

Το νόμισμα αναφορά για πολλές χώρες που εξακολουθεί να είναι το δολάριο των ΗΠΑ.

**6.1.3 Συμβάσεις μεταξύ τουριστικών πρακτόρων εκτός της ζώνης του ευρώ και επιχειρήσεων του τόπου προορισμού εντός της ζώνης του ευρώ.**

Οι συμβάσεις αυτές συνάπτονται σε τοπικό νόμισμα.

Για παράδειγμα, οι τιμές στις συμβάσεις τουριστικών πρακτόρων της Ιαπωνίας για επισκέψεις στο Παρίσι εκφράζονται σε Γαλλικά φράγκα.

Προς το παρόν, οι τουριστικοί πράκτορες συγκεντρώνουν συναλλαγματικά αποθέματα και προβλέπουν τις συναλλαγματικές διακυμάνσεις που μπορούν να αποτελέσουν αναπόσπαστο τμήμα του περιθωρίου κέρδους. Τούτο ισχύει ιδιαίτερα για τους πράκτορες με χαμηλά μεν περιθώρια κέρδους, αλλά με μεγάλη πελατεία.

Για παράδειγμα, στο παρελθόν, ένα γερμανικό τουριστικό γραφείο προέβλεψε ενδεχόμενη υποτίμηση της πεσέτας κατά τη διαμόρφωση της τιμής, ενώ μια ισπανική επιχείρηση που συνεργαζόταν με τη Γερμανία προέβλεψε παρομοίως ενδεχόμενη ανατίμηση του μάρκου.

Επομένως, η άφιξη του ευρώ μπορεί να αλλάξει ριζικά τη διάρθρωση των τιμολογίων ορισμένων τουριστικών πρακτόρων.

## **6.2 Συμβάσεις μεταξύ τουριστικών πρακτόρων και αερομεταφορέων.**

Οι συμβάσεις αυτές συνάπτονται συνήθως σε δολάρια ΗΠΑ. Εκτός από τα έξοδα των πληρωμάτων, οι περισσότερες δαπάνες των αερομεταφορέων (τέλη προσγείωσης, δαπάνες για καύσιμα και συντήρηση, κ.λπ.) είναι σε δολάρια ΗΠΑ. Άλλες συμβάσεις προβλέπουν πληρωμές σε τοπικό νόμισμα.

### **6.3 Μηχανογραφημένο σύστημα κρατήσεων (ΜΣΚ).**

Η ομάδα εργασίας «ευρώ», που έχει συσταθεί στους κόλπους της Οικονομικής Επιτροπής της ΙΑΤΑ από το 1996, έχει διαβιβάσει σύσταση στις 259 αεροπορικές εταιρείες μέλη της ΙΑΤΑ για τη σταδιακή εισαγωγή του ευρώ. Η σύσταση αυτή βασίζεται στη συναίνεση και επομένως δεν είναι δεσμευτική, σε αντίθεση με τους άλλους κανόνες που εκδίδει η ένωση αυτή.

- από την 01/01/1999, οι αεροπορικές εταιρείες μέλη της ΙΑΤΑ μπορούν να προσφέρουν στους πελάτες τους (ιδιώτες ή επιχειρήσεις) τη δυνατότητα να πληρώνουν για τις μεταφορές τους (επιβατών ή φορτίων) είτε σε ευρώ είτε στο εθνικό νόμισμα των κρατών της ζώνης του ευρώ.
- Οι επιχειρήσεις θα μπορούν επίσης να επιλέξουν σε ποιο βαθμό επιθυμούν να αποδέχονται πληρωμές σε ευρώ από τα συστήματα κρατήσεων, προκειμένου να δοθεί στις επιχειρήσεις, που δεν είναι σε θέση να εγγυηθούν αποδοχή του ευρώ και των εθνικών νομισμάτων από την 01/01/1999, επαρκής χρόνος για να προσαρμόσουν τα εσωτερικά τους συστήματα.

Κατά την έκδοση του εισιτηρίου ο καταναλωτής θα μπορεί να επιλέξει εισιτήριο σε ευρώ ή σε εθνικό νόμισμα, οι τιμές στο οποίο θα κοινοποιούνται στα μέλη.

Η τιμολόγηση θα διατηρηθεί σε εθνικό νόμισμα έως την 31<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 1999 το αργότερο και θα μετατραπεί σε ευρώ την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2000.

Τα μηχανογραφημένα συστήματα κρατήσεων των μελών της IATA παρακολουθούν τις εργασίες της ομάδας «ευρώ» από τη συγκρότηση της και η τάση είναι να γίνουν αποδεκτές οι συστάσεις της IATA. Από τεχνική άποψη, η λύση που υιοθετείται είναι η χρησιμοποίηση δυο οθονών με δυνατότητα εναλλαγής από τη μια οθόνη, όπου οι τιμές θα είναι σε εθνικό νόμισμα, στην άλλη, όπου θα είναι σε ευρώ.

Το σύστημα κρατήσεων Amadeus ανακοίνωσε ότι μπορεί να ανταποκριθεί στη ζήτηση από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999. Η Amadeus GTD θα δώσει στους ταξιδιωτικούς πράκτορες τη δυνατότητα να πραγματοποιούν τις κρατήσεις είτε σε ευρώ είτε σε εθνικό νόμισμα, με μια λειτουργία επιλογής προτεραιότητας. Θα υπάρχει επίσης δυνατότητα άμεσης σύγκρισης των τιμών με αλλαγή της οθόνης. Οι πληροφορίες σχετικά με τις τιμές θα διατίθενται σε όλο τον κόσμο τόσο για τις πτήσεις όσο και για άλλα προϊόντα. Ωστόσο, τα συστήματα διατραπεζικού διακανονισμού θα επιτρέπουν σε πρώτο στάδιο την έκδοση εισιτηρίων σε ευρώ μόνο για τη ζώνη του ευρώ.

Παρά τη συγκρότηση ομάδας εργασίας σε επίπεδο Amadeus, η ανταπόκριση των ταξιδιωτικών γραφείων, εκτός από τις πολύ μεγάλες επιχειρήσεις υπήρξε περιορισμένη.

## **Κεφάλαιο 7**

### **Τουριστικές υπηρεσίες με τιμές σε ευρώ κατά την μεταβατική περίοδο.**

Ο όρος «υπηρεσία με τιμή σε ευρώ», όπως χρησιμοποιείται στην παρούσα έκθεση, αναφέρεται σε κάθε υπηρεσία που παρέχεται από μια επιχείρηση η οποία τηρεί εξωτερική λογιστική σε ενιαίο νόμισμα.

Επομένως πρόκειται για προϋπάρχουσα ή νέα υπηρεσία, της οποίας η τιμή αναγράφεται σε ευρώ ( με μετατροπή ή αρνητική διαμόρφωση) και για την οποία, ως ελάχιστη προϋπόθεση, το ευρώ παρουσιάζεται στον καταναλωτή ως το νόμισμα πληρωμής.

Υπό την έννοια αυτή, παροχή υπηρεσιών με τιμή σε ευρώ δεν σημαίνει κατ' ανάγκη ότι η επιχείρηση έχει ήδη προσαρμόσει την εσωτερική της διάρθρωση στο ευρώ. Το άρθρο 8 του κανονισμού σχετικά με το νομικό πλαίσιο για την εισαγωγή του ευρώ ορίζει ότι κάθε οφειλέτης ποσού που εκφράζεται σε εθνική νομισματική μονάδα και είναι πληρωτέο με πίστωση του λογαριασμού του δανειστή δικαιούται να καταβάλει το ποσό σε ευρώ και ότι οι τράπεζες υποχρεούνται να μετατρέψουν τις εισερχόμενες πληρωμές.

Στην πράξη, ο τουρίστας θα μπορεί να πληρώνει για τις αγορές σε ευρώ και ο πράκτορας να αποδέχεται ευρώ, χωρίς ούτε ο τουρίστας ούτε ο πράκτορας να έχουν τραπεζικό λογαριασμό ή λογισμικό σύστημα σε ευρώ.

Τέλος, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην κατάσταση των δικαιοδόχων, στο βαθμό που η εμπορική τους στρατηγική

καθορίζεται από το δικαιούχο, ο οποίος είναι εκείνος που αποφασίζει κατά κύριο λόγο τη στρατηγική του πράκτορα δικαιούχου σε σχέση με την εισαγωγή του ευρώ.

## **7.1 Κατάσταση στον κλάδο έκδοσης.**

### **7.1.1 Ταξιδιωτικά γραφεία.**

Τα ταξιδιωτικά γραφεία θα ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των πελατών τους.

Τα τουριστικά πρακτορεία λαμβάνουν μέτρα προκειμένου να εξασφαλίσουν ότι θα είναι σε θέση να προσφέρουν προϊόντα σε ευρώ και σε εθνικό νόμισμα από το 2000. Ορισμένοι τουριστικοί πράκτορες προτίθενται να διαθέσουν προϊόντα σε ευρώ από το 1999.

Όσον αφορά τα επαγγελματικά ταξίδια, οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι έτοιμες να τηρούν τους λογαριασμούς και τους προϋπολογισμούς των ταξιδιών σε ευρώ και έχουν ζητήσει από τα ταξιδιωτικά τους γραφεία να προβούν στις αναγκαίες προσαρμογές.

Όσον αφορά τα ταξίδια αναψυχής, τα μικρά γραφεία θα έπρεπε να είναι έτοιμα, πλην όμως ευρίσκονται ακόμα σε αρχικά στάδια προετοιμασίας σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις.

#### **Προσαρμογή των ΜΣΚ.**

Από το 1999, τα ΜΣΚ θα είναι φυσιολογικά σε θέση να πραγματοποιούν κρατήσεις είτε σε ευρώ είτε σε εθνική νομισματική μονάδα μέσω δυο παραθύρων στην οθόνη κρατήσεων που θα ανοίγουν ανάλογα με το νόμισμα της συναλλαγής που ζητά ο πελάτης.



Μετά την επιλογή του ευρώ η του εθνικού νομίσματος ως νομίσματος συναλλαγής, όλες οι λειτουργίες που θα τίθενται σε ενέργεια από τα ΜΣΚ θα ακολουθούν την επιλογή αυτή.

### **7.1.2 Τουριστικού πράκτορες.**

Το Club Mediteranee ανακοίνωσε ότι θα αποδέχεται πληρωμές σε ευρώ από τον Ιανουάριο του 1999.

Η Havas Voyages ανακοίνωσε ότι θα εφαρμόζει διπλή αναγραφή τιμών από τις αρχές του 1999.

Η Nouvelles Frontieres θα εκφράζει τις τιμές σε εθνικό νόμισμα και σε ευρώ από το Πάσχα του 1999, τόσο στα έγγραφα όσο και στα ηλεκτρονικά μέσα (Minitel/Internet) και θα δέχεται πληρωμές σε ευρώ.

### **7.1.3 Οι μεταφορείς.**

Οι γαλλικοί σιδηρόδρομοι (SNCF) ανακοίνωσαν ότι, από κοινού με τις συνεργαζόμενες ΜΜΕ, θα αναγράφουν συστηματικά τις τιμές σε γαλλικά φράγκα και σε ευρώ από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999.

Όσον αφορά τις σχέσεις με τους πελάτες, οι γαλλικοί σιδηρόδρομοι έχουν προγραμματίσει να εφαρμόζουν διπλή αναγραφή και να αποδέχονται πληρωμές σε ευρώ μέσω τραπεζικών καρτών και επιταγών από τις 15 Μαρτίου 1999.

Η Air France θα εκφράζει τις τιμές και τους μισθούς της σε αμφότερα τα νομίσματα από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999. Λαμβάνονται μέτρα ώστε να γίνονται δεκτές πληρωμές σε ευρώ από τον

Ιανουάριος του 1999μ ενώ τα εισιτήρια θα εκδίδονται σε φράγκα ή σε ευρώ ανάλογα με την επιθυμία του καταναλωτή.

## **7.2 Κατάσταση στον κλάδο υποδοχής.**

### **7.2.1 Ξενοδοχεία**

Η πλειονότητα του ξενοδοχειακού τομέα έχει δηλώσει ότι προτίθεται να προσφέρει τις υπηρεσίες της τόσο σε εθνική μονάδα όσο και σε ευρώ από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999.

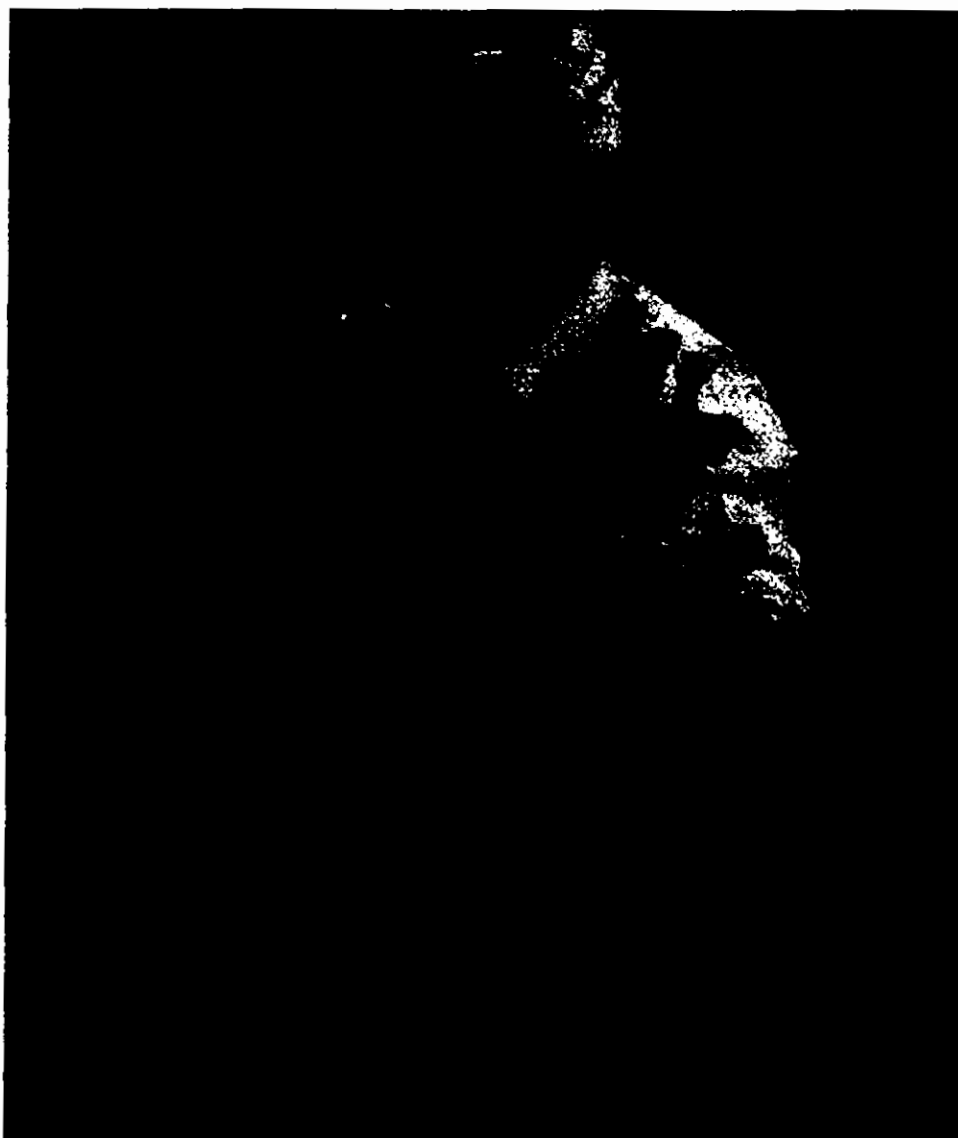
Η αλυσίδα ξενοδοχείων "Choice" συμβουλεύει τους εταίρους της να εισάγουν σύστημα διπλής αναγραφής στα τέλη του 1998 για τις τιμές των δωματίων και τις συναφείς υπηρεσίες.

Ο ξενοδοχειακός όμιλος "Envergure" (Campanille, Premiere classe) προτίθεται να εκδώσει νέους οδηγούς ξενοδοχείων με διπλή αναγραφή τιμών πριν από τις θερινές διακοπές του 1999.

Ο όμιλος Golden Tulip (NL), ο οποίος πειραματίζεται με τεχνικά ευρώ στις εγκαταστάσεις "Zeist" από το 1996, επέκτεινε το δοκιμαστικό αυτό σχέδιο σε όλα τα ξενοδοχεία και τα πανδοχεία του (76) στις Κάτω Χώρες την 01/05/1998. Αυτά τα τεχνητά ευρώ μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε εστιατόρια, ξενοδοχεία, μπαρ, κινηματογράφους, θέατρα, κ.λπ. της αλυσίδας στις Κάτω Χώρες, καθώς και στα ολλανδικά υποκαταστήματα της AVIS.

### **7.2.2 Συναφείς υπηρεσίες.**

Η ACRISS, η ένωση τουριστικών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων ενοικίασης αυτοκινήτων ανακοίνωσε ότι το ενημερωτικό υλικό προς τους πελάτες που εκδίδουν τα μέλη της θα περιλαμβάνει τιμές σε ευρώ από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999. Η έκδοση τιμολογίων θα είναι δυνατή σε ευρώ αν το ζητήσει ο πελάτης, αλλά οι συναλλαγές με τον τελικό καταναλωτή για την ενοικίαση αυτοκινήτων θα πραγματοποιούνται σε εθνική νομισματική μονάδα έως το 2002.



## **Κεφάλαιο 8**

### **Διπλή αναγραφή τιμών.**

*Σημείωση: κατά την μεταβατική περίοδο και με εξαίρεση τις Κάτω Χώρες και τη Φινλανδία, θα είναι δυνατή – ύστερα από πρωτοβουλία των τραπεζών – η αναγραφή των ποσών που πληρώνονται με κάρτες τόσο σε εθνική νομισματική μονάδα όσο και σε ευρώ (στα τερματικά πληρωμής ή στην απόδειξη).*

### **8.1 Κατάσταση στον κλάδο αποστολής.**

#### **8.1.1 Ταξιδιωτικά γραφεία και τουριστικοί πράκτορες.**

Η ECTAA (Ένωση ταξιδιωτικών γραφείων της ΕΚ) έχει υπογράψει τον κώδικα ορθών πρακτικών «λιανέμπορων/καταναλωτών» σχετικά με τη διπλή αναγραφή των τιμών και τις πληροφορίες όσον αφορά το ευρώ. Ο κώδικας προβλέπει την αναγραφή ορισμένων τιμών τόσο σε εθνική νομισματική μονάδα όσο και σε ευρώ.

Οι επιχειρήσεις που τηρούν τον εν λόγω ευρωπαϊκό κώδικα να χρησιμοποιούν το «σήμα ευρώ». Τα ταξιδιωτικά γραφεία και οι τουριστικοί πράκτορες μπορούν να κάνουν χρήση της διάταξης που προβλέπει εξαίρεση από τη διπλή αναγραφή για τη θερινή περίοδο του 1999, καθόσον πολλές επιχειρήσεις εκδίδουν φυλλάδια και τιμοκαταλόγους ένα χρόνο πριν.

Οι περισσότεροι φορείς στον τομέα αυτό είναι σε θέση να εκδίδουν τιμολόγια με διπλή αναγραφή της τιμής. Για τεχνικούς λόγους, τούτο δεν είναι εφικτό για τα αεροπορικά εισιτήρια, αλλά

το νόμισμα που θα αναγράφεται θα επιλέγεται από τον καταναλωτή κατά τη στιγμή της κράτησης μέσω ΜΣΚ.

Ωστόσο, ορισμένοι τουριστικοί πράκτορες έχουν ήδη ανακοινώσει ότι οι κατάλογοι τους για τη θερινή περίοδο του 1999 θα αναγράφουν και τις δυο τιμές.

### **8.1.2 Συναφείς υπηρεσίες.**

Η διπλή αναγραφή θα εφαρμοστεί κατά τη μεταβατική περίοδο όσον αφορά τις τιμές και τα συμβόλαια εκμίσθωσης των επιχειρήσεων ενοικιάσεων αυτοκινήτων.

## **8.2 Κατάσταση στον κλάδο υποδοχής.**

### **8.2.1 Ξενοδοχεία.**

Ο ξενοδοχειακός τομέας είναι στην πλειονότητα του έτοιμος να εφαρμόσει τη διπλή αναγραφή για όλες τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα ξενοδοχεία και να δέχεται πληρωμές σε ευρώ.

### **8.2.2 Συναφείς υπηρεσίες**

Η διπλή αναγραφή των τιμών θα ισχύει κατά τη μεταβατική περίοδο όσον αφορά τις τιμές και τα συμβόλαια εκμίσθωσης των επιχειρήσεων αυτοκινήτων.

## **Κεφάλαιο 9**

### **Συμπεράσματα και επακόλουθα – διάσκεψη για «το ευρώ και τον τουρισμό: Δυνατότητες και στρατηγικές για τις επιχειρήσεις».**

#### **9.1 Στόχος**

Ο στόχος της Επιτροπής σε σχέση με την εισαγωγή του ευρώ στον τομέα του τουρισμού είναι αν ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις – και ιδίως τις ΜΜΕ – να προετοιμαστούν για το ενιαίο νόμισμα με την προώθηση συνεργιών μεταξύ όλων των παραγόντων του κλάδου κατά τη μεταβατική περίοδο. Με τον τρόπο αυτό θα βοηθηθεί ο τομέας ώστε να χαραχθεί συντονισμένη στρατηγική για τη μετάβαση στο ευρώ κατά τη μεταβατική περίοδο.

Ως φόρουμ για την ανταλλαγή απόψεων και εμπειριών, η διάσκεψη «Το ευρώ και ο τουρισμός: Δυνατότητες και στρατηγικές για τις επιχειρήσεις» αποβλέπει στον εντοπισμό ορθών πρακτικών που μπορούν να προσδιορίσουν αποτελεσματικές και αποδοτικές στρατηγικές μετάβασης στο ευρώ.

## 9.2 Περιεχόμενο.

Σε συνέχιση της προσέγγισης που αναπτύχθηκε από την ομάδα εργασίας για το ευρώ και τον τουρισμό, η διάσκεψη θα επικεντρωθεί σε τέσσερις συζητήσεις στρογγυλής τράπεζας.

Η πρώτη συζήτηση θα επιχειρήσει να αξιολογήσει τις υπηρεσίες που προσφέρουν φορείς του τουρισμού σε ευρώ κατά τη μεταβατική περίοδο και ιδίως στις αρχές της περιόδου αυτής το 1999.

Αυτό η στρατηγική προοπτική θα αναλυθεί και θα συγκριθεί σε σχέση με τις στρατηγικές των φορέων στους κυριότερους υποτομείς:

- τουριστικών πρακτόρων,
- ξενοδοχειακών επιχειρήσεων,
- τουριστικών επιχειρήσεων ενοικιάσεων αυτοκινήτων και μεταφορέων.

Θα εξεταστούν κυρίως τα πλεονεκτήματα μιας εκ των προτέρων προσέγγισης για την εισαγωγή του ευρώ, καθώς και οι συνθήκες που απαιτούνται για την προετοιμασία των εξωτερικών λειτουργιών της τουριστικής επιχείρησης, που καθιστούν εφικτή την εκ των προτέρων προσέγγιση.

Η δεύτερη συζήτηση θα εξετάσει την πιθανή ζήτηση υπηρεσιών σε τιμές που εκφράζονται σε ευρώ κατά τη μεταβατική περίοδο και τις συνέπειες για τις τουριστικές επιχειρήσεις, τόσο εκ μέρους των καταναλωτών όσο και εκ μέρους των σημαντικών επιχειρήσεων-πελατών με μεγάλες παραγγελίες στον τουριστικό τομέα. Ιδιαίτερη προσοχή θα δοθεί στην πιθανή στάση που θα

τηρήσουν όσον αφορά την εισαγωγή του ευρώ οι τουρίστες από τρίτες χώρες.

Η τρίτη συζήτηση θα επικεντρωθεί στα βασικά στάδια για την προσαρμογή των εσωτερικών λειτουργιών των επιχειρήσεων στο ευρώ και στις μεθόδους για τη επίτευξη του στόχου αυτού. Θα εξεταστεί ιδιαίτερα η προσαρμογή των μηχανογραφημένων συστημάτων κρατήσεων, καθώς και των συστημάτων επεξεργασίας δεδομένων των τουριστικών επιχειρήσεων.

Η τέταρτη και τελευταία συζήτηση στρογγυλής τράπεζας θα εντοπίσει πιθανές συνεργίες στον κλάδο που θα διευκολύνουν τη χάραξη στρατηγικών μετάβασης στο ευρώ.





### **9.3 Συντονισμός: απαραίτητο συστατικό στοιχείο για την επιτυχή μετάβαση στο ευρώ στον τομέα του τουρισμού.**

Ορθή στρατηγική μετάβασης είναι εκείνη που προωθεί τη συμμετοχή όλων των εταίρων μιας επιχείρησης. Είναι επομένως σημαντικό να μην θεωρούνται εμπιστευτικά τα στοιχεία σχετικά με τις στρατηγικές μετάβασης στο ευρώ από τις τουριστικές επιχειρήσεις, αλλά να γνωστοποιούνται, ώστε να είναι εφικτή η χάραξη συντονισμένων στρατηγικών μετάβασης στο ευρώ.

Η τέταρτη, ιδίως, συζήτηση στρογγυλής τράπεζας θα επιχειρήσει να αναλύσει και αν προσδιορίσει το ρόλο που μπορούν να διαδραματίσουν οι χρηματοπιστωτικοί εταίροι μιας επιχείρησης (τράπεζες, οργανισμοί συστημάτων πληρωμής) για την καλύτερη εκμετάλλευση της μετάβασης στο ευρώ από άποψη ανταγωνιστικότητας στον κλάδο.

Η ομάδα εργασίας για το ευρώ και τον τουρισμό θεωρεί την ανταλλαγή πληροφοριών ως σημαντικό στοιχείο των σχέσεων μια τουριστικής επιχείρησης με τους χρηματοπιστωτικούς της εταίρους.

Αυτή η ανταλλαγή πληροφοριών μέσα σε πνεύμα συνεργασίας μεταξύ τράπεζας και τουριστικής επιχείρησης αποτελεί την κινητήρια δύναμη της ικανότητας του κλάδου να αναπτύξει συντονισμένες στρατηγικές μετάβασης στο ευρώ, οι οποίες θα επιτρέψουν στις τουριστικές επιχειρήσεις να εκμεταλλευθούν πλήρως τις δυνατότητες που προσφέρει το ενιαίο νόμισμα.

Οι πολλές και διαφορετικές δραστηριότητες του τομέα του τουρισμού και οι πολυάριθμοι φορείς που συμμετέχουν καθιστούν το συντονισμό μεταξύ όλων των παραγόντων κατά τη μεταβατική περίοδο εξαιρετικά αναγκαίο. Οι δημόσιες αρχές πρέπει να εξετάσουν το συντονιστικό ρόλο που ενδέχεται να κληθούν διαδραματίσουν για τη μετάβαση του τομέα του τουρισμού στο ευρώ.



## **9.4 Η εισαγωγή του ευρώ στον τομέα του τουρισμού μπορεί να συμβάλει στον εντοπισμό εμποδίων για την ορθή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς.**

Η διαφάνεια που συνεπάγεται η εισαγωγή του ευρώ έχει ήδη καταδείξει τις επιπλέον δαπάνες που επιβαρύνουν τους τουρίστες όταν προβαίνουν σε διακρατικές – σε αντίθεση με τις εθνικές – πληρωμές με κάρτες. Έχει τονιστεί η σημασία του είδους αυτού των πληρωμών με κάρτες. Έχει ήδη τονιστεί η σημασία του είδους αυτού των πληρωμών για τον τομέα του τουρισμού.

Οι πληρωμές με κάρτες πρέπει να διακρίνονται από άλλα είδη διασυνοριακών πληρωμών (με τραπεζική μεταφορά) καθόσον είναι το μόνο μέσο πληρωμών για το οποίο υπάρχει ένα αποτελεσματικό και μη δαπανηρό διεθνές σύστημα συμψηφισμού. Επίσης, οι φορείς που πραγματοποιούν το συμψηφισμό αυτό διαβεβαιώνουν ότι τα τέλη μετατροπής που επιβαρύνουν τις τράπεζες μέλη για ενδοκοινοτικές συναλλαγές έχουν καταργηθεί ενόψει της εισαγωγής του ευρώ.

# Ενότητα Γ' "Παράρτημα"

**ΕΚΧΩΡΗΣΗ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ  
ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ**

**ΕΠΙ ΤΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΟΨΗΣ  
ΤΩΝ ΚΕΡΜΑΤΩΝ ΣΕ ΕΥΡΩ**

**Από**

**ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ**

**(καλούμενη εφεξής "Η Κοινότητα")**

**εκπροσωπούμενη από την**

**ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ**

**(καλούμενη εφεξής "Η Επιτροπή")**

**στην**

**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ**

**Εκπροσωπούμενη από τον**

**ΥΠΟΥΡΓΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**

**(σύμφωνα με το Ν.Δ.488/74)**

**Εκτιμώντας :**

ότι η Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θεσπίσει κανόνες για την εισαγωγή ενιαίου νομίσματος για την Ένωση,

ότι το άρθρο 106 παράγραφος 2 της Συνθήκης για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας προβλέπει ότι τα κράτη μέλη μπορούν να εκδίδουν τα σχετικά κέρματα,

ότι σε όλα τα κράτη μέλη (εκτός της Δανίας) διεξήχθη διαγωνισμός για το σχέδιο της κοινής όψης των κερμάτων που άρχισε το δεύτερο ήμισυ του 1996 και έληξε τον Ιούνιο του 1997 με την επιλογή των επικρατέστερων σχεδίων από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο,

ότι ο δημιουργός των επιλεγέντων σχεδίων μεταβίβασε τα σχετικά δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας στην Επιτροπή,

Ότι θεωρείται σκόπιμο κάθε κράτος μέλος που συμμετέχει στο ενιαίο νόμισμα να καταστεί ο δικαιούχος της πνευματικής ιδιοκτησίας επί των σχεδίων για την κοινή όψη των νομισμάτων στο έδαφός του.

Ότι κάθε κράτος μέλος θα εφαρμόζει τον εθνικό του νόμο όσον αφορά στα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

Ότι έχει συμφωνηθεί ότι τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας θα ασκούνται κατά ένα συγκεκριμένο τρόπο.

### **ΩΣ ΕΚ ΤΟΥΤΟΥ**

**Η ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΕΚΧΩΡΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΟΛΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΙ ΚΑΙ ΒΑΣΕΙ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ Η  
ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΔΙΕΚΔΙΚΗΣΕΙ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ**

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΣΤΟ ΕΔΑΦΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΟΨΗΣ ΤΩΝ ΚΕΡΜΑΤΩΝ ΣΕ ΕΥΡΩ.

## **Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΗΝ ΕΠΙΣΗΜΗ ΔΕΣΜΕΥΣΗ.**

Να επιτρέπει τις ακόλουθες μορφές αναπαραγωγής των σχεδίων:

- αναπαραγωγή με τη μορφή φωτογραφιών, σχεδίων, έργων ζωγραφικής, ταινιών, εικόνων και γενικά αναπαραγωγών σε επίπεδη μορφή (χωρίς ανάγλυφες παραστάσεις) εφόσον είναι πιστές στο πρωτότυπο και χρησιμοποιούνται με τρόπο που δεν θίγει την εικόνα του ευρώ.
- αναπαραγωγή σε ανάγλυφη μορφή σε αντικείμενα εκτός από κέρματα, μετάλλια και μάρκες ή οποιαδήποτε άλλα αντικείμενα τα οποία θα μπορούσαν να εκληφθούν ως κέρματα.
- αναπαράγει σε μάρκες από μαλακό υλικό (όπως σοκολάτα) ή πλαστικό εφόσον το μέγεθος τους είναι τουλάχιστον πενήντα τοις εκατό μεγαλύτερο ή μικρότερο από τα πραγματικά κέρματα.

**και να απαγορεύει**

Με επιφύλαξη των δικαιωμάτων της δεόντως εξουσιοδοτημένης αρχής από την Ελληνική Δημοκρατία να εκτυπώνει κέρματα στο έδαφός της.

- την αναπαραγωγή των σχεδίων σε μετάλλια και μεταλλικές μάρκες καθώς και οποιαδήποτε άλλα μεταλλικά αντικείμενα τα οποία θα μπορούσαν να εκληφθούν ως κέρματα.

Τον παρόν συμβόλαιο θα διέπεται από το νόμο της Ελληνικής Δημοκρατίας. Θα έχει διάρκεια ίση με την περίοδο κατά την οποία θα χρησιμοποιούνται τα σχέδια ως κοινή όψη των κερμάτων ευρώ.

**Για την Επιτροπή**

**Ο Γενικός  
Διευθυντής  
Οικονομικών**

**Και  
Χρηματοδοτικών  
Υποθέσεων**

**ΓΙΟΒΑΝΝΙ  
ΡΑΒΑΣΙΟ**

**Βρυξέλλες,  
2000**

**Για τον Υπουργό  
Οικονομικών**

**Η Γενική  
Διευθύντρια**

**Γεν.Δ/νσης  
Θησαυροφυλακίου**

**και  
Προϋπολογισμού**

**ΑΡΕΤΗ  
ΑΣΗΜΑΚΟΠΟΥΛΟΥ**

**Αθήνα, 5  
Ιουλίου 2000**



**Σύσταση της Επιτροπής  
της 13<sup>ης</sup> Ιανουαρίου 1999**

**Όσον αφορά τα συλλεκτικά κέρματα, τα  
μετάλλια και τις «μάρκες»**

**[κοινοποιηθείσα υπό τον αριθμό SEC (1999)  
24/2]**

**(1999/63/ΕΚ) (\*)**

**Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ**

Έχοντας υπόψη τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, και ιδίως το άρθρο 155.

Εκτιμώντας:

1. ότι το ευρώ θα καταστεί το νόμισμα των συμμετεχόντων κρατών μελών από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999 ότι, κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999 μέχρι τις 31 Δεκεμβρίου 2001, το ευρώ θα υφίσταται μόνον ως παραχρηματικό μέσο - ότι τα τραπεζογραμμάτια και κέρματα σε ευρώ θα τεθούν σε κυκλοφορία την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2002 σε ολόκληρο το χώρο ευρώ.

2. ότι, προκειμένου να διευκολυνθεί η μετάβαση στο ευρώ, είναι απαραίτητο να μην δημιουργηθεί σύγχυση στους πολίτες - ότι κατά τη διάρκεια της τριετούς μεταβατικής περιόδου οι πολίτες δεν θα είναι εξοικειωμένοι με τα νέα κέρματα και τραπεζογραμμάτια ευρώ και για το λόγο αυτό θα είναι ευκολότερο να παραπλανηθούν ή να εξαπατηθούν - ότι το ίδιο επίπεδο προστασίας του ευρώ θα πρέπει να εξασφαλισθεί σε όλα τα κράτη μέλη.

3. ότι, προκειμένου να μειωθεί ο κίνδυνος σύγχυσης κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου, είναι σκόπιμο να απαγορευθούν από την επικράτεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης όλα τα συλλεκτικά κέρματα σε ευρώ ή τα μετάλλια και οι «μάρκες» που φέρουν τις λέξεις «ευρώ» ή «λεπτά ευρώ» ή παράσταση ανάλογη με την παράσταση που υπάρχει στην κοινή όψη του κέρματος ευρώ.

4. ότι προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος αυτός, κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου, τα κράτη μέλη δεν θα εκδίδουν συλλεκτικά κέρματα σε ευρώ και τα επίσημα νομισματοκοπεία καθώς και οι ιδιώτες εκδότες στα κράτη μέλη δεν θα πρέπει να εκδίδουν, με σκοπό την πώληση ή για εμπορικούς σκοπούς, μετάλλια και «μάρκες» του είδους που περιγράφεται ανωτέρω - ότι, προκειμένου να αποφευχθεί το ενδεχόμενο μετάλλια και «μάρκες» του προαναφερθέντος είδους που έχουν εκδοθεί από τρίτες χώρες να κυκλοφορήσουν στην επικράτεια της Κοινότητας, η απαγόρευση δεν θα πρέπει να αφορά μόνο την έκδοση αλλά και την πώληση, παραγωγή, αποθεματοποίηση, εισαγωγή και

διανομή με σκοπό την πώληση ή για εμπορικούς σκοπούς των συλλεκτικών κερμάτων και των εν λόγω μεταλλίων και «μαρκών».

5. ότι η απαγόρευση των συλλεκτικών κερμάτων σε ευρώ κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου έτυχε της υποστήριξης του Συμβουλίου ECOFLY της 23<sup>ης</sup> Νοεμβρίου - ότι σε ορισμένα κράτη μέλη υπάρχει ή πρόκειται να θεσπιστεί νομοθεσία σχετικά με τα μέταλλα και τις «μάρκες» η οποία ακολουθεί την παρούσα σύσταση.

6. Ότι θα ήταν ευχής έργο οι τρίτες χώρες να στηρίξουν τις προσπάθειες που καταβάλλει η Ευρωπαϊκή Ένωση για να προστατεύσει τους πολίτες της κατά της σύγχυσης και της απάτης και για το λόγο αυτό να μην εκδώσουν συλλεκτικά κέρματα, μέταλλα και «μάρκες» του είδους που περιγράφονται ανωτέρω, ιδίως κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου.

## **ΣΥΝΙΣΤΑ:**

### **Α ρ θ ρ ο 1**

#### **Ορισμοί**

Για τους σκοπούς της παρούσας σύστασης ισχύουν οι ακόλουθοι ορισμοί:

α) «συλλεκτικά κέρματα» είναι τα αναμνηστικά κέρματα σε χρυσό ή άργυρο που αποτελούν νόμιμο χρήμα αλλά δεν έχουν παραχθεί με σκοπό να τεθούν σε κυκλοφορία.

β) «μέταλλα και μάρκες» είναι τα μεταλλικά αντικείμενα κυκλικού σχήματος τα οποία έχουν τη μορφή κέρματος, αλλά δεν

αποτελούν νόμιμο μέσο πληρωμής ούτε νόμιμο χρήμα και δεν έχουν εκδοθεί βάσει εθνικών ή ξένων νομοθετικών διατάξεων.

γ) «ευρώ» είναι το νόμιμο νόμισμα των συμμετεχόντων κρατών μελών όπως ορίζεται στο άρθρο 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 974/98 του Συμβουλίου, για την εισαγωγή του ευρώ.

δ) «μεταβατική περίοδος» είναι η περίοδος που αρχίζει την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1999 και λήγει την 31<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2001.

## **Α ρ θ ρ ο 2**

### **Συνιστώμενες πρακτικές**

Κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου συνιστάται να εφαρμοστούν οι ακόλουθες πρακτικές:

1. τα κράτη μέλη να μην εκδώσουν συλλεκτικά κέρματα σε ευρώ. Ο εν λόγω περιορισμός θα πρέπει να ισχύσει επίσης για τα συλλεκτικά κέρματα με διπλή ονομαστική αξία σε ευρώ και σε εθνική νομισματική μονάδα. να μην πωληθούν, παραχθούν, εκδοθούν, αποθεματοποιηθούν, εισαχθούν και διανεμηθούν, με σκοπό την πώληση ή για εμπορικούς σκοπούς, συλλεκτικά κέρματα, μετάλλια και μάρκες που φέρουν τις λέξεις «ευρώ» ή «λεπτά ευρώ» ή εμφανίζουν παράσταση που είναι παρόμοια με την παράσταση που υπάρχει στην κοινή όψη του κέρματος ευρώ ή που έχει ήδη επισήμως επιλεγεί για την κοπή ανάλογων κερμάτων στο μέλλον.

## **Α ρ θ ρ ο 3**

### **Εφαρμογή από τα κράτη μέλη**

Τα κράτη μέλη θα πρέπει να λάβουν το ταχύτερο δυνατό όλα τα μέτρα που κρίνουν απαραίτητα, θεσπίζοντας μεταξύ άλλων πρόσθετη εθνική νομοθεσία προκειμένου να εξασφαλίσουν την πλήρη εφαρμογή των συνιστώμενων πρακτικών κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου.

#### **Α ρ θ ρ ο 4**

#### **Αποδέκτες**

Η παρούσα σύσταση απευθύνεται στα κράτη μέλη και σε όλους τους οικονομικούς παράγοντες που ενδέχεται να αναπτύξουν δραστηριότητες έκδοσης, παραγωγής, διανομής, εισαγωγής, ή πώλησης μεταλλίων και «μαρκών».

Βρυξέλλες, 13 Ιανουαρίου 1999

Για την Επιτροπή

**Yves Thibault DE SILGUY**

**Μέλος της Επιτροπής**

## Τα τελευταία νέα του Ευρώ

- Τα πλαστά χαρτονομίσματα ευρώ του 2002  
(Εφημερίδα «ΤΑ ΝΕΑ» της 24/03/03)



Στην Ελλάδα κυκλοφόρησε, το 2002, το 3% των πλαστών χαρτονομισμάτων που εντοπίστηκαν στις 12 χώρες του ευρώ. Εντοπίστηκαν στη χώρα μας 4.934 πλαστά χαρτονομίσματα, έναντι 145.153 στη ζώνη του ευρώ. Στην εποχή της δραχμής εντοπιζόνταν περισσότερα από 20.000 πλαστά χαρτονομίσματα το χρόνο, κυρίως των 10.000 και των 5.000 δραχμών. Στελέχη της Τραπέζης της Ελλάδος αναφέρουν ότι ο μεγαλύτερος αριθμός πλαστών νομισμάτων εντοπίζεται από τα «μηχανάκια» που έχουν προμηθευτεί στα ταμεία τους διάφορες εμπορικές επιχειρήσεις (φούρνοι, σουπερ μάρκετ κλπ), αλλά και από τα ΑΤΜ. Μάλιστα, στα νέα ΑΤΜ που προμηθεύονται οι τράπεζες θα γίνεται αυτόματος έλεγχος για πλαστά χαρτονομίσματα κατά την κατάθεσή τους, ενώ ταυτόχρονα θα «φωτογραφίζεται» ο αριθμός τους, θα καταγράφεται ο τραπεζικός λογαριασμός του καταθέτη και θα δίνονται τα στοιχεία στην τράπεζα και στην αρμόδια αρχή (Εθνικό Κέντρο Ανάλυσης Τραπεζογραμματίων).

**• Οι Έλληνες στην εποχή του ευρώ (Eurobarometer 58.1 / Μάρτιος 2003).**

Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 1ης Οκτωβρίου και 5ης Νοεμβρίου 2002 στις 15 χώρες της Ε.Ε. καλύπτοντας δειγματοληπτικά τον πληθυσμό των χωρών – μελών ηλικίας 15 ετών και άνω. Όσον αφορά στο Ελληνικό τμήμα της έρευνας, στο τυχαία επιλεγμένο δείγμα συμμετείχαν 1003 Έλληνες, κάτοικοι αντιπροσωπευτικών περιοχών της Ελληνικής επικράτειας.

**Η πλειοψηφία της ελληνικής κοινής γνώμης (71%) τάσσεται υπέρ της Ευρωπαϊκής Νομισματικής Ένωσης με ένα**

**μοναδικό νόμισμα** (το αντίστοιχο ποσοστό στην Ε.Ε. των 15 είναι 3%). **Το 88% των Ελλήνων πιστεύει ότι οι τιμές έχουν στρογγυλεύει προς τα πάνω σε όλους τους τομείς (ΕΕ 15: 77%). Το 67% των ερωτηθέντων εξακολουθεί να υπολογίζει τις τιμές με βάση τη δραχμή.**

- Σύμφωνα με τα αποτελέσματα δύο σφυγμομετρήσεων, οι αντιτιθέμενοι στην αντικατάσταση της σουηδικής κορώνας από το ευρώ, εξακολουθούν να προηγούνται με **51%** και **46%**, ενώ οι φιλοευρωπαϊστές συγκέντρωσαν ποσοστό 39% και στις δύο σφυγμομετρήσεις (**Εφημερίδα «Το Βήμα» 01.03.03**). Σημειωτέον ότι στις 14 Σεπτεμβρίου του 2003 θα διεξαχθεί δημοψήφισμα στη Σουηδία με το ερώτημα της αντικατάστασης ή όχι της κορώνας από το ευρώ.

- Από 01.07.2002, με την έναρξη ισχύος του κανονισμού της Ε.Ε. για τις διασυνοριακές πληρωμές σε ευρώ, η επιβάρυνση των πελατών των τραπεζών για την ανάληψη ευρώ από ΑΤΜ, καθώς και για τις πληρωμές με τραπεζικές κάρτες σε ευρώ θα είναι η ίδια τόσο στη χώρα μόνιμης κατοικίας όσο και στα άλλα κράτη μέλη.

Επίσης από 01.07.2002 η επιβάρυνση για τη χρήση πιστωτικής κάρτας και κάρτας πληρωμών (για πληρωμές σε ευρώ μέχρι το ποσό των 12.500 ευρώ) θα είναι η ίδια, ανεξάρτητα από το αν οι πληρωμές πραγματοποιούνται στη χώρα έκδοσης της κάρτας ή σε άλλο κράτος μέλος.



Περισσότερα στο διαδίκτυο στη διεύθυνση:  
[http://europa.eu.int/comm/internal\\_market/en/finances/payment/index.htm](http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/finances/payment/index.htm).

- Ανταλλαγή δραχμικών χαρτονομισμάτων με ευρώ από 01.03.2002 μπορεί να γίνει στα 27 υποκαταστήματα της Τράπεζας της Ελλάδος έως την 01.03.2012.

- Ανταλλαγή δραχμικών κερμάτων μπορεί να γίνει στα 27 υποκαταστήματα της Τράπεζας της Ελλάδος ή σε όλα τα υποκαταστήματα της Εφορίας μέχρι την 01.03.2004.

- i. Όπως ανακοινώθηκε από την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών σύμφωνα με το άρθρο 35 του Ν. 2971/2001 "Αιγιαλός, παραλία και άλλες διατάξεις", επιταγές σε δραχμές, στις οποίες αναγράφεται ημερομηνία έκδοσης από την 01/01/2002 μέχρι και την 31/12/2003 θεωρείται ότι ισχύουν ως επιταγές μετά την 01/01/2002, και είναι πληρωτέες σε ευρώ, εφόσον συντρέχει μια εκ των κατωτέρω προϋποθέσεων: είτε αποδεικνύεται από δημόσιο ή ιδιωτικό έγγραφο βεβαίας χρονολογίας ότι η επιταγή έχει εκδοθεί μέχρι και την 31/12/2001.

- ii. είτε η επιταγή έχει καταγραφεί σε πινάκια, σύμφωνα με το άρθρο 11 του Ν. 1957/91 μέχρι την 31/12/2001.

- iii. είτε υπάρχει επί του σώματος της επιταγής επισημείωση, στην οποία όλα τα λειτουργούντα στην Ελλάδα πιστωτικά υποχρεούνται να προβαίνουν μέχρι την 31/12/2001, ότι η επιταγή, στην οποία αναγράφεται ημερομηνία έκδοσης

μεταγενέστερη της 31/12/2001 και μέχρι και την 31/12/2003, εμφανίσθη όχι προς πληρωμή, μέχρι την 31/12/2001.

iv. Όλες οι άλλες επιταγές σε δραχμές, για τις οποίες δεν προκύπτει σύμφωνα με τα παραπάνω με βεβαιότητα η έκδοσή τους κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου του 2001 (ή νωρίτερα) δεν ισχύουν ως επιταγές.

v. Η εν λόγω διάταξη αφορά αποκλειστικά και μόνο τις επιταγές σε δραχμές στις οποίες αναγράφεται ημερομηνία έκδοσης από την 01/01/2002 έως και την 31/12/2003 και εμφανίζονται προς πληρωμή εντός του χρονικού αυτού διαστήματος και όχι επιταγές που αναγράφουν ημερομηνία έκδοσης μεταγενέστερη της 31/12/2003.

• **Περί πλαστών χαρτονομισμάτων.**

Σύμφωνα με ανακοίνωση της Τράπεζας της Ελλάδος (**21/12/02**) ο αριθμός των πλαστών χαρτονομισμάτων είναι **έξι (6) πλαστά χαρτονομίσματα ευρώ ανά ένα εκατομμύριο κυκλοφορούντων χαρτονομισμάτων κατά το έτος 2002**. Ο συνολικός αριθμός των πλαστών χαρτονομισμάτων που έχουν εντοπισθεί κατά το ίδιο έτος ανέρχεται σε **3702 τεμάχια**.

Σύμφωνα με την ίδια ανακοίνωση «Ο έλεγχος γνησιότητας των χαρτονομισμάτων που στηρίζεται αποκλειστικά και μόνο στις συσκευές που κυκλοφορούν σήμερα ευρέως στην αγορά, και οι οποίες ελέγχουν με υπεριώδη ακτινοβολία μόνο ένα δευτερεύον χαρακτηριστικό ασφαλείας, δε θα πρέπει να κρίνεται ως επαρκής».

# ΔΙΑΚΟΠΕΣ 2001

Γιατί να μην επωφεληθείτε από τις διακοπές σας του 2001 για να γνωρίσετε το ευρώ;



## Μην ξεχάσετε να πάρετε μαζί σας το **ΥΡΩ!**

Το ενιαίο νόμισμα της Ευρώπης υπάρχει ήδη και είναι το επίσημο νόμισμα δώδεκα ευρωπαϊκών χωρών. Δεν είναι απαραίτητο να περιμένετε μέχρι την 1η Ιανουαρίου του 2002, όταν θα τεθούν στην κυκλοφορία χαρτονομίσματα και κέρματα ευρώ. Μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε τώρα!



Ευρωπαϊκή  
Επιτροπή

- ▶ Παρακάτω ακολουθούν πληροφορίες σχετικά:
- ▶ με το πώς μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το ευρώ.
- ▶ με το πώς μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το ευρώ.
- ▶ με τα πλεονεκτήματα χρησιμοποίησής του ευρώ.

### Τρία βήματα προς το ευρώ

- ▶ **1η Ιανουαρίου 1999:** το ευρώ θεσπίστηκε και έγινε το επίσημο νόμισμα έντεκα κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Καθορίστηκαν οι ισοτιμίες μεταξύ του ευρώ και των εθνικών νομισμάτων αυτών των χωρών. Η Ελλάδα υιοθέτησε το ευρώ την 1η Ιανουαρίου του 2001.
- ▶ **1η Ιανουαρίου 2002:** θα τεθούν σε κυκλοφορία τα χαρτονομίσματα και κέρματα ευρώ. Τα χαρτονομίσματα θα έχουν εφτά αξίες και θα είναι όμοια σε όλες τις χώρες: 5 ευρώ, 10 ευρώ, 20 ευρώ, 50 ευρώ, 100 ευρώ, 200 ευρώ, 500 ευρώ. Ένα εθνικό σύμβολο θα εμφανίζεται στη μία πλευρά του καθενός από τα οκτώ κέρματα οι αξίες των οποίων θα είναι 1 λεπτό, 2 λεπτά, 5 λεπτά, 10 λεπτά, 20 λεπτά, 50 λεπτά, 1 ευρώ και 2 ευρώ.
- ▶ **Το αργότερο μέχρι τέλος Φεβρουαρίου 2002:** τα περισσότερα χαρτονομίσματα και κέρματα στις μονάδες εθνικών νομισμάτων θα έχουν αποσυρθεί. Στη συνέχεια ό,τι υπάρχει ακόμα σε κυκλοφορία είναι δυνατόν να ανταλλαγεί σε ευρώ στις κεντρικές τραπεζες.

### ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΕΠΑΦΕΣ

Τηλεφωνικοί αριθμοί εθνικών γραμμών παροχής συνδρομής

Βέλγιο 0800 1 2002	Λουξεμβούργο 8002 7575
Δανία 33 95 55 55	Κάτω Χώρες 0800 1521
Γερμανία 0180 321 2002	Αυστρία 0800 22 11 11
Ελλάδα 0800 2002 1	Πορτογαλία 808 201 201
Ισπανία 901 11 20 02	Φινλανδία 010 345 6700
Γαλλία 0800 01 2002	Σουηδία 020 72 73 74
Ιρλανδία 1890 20 10 50	Ηνωμένο
Ιταλία 800 11 2002	Βασίλειο 08456 01 01 99

(από τον Σεπτέμβριο 2001)



ΝΒ-34-00-415-GR-0

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΠΙΣΗΜΩΝ ΕΚΔΟΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

### Ποιες χώρες έχουν υιοθετήσει το ευρώ;

Υπάρχουν δώδεκα χώρες των οποίων το νόμισμα είναι το ευρώ. Αυτές είναι:

Βέλγιο	Γαλλία	Κάτω Χώρες
Γερμανία	Ιρλανδία	Αυστρία
Ελλάδα	Ιταλία	Πορτογαλία
Ισπανία	Λουξεμβούργο	Φινλανδία

Οι ισοτιμίες μεταξύ του ευρώ και των εθνικών νομισμάτων των χωρών αυτών είναι καθορισμένες και δεν κυμαίνονται. Οι ισοτιμίες είναι:

1 €	13,7603	αυστριακό σελίνιο
40,3399	7	βελγικό φράγκα
1,956683	3	γερμανικό μάρκα
166,3863	4	ισπανικός πεσέτες
5,94673	3	φινλανδικά μάρκα
5,55957	2	γαλλικά φράγκα
340,750	5	ελληνικές δραχμές
0,787564	1	ιρλανδικές λίρες
1,936,27	1	ιταλικές λίρες
10,9399	1	λουξεμβουργιανά φράγκα
2,20371	5	ολλανδικά φιορίνια
200,482	5	πορτογαλικά εσκούδα

**Πού μπορώ να χρησιμοποιήσω το ευρώ;**

**Το ευρώ γίνεται δεκτό:**

- ▶ από τα περισσότερα ταξιδιωτικά γραφεία,
- ▶ από τις εταιρείες αεροδρομικών και αεροπορικών γραμμών,
- ▶ από πολλά ξενοδοχεία και εστιατόρια,
- ▶ από τουριστικά καταστήματα και τουριστικές υποδομές.

Ορισμένα σημεία αγοράς όπου μπορείτε να είστε βέβαιοι ότι είναι δυνατόν να χρησιμοποιήσετε το ευρώ έχουν αναρτημένο το ακόλουθο σήμα:



Αυτός ο λογότυπος σημαίνει ότι οι τιμές αναφέρονται τόσο σε ευρώ όσο και σε εθνικό νόμισμα και ότι οι τιμές σε ευρώ έχουν καθοριστεί σύμφωνα με τη νόμιμη τιμή μετατροπής και τους κανόνες στρογγύλευσης. Το κατάστημα έχει επίσης αναλάβει τη δέσμευση παροχής πληροφοριών για το ευρώ.

Αναμένοντας την κυκλοφορία των χαρτονομισμάτων και των κερμάτων ευρώ σε λιγότερο από ένα έτος, οι διακοπές περιέχουν την ευκαιρία να αρχίσουμε να κατανοούμε τι αξίζει το ευρώ.

**Πώς μπορώ να χρησιμοποιήσω το ευρώ;**

**Πληρώνετε, αλλά όχι σε μετρητά:**

- ▶ πιστωτικές κάρτες,
- ▶ κάρτες πληρωμής,
- ▶ ταξιδιωτικές επιταγές σε ευρώ,
- ▶ τραπεζικά εμβάσματα.

Οι πιστωτικές κάρτες παραμένουν ο φθηνότερος τρόπος πληρωμών σε μια ξένη χώρα.

Παρά το γεγονός ότι ορισμένες επιχειρήσεις δεν είναι εξοπλισμένες ακόμα, φέτος όλο και περισσότερες εγκαθιστούν τερματικά πιστωτικών καρτών και καρτών πληρωμών που να δέχονται το ευρώ.

Οι ταξιδιωτικές επιταγές σε ευρώ είναι τώρα διαθέσιμες απ' όλους τους σημαντικότερους φορείς έκδοσης.

Αλλά μην προσπαθήσετε να συμπληρώσετε επιταγή από τις συνήθως χρησιμοποιούμενες στη χώρα σας σε ευρώ, γιατί μπορεί να είναι πολύ δύσκολη η διαχείρισή της σε μια ξένη χώρα.

Σε πολλές χώρες, οι επιβαρυνσεις για τα διασυνοριακά τραπεζικά εμβάσματα είναι τώρα ελαφρώς χαμηλότερες από παλαιότερα.

Αλλά, πριν δώσετε τη σχετική εντολή, ρωτήστε την τράπεζά σας πόσο θα σας κοστίσει.

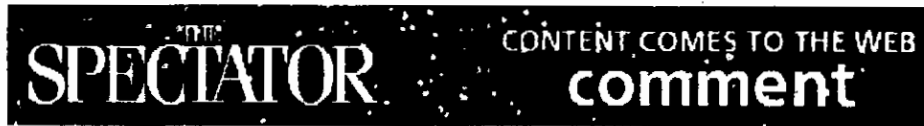
**Ποια είναι τα πλεονεκτήματα χρησιμοποίησης του ευρώ;**

**Να αποκτήσετε μια ιδέα της αξίας του ευρώ**

- ▶ Δίνοντας προσοχή στις τιμές σε ευρώ και πληρώνοντας σε ευρώ όταν μπορείτε θα μπορέσετε να κατανοήσετε τι αξίζει το νέο νόμισμα και ποια είναι η αγοραστική του δύναμη.
- ▶ Εάν μάθετε γρήγορα την αξία του ευρώ, δεν θα χρειάζεται να έχετε υπόψη σας την τιμή μετατροπής του ευρώ ή του τοπικού νομίσματος στο εθνικό σας νόμισμα.
- ▶ Οι τιμές αγαθών και υπηρεσιών δεν είναι ίδιες στις διαφορετικές περιοχές της ζώνης ευρώ. Εάν αρχίσετε να προσέχετε τις τιμές σε ευρώ, σύντομα θα εντοπίσετε τις διαφορές.



Το ευρώ είναι δυνατόν να σας βοηθήσει στη διαχείριση των χρημάτων κατά τις διακοπές σας.



**FT.com**  
FINANCIAL TIMES

 PRINT THIS

## Greece seeks tourism investment

By John Simkins in London

Published: January 16 2001 21:05 | Last Updated: January 16 2001 21:12

Greece on Tuesday launched a drive to attract E500m (£321m) of foreign investment to its asset-rich tourism sector, as part of efforts to kick-start a privatisation programme it sees as one of this year's priorities.

Hellenic Tourist Properties (ETA), the asset management arm of the state's tourism organisation, is seeking to develop its 300 sites throughout Greece, through long-term leases and joint operation and equity agreements with private investors.

The capital would form part of a four-year E1bn investment - also including domestic private capital and the tourism body's revenue - aimed at upgrading tourism infrastructure for the 2004 Olympics in Athens. Total investment over the next six to eight years is expected to exceed E2bn.

Speaking at a meeting of tourism operators and investment bankers in London, Nikos Christodoulakis, the development minister, said that attracting foreign investment was crucial if Greece was to seize opportunities presented by its arrival in the euro-zone at the start of this year.

"Attracting foreign investment is a dominant policy target in the years to come, and the government is prepared to take all the steps necessary," he said.

Athens plans a raft of privatisations this year, including an equity stake of up to 65 per cent in the loss-making Olympic Airways. Until now these have been restricted mainly to sales of minority stakes, through flotation of state corporations on the Athens stock exchange.

The slow pace of deregulation, and reluctance to offer management control in return for strategic stakes, has made investors cautious.

Mr Christodoulakis said the current depressed state of the Athens stock market "creates some concern" with regard to the investment climate. "But the market will revive after a consistent wave of privatisations. Supply will create demand," he said.

He said Athens hoped that hosting the Olympics "will create a positive sentiment".

ETA has recently finalised negotiations with Fuji Bank to lead a group of financial advisers in seeking partners for its development projects.

It is inviting final proposals by July for ventures in Attica, the region surrounding Athens, including a theme park, a water park and aquarium and the upgrading of marinas.

**Find this article at:**

<http://news.ft.com/ft/gx.cgi/ftc?>

[pagename=View&c=Article&cid=FT38AHY22IC&live=true&tagid=ZZZAFZAVA0C&subheading=europe](http://news.ft.com/ft/gx.cgi/ftc?pagename=View&c=Article&cid=FT38AHY22IC&live=true&tagid=ZZZAFZAVA0C&subheading=europe)

Check the box to include the list of links referenced in the article.

**Jupiterresearch.**  
Business Intelligence for Business Results

**Core Analysts Research**  
Custom Research & Consulting  
Industry Essentials

  
[BACK](#)

## TOURISM: 'Euro' Poses Challenge To Developing Nations

By Ramesh Jaura

**BERLIN, Mar 9 (IPS) - Developing nations need to "act most urgently" if they are to benefit from next year's expected introduction of the European single currency, the 'Euro', says a report published at the ITB world tourism fair here, Monday.**

Countries whose tourist industry is dominated by visitors from the member states of the European Union (EU) must act now, says analysis by Karl Wolfgang Menck of the HWWA Institute for Economic Research in Hamburg.

Menck lists the most affected countries as those in North Africa and bordering on the Mediterranean, but also, to a lesser extent, those of the Caribbean, South East Asia and Southern Africa.

"The fact that the introduction of the euro will also have

implications for tourism in developing countries is a subject touched only marginally," regrets Menck.

In a brief analysis circulated by the Berlin Fair Company, Menck says that if tourism businesses in developing countries want to continue to compete successfully for European visitors, they have little alternative but to adapt to the changed conditions.

These require developing country governments to put in place "the right economic and societal as well as social and political framework for the change". This will protect the environment, bring about political stability and safeguard a democratic system.

These, according to Menck, will determine the continued competitiveness of the various destinations in the international market. So will an economic and tourism policy that allows for pre-planning and market decisions. Emphasis also must go towards finding the expertise needed to expand infrastructure and collaborate with foreign companies.

According to another report published Monday at the ITB event here, which has drawn travel companies and tourist office from 188 countries and territories, predicts that Euro will have a "positive impact" on European tourism.

The euro represents a plus for European tourism, but not a revolution," the Madrid-based World Tourism Organisation's secretary general Francesco Frangialli said here Monday.

The euro will allow tourism businesses such as tour operators, hotel chains and car rental companies to operate in a broader market with more open and transparent pricing, Frangialli told reporters covering the five-day ITB fair.

The ability to compare prices more readily in European destinations would increase competition, both inside and outside the Euro zone, Frangialli said, adding that increased competition should benefit travellers with lower prices and should ultimately strengthen the tourism industry.

The euro zone is expected to include Austria, Belgium, Finland, France, Germany, Ireland, Italy, Luxembourg, the Netherlands, Portugal and Spain, when the transitional phase is launched on Jan. 1, 1999.

The World Tourism Organisation is of the view that countries that are participating in the first phase of the euro will have a competitive edge over those not participating, but those not included in the first round are not expected to face problems.

The World Tourism Organisation, which has members in 138 countries, is sponsoring a conference on 'The Effect of the Euro' between May 3-8 in Greece, to analyse the implications of the single European currency for countries both inside and outside the euro zone.

Frangialli said there was also the practical advantage of both travellers and trade of not having to change money when they travel to or do business with countries in the Euro zone.

If the countries making up the Euro zone are considered as one nation with a total population of some 288 million, they constitute the number one destination in the world in all aspects of tourism, according to WTO research.

"The euro zone will be the number one force in world tourism, outperforming its nearest competitor, the USA, in terms of tourist arrivals, tourism receipts and outbound trips," Frangialli said.

In yet another new report, the World Tourism Organisation Business Council (WTOBC) has urged governments everywhere to eliminate some taxes and rethink others if they want to increase economic benefits of tourism from their countries.

"Taxes on tourism are proliferating and we are worried, because in some cases they can stifle tourism and cause a net loss in revenues for a destination," said WTO Business Council chief executive officer Jose Luis Zoreda, presenting the study Monday.

Of 50 destinations surveyed in the year-long WTOBC report, 73 percent have increased taxes on the tourism over the past three years and only 13 percent have lowered them.

The most damaging taxes were visa or entry fee and airport departure taxes, which are a detriment to travel and are often hidden from the consumer as part of air ticket charges. More than 40 different kinds of taxes on tourism are identified in the WTOBC study, including many new ones such as environmental taxes.

It calls on governments to carry out comprehensive studies of the cumulative effect of so many taxes and weigh the revenues collected against the impact that taxation has on tourist arrivals and tourist spending.

"We are not against taxing tourism," said Zoreda, "We simply think that it should be done wisely and fairly after careful consultation with the private sector." (END/IPS/RAJ/RJ/98)



INTERNATIONAL  
**Herald Tribune**  
THE IHT ONLINE

Copyright © 2002 The International Herald Tribune www.iht.com

## The Euro: Tourism Boon Comes With Caveats for Travelers

**Barry James** International Herald Tribune  
Tuesday, December 11, 2001

**PARIS** The European tourism industry, hit badly by the Sept. 11 terrorist attacks, is hoping to get a lift next month when the introduction of euro bills and coins makes trips across international frontiers more convenient.

But the European Commission is warning travelers to continue to beware of excessive bank charges for transferring money from one country to another.

Tourism industry executives predict that the Jan. 1 full introduction of the euro will encourage short trips within Continental Europe, particularly for shopping, once people realize that a cross-border trip is little more complicated than one within their own country.

It will "reduce the anxiety level" about venturing abroad, said Peter Shackleford, the European regional representative for the World Tourism Organization in Madrid. "You will be able take money with you and bring it back without feeling that you have to budget specially."

A spokesman for the World Travel and Tourism Council in London said the euro was "going to make it a lot easier for travelers and for the industry." While it would not fully make up for the fall in demand following Sept. 11, it was "a step in the right direction," he said.

Prices will continue to vary widely from country to country, depending on local costs and rates of taxation. But economists at the European Commission expect that competition - aided by the clarity of comparing prices in a common currency shared by 12 countries - will gradually bring prices closer together.

In the meantime, travel is likely to pick up sharply in coming months as people shop for bargains abroad, according to Marco Ferrari, a spokesman in Rome for Starwood Hotels Resorts. "It's a superb opportunity, and we are ready" he said.

One part of the tourism industry, however, will suffer: money changers. Banks, exchange shops and hotels will lose some revenue now earned from buying and selling foreign currency. Many small, "hole-in-the-corner" operations will go out of business altogether, according to industry analysts.

John Howells, director of foreign exchange services for American Express in Britain and Ireland, said this was due more to the crackdown on money-laundering following Sept. 11 than to the introduction of the new notes and coins.

Mr. Howells said American Express could lose 10 percent to 15 percent of its exchange business between Britain, which is not adopting the new currency, and the Continent, and that losses could be higher on the Continent itself. But it was hard to predict exactly.

He said he thought Britons would change money in larger amounts and keep leftover euros for their next trip. With many stores in Britain having announced that they are ready to take the euro, he said, "many people will keep two currencies on the go."

What American Express loses on currency exchange, it may pick up on its travel business. "The euro is going to lubricate movement around the block," Mr. Howells said. "It's going to make traveling much easier."

Unlike the more traveled British, 60 percent of French citizens never leave their own country, and the euro could encourage them to be more adventurous, he said.

A spokesman for the Banking Association of the European Union said the impact of the currency switch on banks would be minimal, because they have been using the single currency, in electronic form, since Jan. 1, 1999, when the exchange rates between the participating national currencies were locked.

Like the exchange offices, banks made their profits by buying currencies low and selling them high. Now that there are no exchange risks, they charge transaction fees instead - and some of those have aroused controversy.

The European Commission this year began an investigation into scores of banks it suspects of price rigging, after it dispatched 1,500 money orders for E100 (\$89) each from locations around Europe. It found that senders pay an average of E24 in charges to send E100 from one European country to another. The results showed no improvement over similar studies carried out in the early 1990s.

The commission cannot interfere with what banks charge in a free market, a spokesman said, but the euro will make it much easier for people to compare prices and use the banks that impose the lowest fees.

The EU Council of Ministers recently agreed that banks must not charge more to transfer money from one euro-zone country to another than they charge for similar transactions within their own countries. The restrictions, which face a vote in the European Parliament, would initially apply to money transfers of up to E12,500. That figure would increase to E50,000 on Jan. 1, 2006.

Another caveat for consumers: Using credit or debit cards to withdraw money from automated teller machines in a country other than the one in which the card was issued can incur unexpected transaction costs. The EU ruling calls for a common convention on such fees.

Also, travelers will not find many businesses abroad ready to accept euro-denominated personal checks, since there is no EU-wide register of bad risks.

For travelers coming from outside the euro zone, the new currency should simplify matters considerably, since they will no longer need to change money and incur transaction fees at each border. The European Central Bank will supply central banks outside the zone with euro notes before the transition, meaning that travelers from major countries should be able to buy the currency before they leave.

"There will be less risk of confusion, and it should be easier to travel with dollars as well, since it is a simple conversion," Mr. Shackelford said.

He predicted that the introduction of the euro also would encourage visitors from Japan, who typically come with schedules that include visits to a half-dozen countries in a couple of weeks and complain about the complication and expense of constantly changing money.

In addition to avoiding exchange fees, travelers will no longer have the problem of what to do with small amounts of leftover cash. That, however, could cause a problem for charities that depend partly on travelers putting loose change into collection boxes at airports.

Jean-Claude Baumgarten, president of the World Travel and Tourism Council, said the euro would "make business operations more fluid for all companies within the travel and tourism industry, including travel agents, tour operators, and hotels. And, importantly, the single currency will lead to greater transparency in pricing, which will increase fair competition throughout the euro zone."

The single currency will enable visitors from the rest of the world to view the euro zone as a single market - the world's largest - rather than as a series of markets. Analysts say this poses clear dangers for countries that are unable to control costs. Popular destinations such as Spain and Italy will be under pressure to deliver reasonable prices and high quality in face of competition from destinations outside the euro zone, such as Turkey and Tunisia.

At the same time, Mr. Shackelford said, the single currency would enable some countries, such as Austria, that are perceived as being expensive to show that they offer good value compared with rivals such as Italy.

He said he envisages that the euro plus the absence of border controls will encourage

many more people to take short breaks, particularly by car and train.

The British Department of Trade and Industry is encouraging domestic businesses to accept the euro. Analysts say Britain could lose ground as a tourist destination because of the high cost of the pound relative to the euro.

**IHT**

Copyright © 2002 The International Herald Tribune

## EURO CHANGEOVER EFFECTS

The average rate of change in the euro-zone HICP between the first six months of 2002 and the last six months of 2001 was 1.4%. This rate was the same as the six-month rate ending in June 2001 and close to the corresponding rates to June and December 2000.

The largest part of the price increases over this period can for most item groups - according to Eurostat's analysis - be explained by a normal inflation pattern and by some special non-euro factors; in particular bad weather affecting fruit and vegetable prices, car and energy prices, and some significant tax increases on tobacco. These factors can explain as much as 1.2 rate points out of the total of 1.4%. The contribution to the 1.4% total of the changeover to euro notes and coins most likely falls within the range of 0.0% to 0.2%. However, this estimate is subject to some uncertainty given the passage of time and the length of the period analysed.

This range is slightly higher than the 0.0% to 0.16% range estimated for the month-on-month change between December 2001 and January 2002 and the quarter-on-quarter change between the last quarter of 2001 and the first quarter of 2002, as first published by Eurostat in February and May 2002 and reconfirmed here.

The analyses presented here show that, although price increases for certain types and goods and services have been significant, the changeover effect has not been a driving factor for price inflation as measured by the all-items index during the first half of 2002.

## Analysis of first six months of 2002

### Six-month rate of change

The six-month rate of change for the euro-zone HICP is shown in the table below. This rate was the same as the six-month rate ending in June 2001 and close to the corresponding rates ending in June and December 2000.

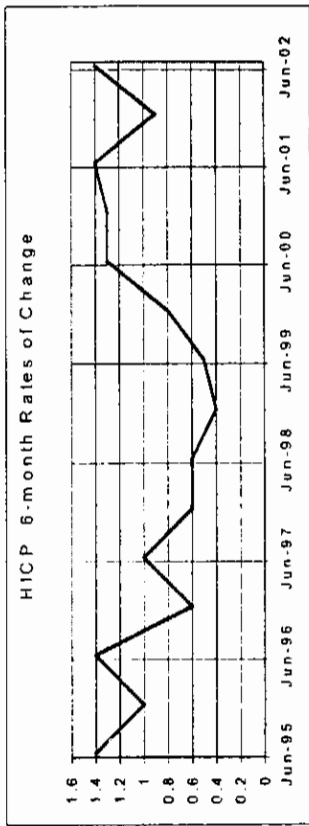


Table 1: Euro-zone HICP six-month rate of change in % for period ending in:

	Jun-98	Dec-98	Jun-99	Dec-99	Jun-00	Dec-00	Jun-01	Dec-01	Jun-02
00 All-items	0.6	0.4	0.6	0.8	1.3	1.3	1.4	0.9	1.4
01 Food	1.3	-0.2	0.8	-1.1	1.4	0.6	3.8	1.5	2.2
02 Alcohol and tobacco	1.6	1.3	1.2	1.0	1.3	0.6	1.9	1.1	2.8
03 Clothing	0.4	0.6	0.4	0.5	0.2	0.5	-0.5	1.4	0.9
04 Housing	0.5	0.2	0.6	1.4	2.0	3.0	1.5	0.7	0.4
05 Household equipment	0.6	0.6	0.5	0.3	0.5	0.5	1.1	0.9	1.0
06 Health	2.6	1.3	1.2	0.8	1.0	0.8	0.4	0.7	1.5
07 Transport	-0.1	0.0	0.6	2.8	2.8	2.2	0.4	-0.5	1.3
08 Communications	-0.8	-0.1	-3.6	-1.5	-2.5	-2.0	-1.6	-0.5	-0.6
09 Recreation and culture	0.3	0.7	-0.2	0.5	-0.1	0.9	0.9	0.8	0.9
10 Educational	1.3	1.1	1.3	1.1	1.5	1.6	1.3	1.8	2.1
11 Hotels and restaurants	1.1	1.2	1.0	1.2	1.3	1.5	1.5	1.9	2.5
12 Miscellaneous	0.4	0.5	0.9	0.8	1.3	0.9	1.8	1.4	1.9
All-items excl. energy	0.9	0.6	0.5	0.2	0.8	0.8	1.4	1.2	1.6
-excl. energy, Food&AlcTob**)	0.8	0.7	0.4	0.6	0.6	0.8	0.9	1.1	1.3
-excl. energy, unproc. food	0.8	0.7	0.5	0.6	0.6	0.8	1.0	1.2	1.4
-excl. energy, seasonal food	0.6	0.6	0.3	0.6	0.6	0.8	1.2	1.2	1.3
Energy	-2.0	-1.9	0.4	6.0	6.6	6.6	0.5	-2.0	-0.2
Food&AlcTob**)	1.3	0.0	0.9	-0.7	1.4	0.7	3.4	1.5	2.3

## Euro-changeover inflation

In practice it is not possible for price index compilers to put a precise figure on the impact of the changeover. The best that can be done is to identify a "most likely range" for the changeover effect.

There is no way to be sure what inflation would have been if the euro changeover had not taken place. Even at the lowest level of detail, there are many factors - regular, irregular, random and systematic ones - which overlap with potential changeover effects, and there are a multitude of potential changeover effects which may amplify each other or cancel

The average index level of the latest six-month period divided by the average for the previous six months. It should be noted that the seasonal pattern in 2001 changed compared with earlier years because of full harmonization regarding the inclusion of sales prices in the HICP.

out. As time has passed since the changeover, more price data has become available for analysis. But also there is more opportunity for other effects - not related to changeover - to influence the analyses.

Eurostat has released two earlier analyses of the euro changeover effects. The first was published on 28 February 2002 (annex to News Release N° 23/2002) and focused on the month-to-month changes between December 2001 and January 2002. The second published on 16 May 2002 (annex to News Release Nr 58/2002) focused on the changes between the last quarter of 2001 and the first quarter of 2002. The analyses have now been extended to include data for the first six months of 2002. The approach has again been to identify regular and special non-euro factors affecting the HICP in the period surrounding the changeover. The sources of the remaining factors have been assessed in order to identify a "grey zone", which can serve as the basis of an estimate of the 'most likely range' for the impact of the euro changeover on prices in the all-items HICP.

In more detail, three approaches have been followed:

1. Eurostat has used statistical techniques to identify those HICP sub-indices showing a price change which is outside what the past data would predict, and
2. compared the price development of the euro-zone with the price development in non-euro-zone countries.
3. Finally, to complement the first analysis, Eurostat has analysed the detailed HICP sub-indices to identify those expenditure groups showing the highest level of the 6-month rates since the beginning of the HICP series in 1995.

#### Product group analysis

Table 1 contains the "contributions" to unusual price changes by certain item groups calculated as a weighted difference between the expected and the actual value for the item group.

The results of the first two columns are as published in February and May 2002 by Eurostat; the 3rd shows the contribution to the 6-month rate ending in June 2002.

**Table 2: Decomposition of euro-zone inflation (in rate points)**

COICOP-group	Source	Contribution Dec01 - Jan02	Contribution Q4/01 - Q1/02	Contribution 6-month rate ending June 2002
1111	Restaurants, cafes, and the like	+0.07	+0.05	+0.10
06	Health	-	+0.03	+0.04
0411/2	Rents	+0.02	+0.02	+0.03
0933	Gardens, plants, and flowers	+0.01	+0.01	+0.01
0112	Meat	-0.01	-	-
1211	Hairdressing salons and personal grooming establishments	0.00	+0.01	+0.01
0111	Bread and cereals	0.00	+0.01	-
1212_3	Electric appliances, articles and products for personal care	-	-	-0.02
	Remaining items not mentioned elsewhere	+0.07	+0.03(*)	+0.03

Total "unusual" price increases	+0.16	+0.16	0.20
---------------------------------	-------	-------	------

(\*) Includes a contribution of 0.02 from purchase of cars

The contribution to the 1.4% total of the effect of the changeover to euro notes and coins most likely falls within a range of 0.0% to 0.2%. This is slightly higher than the range estimated for the month-on-month change between December 2001 and January 2002 and the quarter-on-quarter change between the last quarter of 2001 and the first quarter of 2002. However, the uncertainty of such estimates also increases with the passage of time and the length of the period analysed.

Looking at the first six months of 2002, the largest part of the price increase for most item groups can, according to Eurostat's analysis, be explained by a normal inflation pattern and by some special non-euro factors - in particular bad weather affecting fruit and vegetable prices, car and energy prices, and some significant tax increases on tobacco. These factors can explain as much as 1.2 rate points out of the total of 1.4%.

Assessments at the most detailed level of the remaining HICP components highlight some unusual price changes - and therefore the possibility of changeover inflation - mainly for a range of services such as those provided by restaurants and cafes, some health-related services and some small shops and repair services.

#### Comparison with non euro-zone countries

Going a step further Eurostat has analysed price developments in non euro-zone countries, i.e. Denmark, the United Kingdom, Sweden, and, to some extent, Switzerland, in order to better assess the contribution of "unusual" price increases to inflation rates during the first half of 2002.

Table 3 shows the 6-month inflation rates ending in June 2002 for some relevant expenditure groups

Table 3		DK	S	UK	CH <sup>1)</sup>	Euro-zone
00	All-items	1.6	0.9	0.5	0.5	1.4
0111	Bread and cereals	1.4	1.3	0.3	0.8	1.6
0112	Meat	-0.8	0.6	0.0	1.6	-0.4
0116	Fruit	3.0	5.6	-0.6	2.8	5.3
0117	Vegetables	10.1	10.3	4.1	9.2	12.9
0411_2	Rents	1.9	1.6	1.3	0.5	1.0
06	Health	-3.0	2.4	2.1	0.3	1.5
0933	Gardens and flowers	3.7	3.6	0.4	2.0	5.0
1111	Restaurants and cafes	1.0	2.5	1.5	1.9	3.1
1211	Hair dressing	2.7	1.8	2.4	1.4	2.8
1212_3	Electric appliances	1.0	1.8	-1.1	1.0	0.8

<sup>1)</sup> National CPI, not strictly comparable with HICP

The May estimate included a contribution from car prices of 0.02 rate points. However, it is unlikely that the increases in car prices were the result of euro changeover effects.

Table 4 shows that if we take price developments in non euro-zone countries into account using statistical techniques, the impact of "unusual" price increases might be reduced from 0.20% to 0.14%.

This comparison is subject to some uncertainty as many other factors which cannot be taken into account may affect such an analysis. The results summarized in Table 4 below are no more than tentative adjustments to initial estimates.

**Table 4: Tentative adjustments to initial estimates (in rate points)**

COICOP-group	Source	Contribution Dec01 - Jan02	Contribution Q4/01 - Q1/02	Contribution 6-month rate ending June 2002
	Information from non euro-zone countries	-0.02	-0.03	-0.06
	Total "unusual" price increases	+0.14	+0.13	+0.14

**Euro-zone sub-indices showing the highest 6-month rates in the period ending in June 2002 since 1995**

Table 5 shows euro-zone sub-indices with the highest monthly, quarterly, or six-month rate of change since the HICP began in 1995 for, respectively, January 2002, Q1/02, or ending in June 2002. It also shows their impact, i.e., how much the HICP all-items rate is higher or lower as a consequence of including this item group in the HICP.

**Table 5: Euro-zone sub-indices showing record rates of change for January 2002, Q1/02 or in the first six months of 2002 in descending order of impact on six-month all-items inflation**

COICOP-group	Weight per 1000	Dec01-Jan02		Q4/01-Q1/02		6-month rate ending in June 2002	
		Rate in % (if highest monthly rate)	Impact in points on rate	Rate in % (if highest quarterly ever)	Impact in points on rate	Rate in % (if highest quarterly ever)	Impact in points on rate
0117 Vegetables	15.7	13.6	0.21	14.3	0.21	12.9	0.16
0220 Tobacco	22.8	3.3	0.07	3.5	0.06	4.4	0.07
1111 Restaurants, cafés and the like	67.0	1.2	0.06	2.0	0.09	3.1	0.11
0451 Electricity	-	-	-	-	-	1.8	0.01
0621/3 Medical and paramedical services <sup>1)</sup>	9.5	0.9	0.00	1.6	0.01	2.6	0.01
0711 Cars	-	-	-	-	-	1.2	-0.01
1253 Insurance connected with health	4.5	-	-	3.1	0.01	3.4	0.01
1240 Social protection <sup>2)</sup>	8.7	1.1	0.01	1.3	0.00	1.8	0.00
0630 Hospital services <sup>3)</sup>	6.5	1.4	0.01	1.6	0.01	2.2	0.01
0933 Gardens, plants, and flowers	6.4	-	-	5.0	0.03	5.0	0.02
1255 Other insurance	2.4	2.0	0.00	2.6	0.00	2.9	0.00
1211 Hairdressing salons and personal grooming establishments	12.0	1.1	0.01	2.1	0.02	2.6	0.02
0622 Dental services <sup>4)</sup>	7.2	1.3	0.01	1.1	0.00	1.3	0.00
0612/3 Other medical products, therapeutic appliances and equipment <sup>5)</sup>	4.0	0.5	0.00	0.7	0.00	1.2	0.00
0923 Maintenance and repair of other major durables for recreation and culture	0.0	4.2	0.00	4.3	0.00	5.3	0.00
0311 Clothing materials	-	-	-	-	-	2.7	0.00
0952 Newspapers and periodicals	-	-	-	-	-	2.5	0.01
0723 Maintenance and repair of personal transport equipment	23.7	0.7	0.01	1.5	0.02	2.4	0.02
0314 Cleaning, repair and hire of clothing coverings	1.8	0.8	0.00	1.5	0.00	2.3	0.00
0513 Repair of furniture, furnishings and floor coverings	-	-	-	-	-	2.2	0.00
10X0 Education	-	-	-	-	-	2.1	0.01
0432 Services for the maintenance and repair of the dwelling	9.6	0.6	0.00	1.3	0.00	1.9	0.01
1112 Canteens	-	-	-	-	-	1.9	0.00
0321 2 Shoes and other footwear	-	-	-	-	-	1.8	0.01
0724 Other services in respect of personal transport equipment	10.3	-	-	1.1	0.00	1.5	0.00
1231 Jewellery, clocks and watches	-	-	-	-	-	1.5	0.00
0934 5 Pets and related products	-	-	-	-	-	1.3	0.00
0511 Furniture and furnishings	-	-	-	-	-	1.2	0.00
0721 Spare parts and accessories for cars	-	-	-	-	-	0.9	0.00
0551/2 Major tools and equipment and small tools and miscellaneous accessories	4.6	0.1	0.00	0.4	0.00	0.8	0.00
0914 Recording media	4.1	-	-	0.4	0.00	0.5	0.00
0820 communication <sup>6)</sup>	-	-	-	-	-	-1.5	-0.01
1252 Insurance connected with the dwelling	2.3	1.1	0.00	1.3	0.00	-	-
0735 Combined passenger transport	5.7	1.4	0.01	-	-	-	-
0915 Repair of audio-visual, photographic, and information processing equipment	0.9	0.9	0.00	-	-	-	-

<sup>1)</sup> Since January 2000 <sup>2)</sup> Since January 2001 <sup>3)</sup> Since January 1996 <sup>4)</sup> Since January 2001 <sup>5)</sup> Since January 1996 <sup>6)</sup> Since January 1996

The high number of sub-indices included in Table 5, and in many cases their persistent recording of highest ever price increases, supports consumers' perceptions - that they

faced significant price increases since the euro changeover in January 2002 for some types of goods and services. The item groups with record monthly rates in January 2002 are to a large extent the same as those item groups with record rates for the 1<sup>st</sup> quarter of 2002 and for the six-month rates ending in June 2002.

Consumers form their own views of inflation by comparing the prices they pay over time for the same goods and services. They usually focus in the short term on their most frequent and most important purchases. With the euro changeover experience still fresh, consumers' opinions on euro-changeover inflation can therefore be expected to depend heavily on their experience of the prices for the low-value goods and services they buy frequently.

So where the prices of some purchases in cafes and restaurants have increased more than usually, consumers are well aware of that. What is not so easy for the individual consumer to take into account is that there have been price changes, both up and down, for other (less frequent) purchases. For every increase in the price of a cup of coffee, for instance, which may well be due to the euro-changeover, it would take only a small decrease in the price of computers or refrigerators to balance this out in the HICP. It is only by looking at comprehensive price statistics that the full picture may be seen.

In conclusion, the analyses presented here show that although perceptible the changeover effect has not been driving consumer price inflation as measured by the all-items index during the first half of 2002.



Brussels, 19.12.2002  
ECFIN/605/02-EN

**COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE COUNCIL, THE  
EUROPEAN PARLIAMENT, THE ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE, THE  
COMMITTEE OF THE REGIONS AND THE EUROPEAN CENTRAL BANK**

**The introduction of euro banknotes and coins - one year after**

**Table of contents**

1.	Executive summary and factsheet.....	4
2.	The changeover to the euro: a great success.....	7
3.	Banknotes and coins in circulation in the euro area.....	7
3.1.	Banknotes.....	7
3.2.	Coins.....	8
3.3.	Cross-border flows of euro banknotes and coins.....	10
3.4.	Euro Collector coins.....	10
3.5.	Euro commemorative coins.....	11
3.6.	Nickel in euro coins.....	11
3.7.	Euro counterfeiting.....	12
4.	The citizen and the euro.....	13
4.1.	Public perception of the euro.....	13
4.2.	Thinking in euro.....	13
4.3.	Attitude towards the dual display of prices.....	14
4.4.	Satisfaction with the euro.....	14
4.5.	Introduction of euro cash favours cross-border trade and price transparency.....	15
5.	The impact of the euro changeover on inflation.....	16
5.1.	Development of consumer prices in the euro area.....	16
5.2.	Possible impact of the euro changeover on inflation.....	17
5.3.	The discrepancy between perceived and actual inflation.....	18
6.	Overview by sector.....	20
6.1.	The Banking Industry.....	20
6.1.1.	The choice of the means of payment.....	20
6.1.2.	Cash withdrawals at ATMs.....	21
6.1.3.	Dual display of amounts.....	21
6.2.	The Retail sector.....	22
6.3.	The Cash in Transit sector.....	22
6.4.	The Vending industry.....	22
7.	The role of the euro cash outside the euro area.....	23



7.1.	The three Member States outside the euro area .....	23
7.2.	The Accession countries .....	24
7.3.	The euro world-wide .....	24
7.3.1.	Other parts of Europe .....	24
7.3.2.	Africa .....	25
7.3.3.	America .....	25
7.3.4.	Asia and Oceania .....	26

### 1. EXECUTIVE SUMMARY

Almost one year after the introduction of the euro banknotes and coins the euro has found its place in the daily life of Europe's citizens.

According to the Eurobarometer survey conducted in November 2002, the majority of Europeans feel happy with the euro. There are five times more persons indicating not to have any problems, compared to those who indicate still having some difficulties. The large majority of people quickly got used to the euro cash: 92.8% find it easy to handle banknotes and more than two thirds (68.8%) have no problems handling the euro coins. The vast majority of Europeans believe that the number of existing denominations for banknotes (83.7%) and for coins (53.5%) is just right.

The citizens are now well acquainted with the coins from other euro area countries. Especially in regions along the borders, in big cities and in tourist areas, a rising share of the coins in circulation are of 'foreign' origin. The different national faces of the coins are clearly a source of interest and 92.6% of the respondents confirm that they have no difficulties with the variety of coins. Many citizens have actually started to collect them. The interest of coin collectors was also directed towards the 80 "genuine" euro collector coins that were issued during 2002 by different Member States and which are not destined for regular payment purposes.

The introduction of euro banknotes and coins had an impact on the use of the euro outside the euro area, not only in Europe but also in other parts of the world. Among others, the behaviour of European travellers favours this development: 53% of them indicate taking euro cash with them when leaving the euro area, as opposed to only 16% taking US-Dollars. It appears that payment with euro cash is regularly accepted in the three Member States outside the euro area (DK, S, and UK) as well as in the 12 accession countries, although this practice is usually confined to the capitals and to tourist areas. Some shopkeepers even display prices in euro. In certain areas in the Balkan region, such as Montenegro and Kosovo, the euro is de facto used as the local currency, often as replacement for the former D-Mark. On the other continents, the introduction of euro notes and coins also had some impact, although on a more limited scale. Apart from the French overseas departments which are geographically located outside Europe but form part of the EU, and where the euro replaced the French Franc, the euro is also accepted as a means of payment in the tourist areas of some American, Asian and African countries, sometimes in connection with the display of prices in euro.

In some countries, citizens linked the euro changeover to significant increases in prices. This perception is actually not confirmed by hard facts. In particular, a detailed statistical analysis of price evolutions based on the harmonised index of consumer prices (HIPC) indicates that the impact of the introduction of euro banknotes and coins on prices ranges between 0.0 and 0.20 %. Further analysis demonstrates the existence of a clear gap between perceived and measured inflation; this is explained by significant price increases of certain frequently bought goods and services (there are indeed clear indications that prices have gone up in the service sector, particularly in restaurants, hotels, bars, etc.), which are more relevant for the formation of consumers' perceptions.

Whether the introduction of euro cash has influenced the payment habits of the population is not clear at this stage. A significant increase in the use of non-cash payments has been noticed in the course of 2002, but it is difficult to attribute this shift exclusively to the euro introduction. The average amount withdrawn at ATMs (Automatic Teller Machines) also seems to have increased.

The recent Eurobarometer survey confirms that the "mental conversion" of the Europeans is underway but far from completed: 42.2% of the consumers already calculate mainly in euro, but this percentage drops to 12.5% when important purchases are being made (e.g. a house or a car), as most people continue to calculate in national currencies for such important transactions. Retailers are still using the dual display of prices, as it is still appreciated by certain categories of consumers, particularly those who are still calculating in national currency. While a small majority (50.6%) of consumers no longer wants shopkeepers to display prices in old and new currency, 47.2% still prefer the dual display of prices. At the same time, it should be recognised that a continued dual display of prices inevitably delays the mental changeover to the euro and even risks becoming counterproductive for a smooth transition. In agreement with Eurocommerce, the Commission therefore recommends to the retail sector to discontinue the dual display by 30 June 2003 at the latest, while informing their customers well in advance of this change. The same approach is recommended in other sectors where prices and amounts are still being displayed in national currency and in euro. This is, for instance, the case on the invoices of certain companies and on the account statements provided by financial institutions to their customers.

## THE INTRODUCTION OF EURO BANKNOTES AND COINS

— ONE YEAR AFTER —

-FACTS AND FIGURES FOR THE EURO AREA-

OCTOBER 2002

	<u>Banknotes</u>	<u>Coins</u>
<b>Total circulation</b>		
Total cash in circulation (number)	7.42 billion notes	38.2 billion coins
Total cash in circulation (value)	€ 320.9 billion	€ 11.9 billion
Total value as a share of GDP	4.54%	0.17%
<b>Per capita figures</b>		
Average number per person	24.7 notes	126.5 coins
Average value per person	€ 1,062.8	€ 39.4
<b>Most popular euro banknote/coin</b>		
Total number (% of total)	€ 50 (28.8%)	1 cent (17.4%)
Total value (% of total)	€ 50 (33.4%)	€ 2 (39.8%)
<b>Collector coins*</b>		
Total number of different coin issues		80 (30 gold, 50 silver coins)
Smallest denomination		25 cents
Biggest denomination		€ 400

\* Collector coin figures refer to the entire year 2002.

## 2. THE CHANGEOVER TO THE EURO: A GREAT SUCCESS

One year after the introduction of euro banknotes and coins, the euro has become part of our daily life. The present communication deals with the various practical aspects of the euro, in particular the euro banknotes and coins. It follows the Commission Communication COM(2002) 124 of 6.3.2002, which reviewed the introduction of euro notes and coins. The economic impact of the euro, as the single currency of the twelve Member States of the euro area, is not covered here but is discussed in Commission Communication "The euro area in the world economy—developments in the first three years" (COM (2002) 332 of 19.6.2002). Finally, the introduction of the euro should also be seen as an important step towards the completion of the Internal Market. The forthcoming Communication "The Internal Market – 10 years without frontiers" reports on the occasion of the 10<sup>th</sup> anniversary of this major achievement.

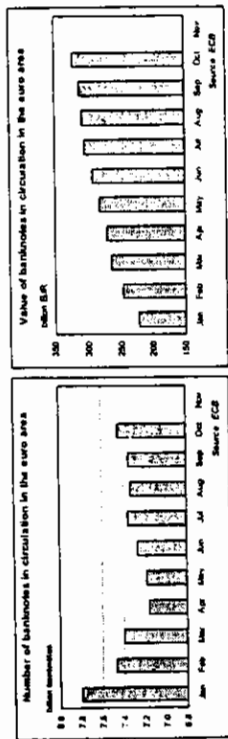
## 3. BANKNOTES AND COINS IN CIRCULATION IN THE EURO AREA

### 3.1. Banknotes

At the beginning of January 2002 the national central banks of the euro area have put into circulation approximately 7.8 billion euro banknotes. In the course of the year, the amount in circulation dropped until spring (7.16 billion) and rose almost steadily afterwards until the end of October to 7.42 billion (see graph 1 below).

This temporary decrease of notes in circulation can firstly be explained by a certain degree of prudence during the frontloading operation in order to ensure a smooth changeover: most banks and retailers ordered significant reserve stocks, since their needs for euro cash were necessarily based on estimates. Excess stocks flowed back to the central banks afterwards. Secondly, as retailers had committed themselves to giving change exclusively in euro, and as many citizens used retail outlets for exchanging old currency into new currency (sometimes by buying a small item with a big banknote), retailers needed a lot more notes than usual since incoming national cash could not be recycled and used as change.

Graph 1

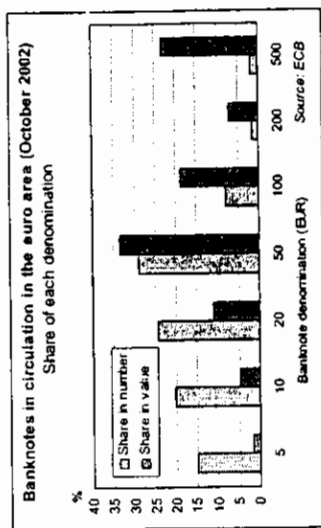


The total value of banknotes in circulation reached 221.5 billion euro by the end of January 2002 and increased steadily to 320.9 billion euro in October. This difference of evolution between the total number and total value can notably be explained by the focus that had been put on small denomination banknotes during the frontloading and dual circulation period. Apparently more small denomination banknotes than needed had been issued, and flowed back to the central banks afterwards.

These figures amounted to 24.7 banknotes per capita in circulation by the end of October, and corresponds to an amount of € 1062.8 per capita. The total value of banknotes in circulation amounted to 4.5% of GDP for the euro area as a whole.

Graph 2 below shows the breakdown of banknotes in circulation by denomination in the euro area by the end of October.

Graph 2



The 50-euro bill is the most common banknote, both in numbers and in total value and it represents one third of the total value in circulation. In most countries it is the most frequently dispensed banknote by ATMs (Automatic Teller Machines). This certainly reflects the preference of the cash users and the size of typical amounts spent for purchases. The second most common banknote is the 20-euro bill, which represents almost one quarter of all banknotes. However, in value terms the 500-euro bill holds the second rank. The two high denomination banknotes (200 euro and 500 euro) correspond to only 1.5% and 2% of all banknotes in circulation.

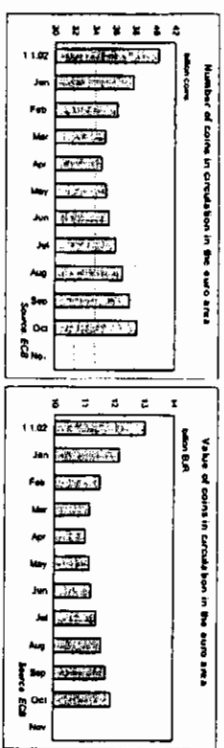
in some Member States, notably in Italy and Greece, some public discussion arose about the need for 1- and 2-euro banknotes, in addition or as a replacement for the 1- and 2-euro coins. However, the latest figures from the Eurobarometer (November) do not at all reflect this need. 83.7% of the respondents indicated that the number of different denominations of banknotes was just right. Even 78% of Italians and 68.5% of Greeks held this view.

### 3.2. Coins

At the beginning of the year 2002 the central banks of the euro area put 40.4 billion coins into circulation. Already within the month of January, the quantity of coins in circulation dropped significantly to 37.8 billion (see graph below). Coins in circulation continued to decline until April. Since then, a steady increase was measured reaching 38.2 billion euro coins at the end of October 2002. In the case of coins, the evolution in value is similar to the evolution in number (see graph 3). Initially, a total value of 13 billion euro coins was put into circulation in the euro area. The total reached a low of approximately 11 billion euro in April before rising to 11.9 billion euro at the end of October 2002.

The coins issued by Monaco (1/500<sup>th</sup> of the coins minted by France), San Marino (1,944,000 euro) and Vatican City (670,000 euro) also form part of the total volume of circulation coins.

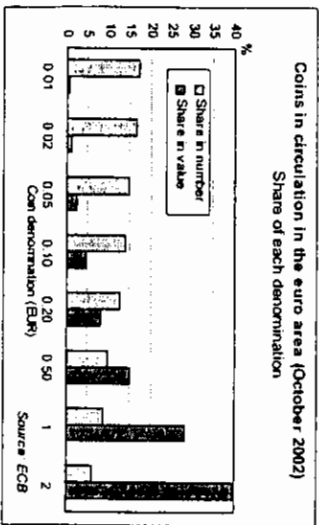
Graph 3



The number of coins put into circulation per capita in the euro area vary widely among euro area Member States, reflecting different national payment habits. On average, 134 euro coins per capita were put into circulation in the euro area at the beginning of the year representing an average value of 43 euro per person. The total coin value in circulation represents 0.17% of euro area GDP in October.

The quantity of euro coins in circulation is distributed relatively evenly among the different denominations. The least widespread coin is the 2-euro coin, which represents 40% of the total value in circulation. The two bi-metallic coins (1 and 2 euro) represent 68% of the value of all coins in circulation. The small denominations (1- and 2-cent coins) have a share of 16.6% and 17.4% respectively. In value terms, they only represent 1.1% and 0.6% of the total value.

Graph 4



Some discussion on the usefulness of the small cent coins arose in Greece and Italy, in particular on the 1- and 2-cent coins. The number of coins in circulation per country does not however produce any evidence that the population does not use the small coins. For example, the share of the 1-cent coin in euro area countries ranges from 9.1% to 21.3% of all coins. For the 2-cent coin, the distribution is more equal and varies between 12.7% and 18.8%. In

Finland the 1- and 2-cent coins have a limited use, as a Finnish law stipulates the rounding of euro cash payments to the nearest five cents. Therefore the Finnish Mint produced limited quantities of the two smallest denominations, which are far below the average issue volume in other countries.

According to the latest Eurobarometer, the majority of the euro area population (53.5%) believes that the number of different denominations is just right. Finally, it should be kept in mind that the small coins played an important role in helping to ensure that price conversions from national currency units could be done correctly, and at cent level.

### 3.3. Cross-border flows of euro banknotes and coins

Euro banknotes and coins can be used in the entire euro area; they are not confined to the country of origin. As a result, euro banknotes and coins have been "migrating", and euro area citizens typically possess a mix of euro banknotes and coins from different Member States in their wallets or purses.

Euro banknotes and coins migrate for different reasons. A first reason is that citizens travelling abroad take some money with them, be it for business, vacation or just for cross-border shopping. In addition, banknotes and coins can be transported across borders during the redistribution process between national central banks, commercial banks and retailers. Foreign visitors and tourists from outside the euro area also contribute to the migration of the euro. When they order euro cash from their local bank before starting to travel, it will often have been bought by their bank in a different country than the one in which it is eventually going to be spent.

The mix of euro banknotes and coins from different countries will increase over time and possibly reach an equilibrium level, whereby the coin mix will more or less represent the share of each country in the total issue volume of the euro area. It is unclear though at which pace this will happen. However, some patterns are emerging. It appears that coins of different denominations mix at different rates and that the high-value coins are more prone to migration. The coin mix also depends to a certain extent on location. A higher percentage of foreign coins will typically be found in urban areas, as opposed to rural ones. In addition, people living near the border to another euro area country also have more foreign coins in their wallets. In this respect, a study by the Austrian Central Bank reveals that on 10 September 2002, 11.8% of the coins in Austria were of German origin, whereas in areas near the border the share of German coins amounted to 23.4%.

### 3.4. Euro Collector coins

For many European citizens and foreign tourists, the euro circulation coins have become a collector item because of the many national sides. However, it should be kept in mind that in many Member States a rich and ancient tradition exists of issuing collector coins for the purpose of celebrating special events or symbols of national importance. Like coins destined for circulation, collector coins are officially issued by the Member States, have a nominal (face) value and have legal tender status, although such coins are rarely used for payment purposes since their market value is usually much higher than their nominal value. Most are made out of precious metals like gold or silver.

This tradition is being maintained and developed, and collector coins issued by participating Member States are now all denominated in euro. While euro circulation coins have legal tender status throughout the euro area, it has been decided by Member States that euro collector coins will only enjoy legal tender status in the country of issue. Moreover, in order

to avoid confusion, Member States had agreed not to produce euro collector coins during the transitional period (1999-2001), as the euro circulation coins had not yet been issued at that time. Since 2002, most euro area countries started to issue collector coins denominated in euro. As agreed among Member States, their technical specifications differ from the characteristics of "normal" circulation coins in several respects, in order to avoid any kind of confusion for the public. Out of the colour, diameter and weight, at least two out of these three technical parameters, need to be different from those of the euro circulation coins. In addition, the face value of collector coins is always different from circulation coins, and the design of collector coins always differs from the design of euro circulation coins.

By the end of 2002, the total number of euro-denominated collector coins will amount to around 80, about 30 of them being gold coins. Most coins have been issued by France, Austria, Germany and Spain. The face value of these coins ranges from a 'quarter' (25 cents) to 400 euro, while the most common denominations are 5, 10 and 20 euro. This face value normally neither corresponds to the metal value or to the selling price. The market value of these collector items of course hinges on the issuing volume, which is usually indicated at purchase and which can vary from very small volumes (e.g. 99 pieces) to unlimited editions.

Apart from these official coins, many public and private Mints also produce and sell medals, which do not enjoy the status of legal tender. In order to avoid any kind of confusion with such medals, the Commission has issued a Recommendation to Member States on the protection of the euro coins. If similar in size to euro coins, these medals must not be denominated in euro, nor should they bear the euro symbol, or any design similar to the euro coins.

### 3.5. Euro commemorative coins

Commemorative coins represent another category of coins, which are also officially issued by the Member States. Such coins enjoy legal tender status in the entire euro area and are intended for circulation, although it should be noted that no euro commemorative coins have been issued so far. Their technical properties, dimensions and face value exactly correspond to those of euro circulation coins. The only difference is that the design on the national side is replaced by a special design, which commemorates a special event or depicts national landmarks. Usually the issue volumes of commemorative coins are limited, but sufficiently important to allow their circulation alongside the "normal" coins. In order to allow the European citizens to familiarise themselves with the different national sides, and to avoid any possible confusion, it has been agreed among Member States that no commemorative coins will be issued during the early years following the introduction of euro banknotes and coins.

### 3.6. Nickel in euro coins

It is well known that a small fraction of the population is sensitive to the exposure of their skin to nickel; prolonged contact can even give rise to certain allergies. Although a few euro coins still contain some nickel, 85% of all circulation coins are now nickel-free. Prior to the euro changeover, 75% of the different national coins contained nickel, for instance, 4 out of 8 coins in Germany, 4 out of 5 coins in Belgium, 9 out of 10 coins in France and 7 out of 9 coins in Spain contained nickel and many of these coins were pure nickel coins. The number of coins containing nickel therefore dramatically decreased. Mainly for security reasons, the 1€ and 2€ coins contain a limited amount of nickel, located mostly in the central part of the coin and not on the surface of it. The use of nickel makes the euro coins less prone to counterfeiting and assures the reliable identification of the coins in vending machines.

While some confusion arose at the beginning of the year in relation to the nickel content of the euro coins and its possible effects upon sensitive users, it has now been firmly established that euro coins are extremely safe to use, even more so than most national coins. A recent study presented by Prof. Pierre-Gilles de Gennes, Nobel Prize winner for physics, confirms the reduction of nickel.<sup>1</sup> This study, which was conducted under conditions that reflect the normal handling of coins, proves that the 1- and 2- euro coins release only about half as much nickel as some national coins.

### 3.7. Euro counterfeiting

In the course of 2002, many banks and foreign currency exchange offices started training their staff with regard to the security features of the new banknotes and coins in order to improve the detection of counterfeit and the fight against fraud. The Commission and the Member States have set up a network of institutions for the fight against counterfeiting. In collaboration with the ECB and Europol, this network assures the classification of all relevant information on counterfeit banknotes and coins.

Due to the state-of-the-art security features of the euro banknotes and coins, euro counterfeiting in 2002 remained at levels considerably lower than the legacy currencies in previous years. Indeed, the number of counterfeit euro banknotes and coins which have been discovered so far is extremely small, and, with very few exceptions, stem from "amateur" operations. As far as banknotes are concerned, the figures released by the ECB for the first half of the year point to less than 22,000 false euro banknotes, 65% of them being 50 euro banknotes. This figure roughly corresponds to 7% of the total number of counterfeited legacy currency recorded by the euro area national central banks during the same period in 2001; this figure moreover implies that less than one counterfeit per day has been recorded for every 59 million banknotes. The number of counterfeit coins is also extremely low. In the first semester of 2002 only 68 counterfeit coins were detected, an infinitesimal number compared to the more than 38 billion coins in circulation.

<sup>1</sup> See Fournier, P.-G., Govers, T.R., Fournier, J. and Abami, M.: Contamination by nickel and other metals resulting from the manipulation of coins - Comparison between French Francs and euro, published in: *Comptes Rendus de l'Académie des Sciences*, C.R. Physique, Vol. 3 (2002), N° 6, pp. 749-758.

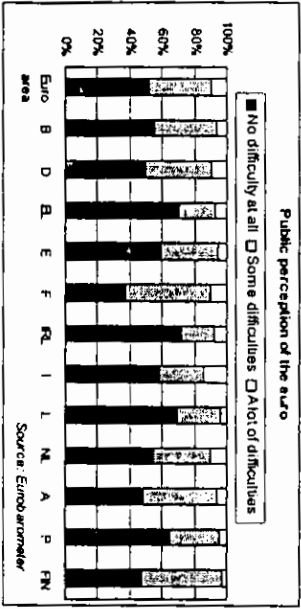
4. THE CITIZEN AND THE EURO<sup>2</sup>

4.1. Public perception of the euro

According to data collected through the Eurobarometer poll organised in November 2002, which is based on interviews with 1200 persons, the majority of people (51.5%) in the euro area indicated having no difficulties at all with the use of the euro. This result ranges from 71.7% in Ireland to 36.5% in France. Only 9.5% of the interviewees experience having a lot of difficulties (for country details see the graph below). The share of those who have no difficulties at all is higher among men (57%) than among women (46.4%). Inversely, the share of those who indicated having a lot of problems is higher among women (11.8%) than among men (7.0%).

*Question: Nowadays would you say that the euro still causes you a lot of problems, some problems or no difficulties at all?*

Graph 5



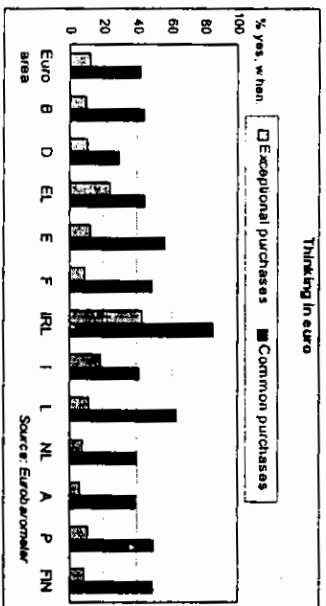
4.2. Thinking in euro

In November 2002 42.2% of respondents calculate most often in euro when they purchase everyday goods. Conversely, 32.4% still think more often in national currency when they do day-to-day shopping. The most adapted seem to be the Irish as 85.5% of them base their decisions most often on euro calculations. Rates are much lower as far as major purchases are concerned. For purchases representing an important amount, e.g. a house or a car, only 12.5% calculate most often in euro. Here again the Irish figure (43.1%) is the furthest above average.

*Question: Nowadays when doing your shopping, do you mentally count more often in euro, more often in national currency or as often in euro as in national currency.*

*(count most often in euro in %)*

Graph 6



4.3. Attitude towards the dual display of prices

The dual display of prices, both in euro and in national currency, considerably facilitated the changeover to the euro by allowing consumers to compare and judge prices. In November, a slight majority of the interviewees (50.6%) no longer want shopkeepers to continue with the dual display of prices. On the other hand, 47.2% take the opposite view and prefer a continued dual display of prices. Women expressed a stronger preference for keeping dual pricing (50.9%) than men (43.1%). A continued dual display of prices is a mixed blessing. On the one hand, it helps certain citizens to adapt to the new currency, but on the other hand it delays the mental conversion of the population to the euro. In some countries, it could even create some price confusion, particularly if the level of the conversion rate could induce the consumer into erroneous interpretations. This could be the case in some countries and could imply in some cases an increase in over-indebtedness. In agreement with Eurocommerce, the Commission therefore recommends gradually discontinuing dual pricing with a view to making an end to this practice by 30 June 2003 at the latest. This recommendation also applies to the dual display of amounts on invoices and account statements produced by banks.

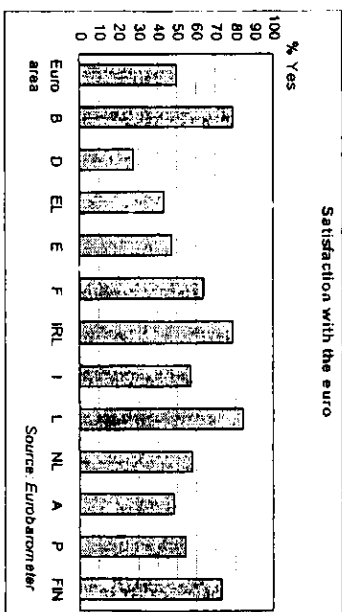
4.4. Satisfaction with the euro

49.7% of the euro area citizens consider themselves to be "very" or "rather" happy that the euro has become their currency. 11.1% are neither happy nor unhappy, while 38.7% indicate being quite unhappy or very unhappy. Among the euro area countries, the approval rate is the highest in Luxembourg (84.2%) and the lowest in Germany (27.8%). See chart below for details.

<sup>2</sup> The data used in sections 4.1-4.5 originates from the latest Eurobarometer (Flash EB 139, vol. AB, November 2002)

Question: Are you personally very happy or quite happy that the euro has become our currency?

Graph 7



Questions related to the use of banknotes and coins show a more favourable attitude towards the euro. According to the latest Eurobarometer (November 2002), the vast majority of Europeans find it rather easy or very easy to distinguish and handle the euro banknotes and coins. More than two thirds (68.8%) easily handle the euro coins. For the banknotes this share is even higher (92.8%). This picture is complemented by the citizens' positive judgement on the number of different coin denominations. The majority of Europeans (53.5%) believe that the number of different denominations is just right. The rate of approval is significantly higher for the banknotes. Here 83.7% of the respondents think that the right number of different denominations have been put into circulation.

The arrival of the euro coins also introduced a large variety of circulation coins because of the different national faces on the reverse. In total, 120 different euro coins were put into circulation. This variety became an issue of great interest for collectors. 92.6% of interviewees say that they have no difficulties with the different national faces. The overwhelming majority of the coin users appear therefore to consider the different national faces a welcome source of diversity.

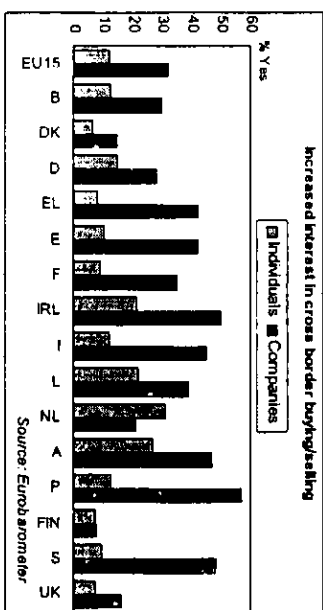
#### 4.5. Introduction of euro cash favours cross-border trade and price transparency

The introduction of the euro banknotes and coins strengthens the integration of markets in the EU. The creation of a single currency has not only eliminated exchange rate risk and transaction cost, it also abolished a psychological barrier to cross-border trade, since price transparency facilitates comparisons. Since the introduction of the euro banknotes and coins, 12% of the European consumers are more interested in buying goods in another EU country. The share of people who feel encouraged to buy abroad ranges from 31% in the Netherlands to 6% in Denmark. The figures seem to be higher in the smaller countries, i.e. Austria (27%), Luxembourg (22%) and Ireland (22%), where many people are very favourable to cross-border shopping. On the contrary, the attitude of the Finns (7%) changed only very little. The

relatively low interest of the British (7%) and the Danes (6%) is not surprising, as the euro has not been introduced in these countries.

Question: Now that the euro has been introduced, are you more interested in buying goods abroad, encouraging the sale of your products abroad? (YES in %)

Graph 8



The attitude of companies changed even more significantly. On average 32% of businesses in the EU-15 indicate that after the introduction of euro banknotes and coins they are more interested in selling their goods abroad. Portuguese entrepreneurs occupy the first position in this respect; 57% of them are now more interested in promoting cross-border sales of their products, followed by the Irish (50%), the Swedish (48%) and the Austrian companies (47%). At the lower end, we find companies from the United Kingdom (16%), Denmark (15%) and Finland (8%).

#### 5. THE IMPACT OF THE EURO CHANGEOVER ON INFLATION

In most countries, public concern has arisen about the alleged impact of the cash changeover on prices. This section looks at the evidence on this issue and concludes that on the basis of the available official data, price increases have indeed occurred in some sectors. However, the effect of the euro cash changeover on overall consumer price inflation is rather limited.

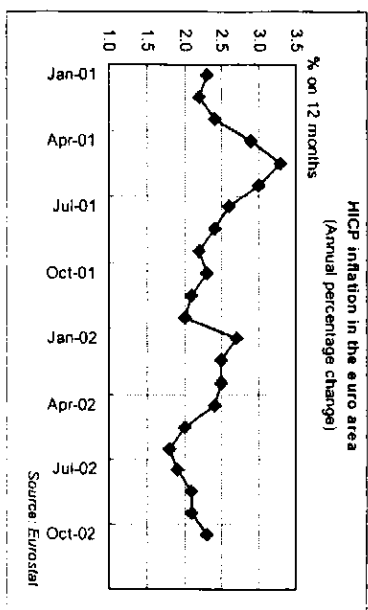
At the same time, it should be kept in mind that the fundamental medium to long-term effect of the introduction of the euro on prices will be beneficial. The euro will indeed lead to a much easier comparison of prices across the euro area. This enhanced price transparency leads to a better functioning of the Single Market and a more competitive environment, which in itself fosters economic efficiency and exerts a downward impact on consumer prices.

##### 5.1. Development of consumer prices in the euro area

After a peak at an annual rate of 3.3% in May 2001, consumer prices in the euro area, as measured by the Harmonised Index of Consumer Prices (HICP), were on a declining trend during the remaining months of 2001 (graph 9). In January 2002, when euro notes and coins

were introduced in the euro area, overall HICP inflation registered a noticeable upward jump, rising from 2.0% in December 2001 to 2.7% in January 2002. Subsequently, inflation gradually resumed its downward trend and by June it was 1.8%, the lowest rate in over 2 ½ years.

Graph 9



### 5.2. Possible impact of the euro changeover on inflation

Eurostat has published estimates of the inflationary impact of the euro cash changeover on three occasions this year.<sup>2</sup> The first two studies showed that most of the observed increase in inflation could be explained by normal inflation patterns in most item groups and by some special factors not linked to the euro, like bad weather affecting fruit and vegetable prices, increased energy prices, increases in administered prices and some significant tax increases on tobacco. This left a range of 0.0-1.6 percentage points (pp) that could be attributed to the changeover to euro notes and coins.

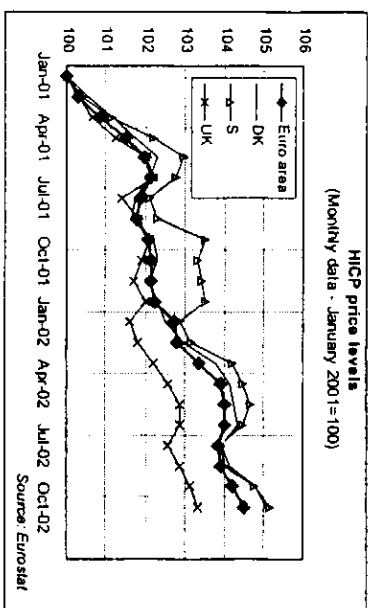
The latest analysis by Eurostat slightly revised the range of the likely inflationary effect from the changeover in the euro area to 0.0-2.0 pp. While sometimes using different methodologies and samples, many studies conducted at the Member State level by the national statistical institutes and/or national central banks tend to support the results presented by Eurostat.

However, most studies also point to more significant price jumps in the services sector, particularly in the services related to tourism (hotels, accommodation services) and in small services to households (repairs, haircuts, etc.), as well as in certain low-price goods bought frequently (newspapers and magazines). For example price rises in the sector of cafes and restaurants correspond to 4.3% (on a year on year basis), i.e. almost double the general inflation rate (measured by HICP).

<sup>2</sup> See the annexes to Eurostat News Releases N° 23/2002 (28 February 2002), N° 58/2002 (16 May 2002) and N° 84/2002 (17 July 2002).

A further indication results from the comparison of the evolution of the euro area price index with that of the Member States outside the euro area.<sup>4</sup> The evolutions are broadly similar (graph 10), confirming a limited euro cash changeover effect.

Graph 10



### 5.3. The discrepancy between perceived and actual inflation

Many consumers associate the changeover with price increases. The media have abundantly reported individual cases qualified as 'euro profiteering', thereby contributing to a feeling of significant upward effects on prices due to the euro cash changeover.

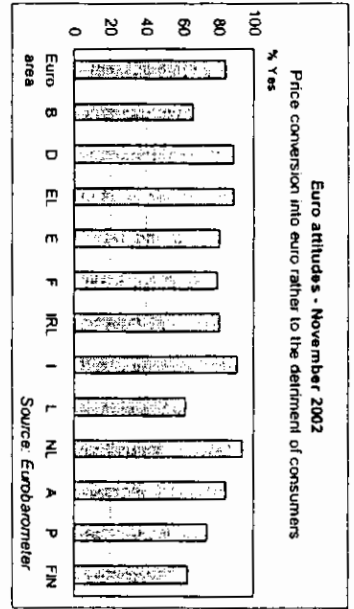
The German government convened a meeting with retailers and consumer associations to address the matter (popularly referred to in this country as the "euro" debate, a term linking the German word *teuer* (expensive) to euro. In Greece and Italy national "euro-strikes" were organised by consumer associations while severe criticism was voiced in relation to official price indices in France and the Netherlands.

The latest state of public opinion across the euro area was reflected in the November 2002 Eurobarometer survey.<sup>5</sup> 84.4% of the respondents in the euro area thought that prices had been converted rather to the detriment of consumers and 10.9% thought that price rises and decreases were balanced. Only 2.7% held the opposite view that prices were rounded down to the benefit of the consumer.

<sup>4</sup> This comparison can only provide a rough approximation as it has drawbacks from a statistical point of view. For example, a host of different elements entirely unrelated to the euro changeover could give rise to a given path across countries.

<sup>5</sup> Eurobarometer Flash EB 139, November 2002.



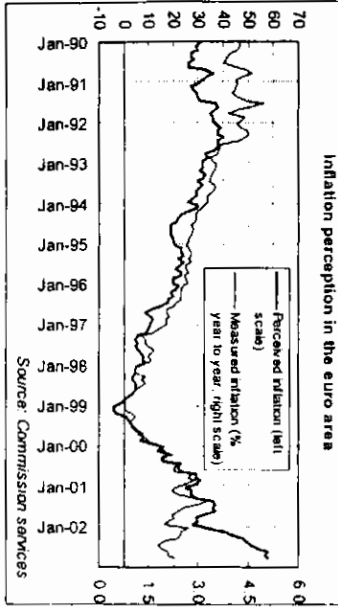


Graph 11

Respondents believed that prices had been always rounded up in small food shops (80%), in services (80%), cafes and restaurants (85%), public transport (35%), in leisure activities (movie theatres, swimming pools, etc.) vending machines (62%) and bank charges 53%.

The EU Consumer surveys' question on past price trends in the euro area clearly illustrates the discrepancy that arose since the cash changeover between perceived and actual inflation.<sup>4</sup> As can be observed in graph 12, this indicator has tracked actual inflation fairly well in the past, but since the beginning of 2002 it has been rising to unprecedented levels even though actual inflation has been falling.

Graph 12



Source: Commission services

Several explanations exist for the discrepancy between actual and perceived inflation. The first one is that consumers tend to form their perception about general inflation on the basis of price developments of frequently bought goods and services. It appears that precisely those goods and services have registered unusually large price increases following the changeover (e.g. cafes and restaurants, repairs, haircuts, newspapers and periodicals, etc.). However, the prices of other goods and services consumed less frequently have registered more subdued increases or, in the case of computers or photographic and audio recording equipment, have actually been falling. In a comprehensive measure such as the HICP even unusually large price increases in some product categories can be offset by more subdued price increases or falls in other categories that have a higher weight, but which are bought less frequently by consumers.

A second reason behind the perception of an inflationary impact stemming from the changeover might be due to the so-called "menu costs" considerations. The existence of fixed costs for changing prices could have led to an unusually high proportion of firms changing prices at the turn of the year. A higher proportion than usual of relative price changes adds some confusion to the perception by consumers of the inflationary impact of the changeover. There is evidence that lends support to this explanation. For example, in Germany price comparison collectors noted substantially more price adjustments than usual for the standard basket of goods and services consumed by households during the first month of the changeover.<sup>5</sup> If such price adjustments involved upward rounding and concerned the items used by consumers to form their perception, then the discrepancy between actual and perceived inflation does not come as a surprise.

6. OVERVIEW BY SECTOR

6.1. The Banking Industry

In the banking sector, certain small shifts in the behaviour of the bank clients and consumers have been observed, more particularly regarding the use of cash and the choice of means of payment.

6.1.1. The choice of the means of payment

The introduction of the euro seemed to have slightly changed the behaviour of the average customer with regard to the choice of the means of payment. All available information points to an increase in 2002 of non-cash means of payment. Figures from Italy for instance show a rise in debit card payments by 30% and for credit cards by 15%. Similarly, figures from Finland indicate an increase in the range between 15-20% for credit and debit card payments. Figures for Belgium also clearly show a rise in non-cash payments of up to 17% for debit cards.<sup>6</sup> Credit card payments at the same time increased by 2%, while charging of electronic purses soared by 120%.<sup>7</sup> Similarly, information from Austria indicates an increase of non-cash payments by 15%.

<sup>4</sup> Commission services' "Quarterly Report on the Euro Area" July and September 2002 issues. ECB "Monthly Bulletin", July and October 2002 issues.  
<sup>5</sup> See for example J. Walchovs (2002) "Why does inflation feel so high?". CBS Webmagazine, 10 June 2002. <http://www.cbs.nl>.  
<sup>6</sup> Deutsche Bundesbank, Monthly Report, March 2002.  
<sup>7</sup> Figure refers to Banccontact/MisterCash transactions.  
<sup>8</sup> Figure refers to Proton.

The figures mentioned here refer to recent developments in 2002. However, it is not possible to clearly isolate the effect that is directly related to the euro. It has to be kept in mind that many other factors influence the choice of the means of payment, such as campaigns in favour of non-cash payments or the introduction of modern vending machines accepting credit cards, debit cards or electronic purses. In addition, as at the end of 2001 the guarantee mechanism associated to the eurocheque system was withdrawn, and as banks in some Member States have stopped issuing cheques to clients entirely, this has led to a vast decrease in the use of cheques across the Community. This could also have boosted other means of payment. Additionally, the trend to make more use of non-cash means of payment was already observable before the introduction of the euro.

#### 6.1.2. Cash withdrawals at ATMs (Automatic Teller Machines)

Information with regard to the average amount of cash withdrawn each time indicates an increase at least in several countries. In Germany for instance the amount withdrawn each time with credit cards and debit cards belonging to the Maestro system increased on average by 12.4%. Similarly, figures from Italian banks indicate that the average amount increased by 10-20%. One major Belgian bank reports an increase by 9%. Figures from France, Austria and the Netherlands also indicate a slight increase. A possible explanation for this change that might not be uniform throughout the euro area, are rounding effects, notably linked to the fact that the new euro banknote denominations being dispensed through ATMs differ significantly from the previous national denominations. If for instance the typical amount withdrawn in Austria was ATS 1.000,- (EUR 72.67) in the past, the typical amount withdrawn nowadays could be either EUR 50,- (ATS 688,02) or EUR 100,- (ATS 1.376,03). In this example just the rounding to even euro amounts could either yield a decrease by 31.2% or an increase by 37.6%.

With regard to the cross-border withdrawals of cash at ATMs, the picture is diverse. A slight increase is reported from Germany as well as from Belgium. On the other hand figures from Mastercard Europe<sup>11</sup> show a decrease of cross-border withdrawals at ATMs. The Austrian public sector banks report a decrease of withdrawals of 30% by foreigners in Austria. The behaviour of Austrians abroad remained unchanged. This unclear picture is not surprising since monetary union allows the citizens to travel abroad with cash and therefore whether there is an incentive to increase withdrawals at home or abroad depends on the fees that apply. Consequently there are incentives for both a decrease and an increase of cross-border withdrawals at ATMs. Both effects could even out each other. Moreover, on 1 July 2002, the EU-Regulation on cross-border payments entered into force, leading to the same level of charges for cross-border and for national withdrawals, which stood at 4€ on average in the euro area prior to 1 July. For customers who do not pay fees for domestic withdrawals, there is now an additional incentive to withdraw abroad. For customers being charged, e.g. for domestic withdrawals at ATMs not belonging to their bank, the same charges will also apply for cross-border withdrawals. They might still prefer not to increase their withdrawals abroad. At this stage it is not yet possible to judge whether this particular measure led to an increase of cross-border withdrawals.

#### 6.1.3. Dual display of amounts

In order to facilitate the transition to the euro, the banking sector availed itself of the dual display of amounts, notably on account statements. For the convenience of their customers,

many banks have continued to use dual displays during 2002 and some are even considering extending it into 2003. In some cases, banks have not yet decided on the date for ending the dual display of prices.

#### 6.2. The Retail sector

Because European consumers were eager to use their new euro banknotes and coins, and moreover wanted to spend their national currencies, an increase in cash payments during the beginning of the year was anticipated and was confirmed in practice. Afterwards, the situation changed and retailers are now reporting an increase of the share of non-cash payments.

The dual display of prices has greatly contributed to facilitating the changeover for consumers, both during the dual circulation period and afterwards. It had usually been foreseen to keep the dual pricing of goods until the second quarter of 2002, but it turned out that many consumers appreciate this extra service. Many retailers have therefore decided to continue dual display of prices in 2002, which is considered by some as a competitive instrument in the retail sector. Some retailers indicate having not yet decided on the date of termination of dual display of prices and intend to keep it in 2003, at least for total amounts on bills (see also sector 4.3).

#### 6.3. The Cash in Transit sector

The CIT sector played an important role in the smooth introduction of euro banknotes and coins. The cash centres, which ensure the counting and sorting of cash, were under heavy pressure for several months, notably due to the quick backflow of legacy currency. Now that all euro area countries share the same currency, the difficulty of carrying out cross-border transport of cash becomes more apparent than before. As the relevant rules relating to the transport of funds vary widely among the euro area countries, since they have not yet been harmonised, such transports are virtually impossible to organise.

#### 6.4. The Vending industry

The vending industry tried to adapt its vending machines as soon as possible in order to avoid loss of turnover. Nevertheless, some vending machine operators indicated temporary turnover losses, sometimes up to 20%, at the beginning of the year.<sup>12</sup>

Cash-based machines, representing the vast majority of all vending machines (85-95% in some countries) presented the biggest challenge, compared to machines operated with cards or tokens which only needed reprogramming and a new display of prices. Many vending machine operators used the opportunity of the euro cash introduction to replace the validation mechanisms in their machines. For instance in France and Germany, 90% and 70% of the validation mechanisms were renewed. Only the remaining old validators had to be converted. In Ireland the rate of replacement is 50% and in Italy 25%. The replacement of old validators can be regarded as an investment for the future, since it increases the reliability of the machines in properly identifying banknotes and coins (in particular the new security features) thereby preventing fraud. On the other hand, the investment in new validation mechanisms represents a substantial cost, amounting to 375-600 EUR per machine. The cost for the implementation of a non-cash system is lower and comes to EUR 400 on average.

<sup>11</sup> All figures used in this section are based on a survey of 5 euro area countries (France, Germany, Italy, Ireland and the Netherlands), which cover 80% of the market for vending machines.

<sup>12</sup> Covering Mastercard as well as Maestro debit cards

In those Member States (Belgium, Luxembourg, the Netherlands) in which an electronic purse system is commonly used, many vending machines formerly accepting coins have been adapted to an electronic purse system. The quick conversion of parking meters caused some problems to citizens and to tourists, who usually do not have the respective local card at their disposal.

The vending industry emphasises that there is no lack of a particular denomination of coins, and that the quality of the euro coins is very satisfactory. This confirms that the euro coins are able to meet the demanding requirements of modern vending machine validators, including coins from different euro area countries. Typically, vending machines accept all the coin denominations except the 1- and 2-cent coins. The pricing is usually done in 5-cent steps. With regard to price changes due to the euro introduction, the picture is diverse. In order to be able to stick to round prices, prices were adjusted in both directions.

## 7. THE ROLE OF THE EURO CASH OUTSIDE THE EURO AREA

This section takes a look at the extent to which euro banknotes and coins have started to circulate and to be used outside the euro area. It appears that the use of the euro has been increasing, particularly in non euro-area European countries. In other continents, its use is mostly confined to tourist areas.

The behaviour of European travellers also plays an essential role in this respect. For example, according to the latest Eurobarometer, 53% of travellers from the euro area who travelled outside the euro area took euro cash with them, compared to 16% who took US-Dollars.

### 7.1. The three Member States outside the euro area

The introduction of euro banknotes and coins has been followed closely by the pre-ins. According to a survey in September 2002, in all three pre-in countries, a majority of the citizens indicates being well or very well informed about the euro (68% in Denmark, 56% in Sweden and 53% in the UK). A majority of the population have already held euro banknotes or coins in their hands (55% in Denmark, 56% in Sweden and 55% in the UK), while many people have noticed products in their country which were labelled in euro (47% of respondents had noticed this in Denmark, compared to 37% in Sweden and 38% in the UK). A large majority of people in each country are aware of the fact that the euro makes price comparisons among countries much easier.

In Denmark, a high preparedness to accept euro cash is observable.<sup>13</sup> In September 2002, 83% of Danish businesses were prepared to accept euro cash from tourists, while 72% of those also accept euro payments from Danes. 15% of those who accept euro indicated this to their customers by signs and even 35% display the total amount in euro next to the amount in Danish Kronor. The dual display of prices on at least a part of the assortment is used by 13% of all euro-accepting businesses, while 12% even give change in euro.

In Sweden, a large number of shops, hotels and restaurants, not only in major cities and particular tourist areas, accept euro cash payments, although formerly the national European currencies were not accepted. However, most businesses only accept euro banknotes and give change in Swedish Kronor. More extensive use of the euro is made along the border with Finland. The remote town of Haparanda, located in the far north of the country close to the

Finnish town of Tornio, but very far from Swedish settlements, takes a special position. It has practically switched to the euro. The euro is being commonly used as a means of payment and all prices are displayed in euro. Even the city's budget for 2002 was already presented in euro, next to Swedish Kronor. The Swedish Trade Federation strongly promotes the acceptance of the euro in shops by distributing a 'We accept the euro' sticker. A referendum on the introduction of the euro in Sweden will take place on 14 September 2003.

Also in the UK, the euro is sometimes accepted for payments especially in London and in tourist areas. Change is usually given in British Pounds. Occasionally prices are also displayed in euro. 74% of the Brits realised that price comparisons among countries are rendered easier by a common currency. In the UK, 83% of the population feels that the adoption of the euro by 12 EU-countries was a historic event.

### 7.2. The Accession countries

The introduction of the euro cash has had a certain impact on the Accession Countries as well. Being adjacent to the euro area, a lot of attention has been paid to the euro in the media. Public opinion is usually very receptive, notably because these countries are planning to join the euro area at a certain stage following EU-membership.

It is easy to obtain and exchange euro into national currency at banks in all Accession Countries and in most of them it is possible to pay with euro in shops, hotels and restaurants. An extra cost is not necessarily charged. In tourist areas one can also find prices being displayed in euro, next to the domestic currency. In Bulgaria and Turkey the use of the euro is more widespread, sometimes to the extent that it can almost be considered as a parallel currency, together with the US-Dollar.

### 7.3. The euro world-wide<sup>14</sup>

#### 7.3.1. Other parts of Europe

The Community has concluded monetary agreements in the past with Monaco, San Marino and Vatican City, specifying that the euro is the national currency in these three countries and has legal tender status. Under the terms of these agreements, the countries concerned are also allowed to issue certain quantities of euro coins, which have legal tender status throughout the euro area. They are not however allowed to issue euro (or other) banknotes. In Andorra, the euro replaced the French Franc and the Spanish Peseta, which formerly circulated in parallel, as this country does not have a national currency.

The euro is also used de facto in Kosovo and Montenegro, both of which form part of the Republic of Yugoslavia. In UN-administered Kosovo, the use and possession of foreign currency was legalised in September 1999. This region was a largely cash-based economy which relied mainly on the German Mark before 2002. At the beginning of 2002 the Banking and Payments Authority of Kosovo (BPK) imported 413.3 million euro in banknotes and 5.5 million euro in coins in order to facilitate the changeover, while private banks imported another 142 million euro to Kosovo. The BPK also made special efforts to smooth the changeover in the Serbian enclaves in Kosovo, where the Yugoslav Dinar continues to be

<sup>13</sup> Figures given in this paragraph refer to a survey conducted by 'Danish Commerce & Services'.

<sup>14</sup> The information in this section was gathered by a questionnaire on the role and acceptance of the new currency in countries outside the euro area, which was answered by the European Union Delegations abroad.

used as a means of payment. A positive side-effect of the euro changeover was the strengthening of the banking system, as many citizens deposited their money in bank accounts during the changeover. In Montenegro, the euro also replaced the German Mark, which had been adopted as a means of payment in 1999. Unlike in Kosovo, the euro there has legal tender status.

In the rest of Europe, the euro has acquired an even stronger role than the original DEM, which it has now replaced as a means of payment. Euro cash can be easily obtained and exchanged into local currency. In general, shops, hotels, restaurants etc. accept euro as a means of payment, not necessarily at any significant extra cost. In many countries, especially in the Balkans and Eastern Europe, the euro as well as the US dollar are commonly used for transactions and can be regarded as parallel currencies. Consequently, prices displayed in euro can be found, especially in tourist areas.

### 7.3.2. Africa

Due to close historical links with certain European countries, the market share of the euro for international transactions is significant in some parts of Africa, particularly in those countries where the domestic currency is linked to the euro by a fixed exchange rate regime. This is the case in all countries belonging to the CFA-Zone, i.e. the Central African Economic and Monetary Union (CEMAC) and the West African Economic and Monetary Union (WAEMU) as well as in Cape Verde. In these countries the public interest in euro-related matters is much higher than in the other countries.

The impact of the euro changeover on Africa in general is limited. Euro cash cannot be easily obtained or exchanged into local currency in Africa, especially since some countries apply exchange restrictions. Usually, euro banknotes and coins can only be found at major banks and airports, although less easily than US dollars. It is however possible to pay with euro in most countries. Dual display of prices is only used in some tourist areas in a few African countries such as Cameroon and Egypt.

The island of Reunion located in the Indian Ocean is an overseas department of France and has therefore officially introduced the euro. Mayotte, a French island in the Indian Ocean has the status of a "collectivité territoriale" and also introduced the euro officially as it was formerly using the French Franc.

### 7.3.3. America

The entire American continent is strongly US-Dollar oriented. This did not change after the introduction of the euro cash. In most countries it is not even easy to exchange euro into local currency or to receive euro at banks. Consequently, the euro is rarely accepted as a means of payment in hotels or restaurants. The exceptions are the Dominican Republic, Cuba and Surinam, the latter being a former Dutch colony, where euro payments are normally accepted at some extra cost and where prices are also being displayed in euro in tourist areas. The adjacent territory of French Guyana, which is part of France and hence fully operating in euro, may also explain the special situation of Surinam. The euro is furthermore being used in all French overseas departments which geographically belong to the Caribbean, i.e. Guadeloupe and Martinique, St. Pierre-et-Miquelon (an archipelago located in the North Atlantic off the Canadian coast, which has the status of a French "collectivité territoriale", has also adopted the euro.

### 7.3.4. Asia and Oceania

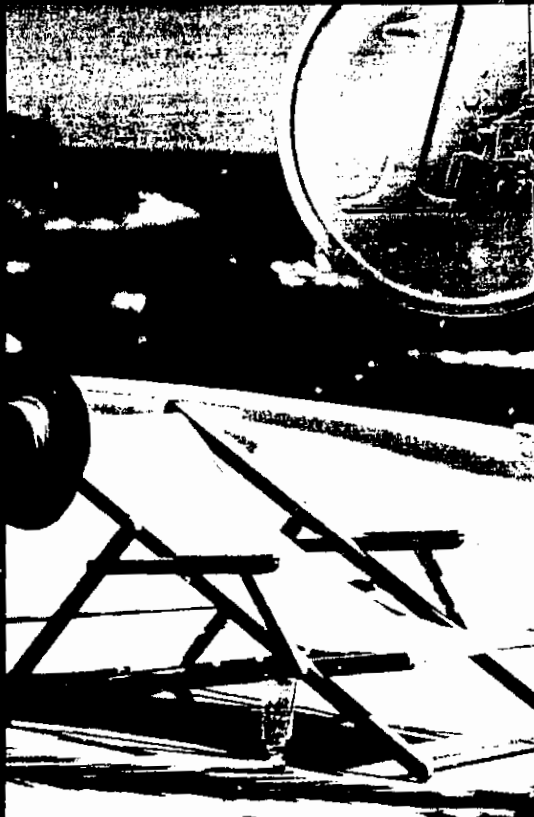
In the Middle East the euro introduction had a very limited impact. Euro cash can be obtained more or less easily and exchanged into local currency. It is possible to use the currency as a means of payment in shops, hotels and restaurants in certain countries. In Israel the use of the euro is somewhat more common. Although not permitted officially, it is accepted in the major tourism-related areas at no significant extra cost.

In the rest of Asia, the euro changeover partly had a more significant impact. In the vast majority of Asian countries, euro cash can be obtained and exchanged into local currency, unless restricted by foreign exchange legislation. In some countries, for instance in Thailand, South Korea and Laos, the euro is widely accepted as payment in shops, restaurants and hotels usually at no significant extra cost. Abeit rare, the dual display of prices can be found in certain Asian countries, such as Thailand and the Philippines, especially in the tourist areas. In those cases where a second means of payment is more widely used next to the domestic currency, it is mostly the US-Dollar or the currency of a neighbouring country. As Asia is mainly US-Dollar oriented, the euro does not play a significant role as a means for international transactions. Nevertheless the euro raises the attention of the media to a certain extent. Especially in Japan the attention paid to the exchange rate of the euro is high.

Euro cash can be easily exchanged into local currency everywhere in Oceania. In general, no foreign currency circulates in parallel to the domestic currency as a means of payment. As a general rule, it is not possible to pay with euro in shops, hotels and restaurants. The situation is somewhat different in the French overseas territories such as New Caledonia and French Polynesia. As these territories use the CFP-Franc, which has a fixed parity vis-à-vis the euro, there is a natural interest in the euro and euro payments are often accepted in hotels, restaurants and shops. Australians and New Zealanders, in general, see the euro favourably, as an alternative to the American dollar on international markets, thereby reducing the countries' dependence on the US currency.

701

# Ευρώ και Τουρισμός



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ



*Αξίζει να γίνει δισό μόνη*

## Το Χρονοδιάγραμμα Μετάβασης της Ελλάδας στη ζώνη ευρώ



**Περίοδος Προετοιμασίας:** Το Μάρτιο του 2000 η Ελλάδα θα υποβάλει αίτηση στην Ευρωπαϊκή Ένωση για ένταξη στη ζώνη ευρώ. Τον Ιούνιο του 2000 αναμένεται να εγκριθεί η αίτησή της, ενώ στις 31.12.2000 θα κλειδωθεί αμετάκλητα η ισοτιμία της δραχμής προς το ευρώ.

**Μεταβατική Περίοδος (έτος 2001):** Την 1.1.2001 η Ελλάδα θα ενταχθεί στη ζώνη ευρώ. Το ευρώ θα εισαχθεί σε λογιστική μορφή και η δραχμή θα αποτελεί υποδιαίρεσή του.

**Τελική Περίοδος:** Την 1.1.2002 τα κέρματα και τα χαρτονομίσματα του ευρώ θα κυκλοφορήσουν σε φυσική μορφή, ταυτόχρονα στην Ελλάδα και στις άλλες χώρες της ζώνης ευρώ. Το πρώτο δίμηνο του 2002 το ευρώ θα κυκλοφορεί παράλληλα με τα εθνικά νομίσματα. Στην περίοδο αυτή η δραχμή θα αποσύρεται σταδιακά, και από την 1.3.2002 όλες οι συναλλαγές θα γίνονται αποκλειστικά σε ευρώ.

## Η Προετοιμασία των Τουριστικών Επιχειρήσεων

Η προετοιμασία για την ομαλή μετάβαση στο ευρώ θα πρέπει να τύχει άμεσης προτεραιότητας από κάθε τουριστική μονάδα. Η μετάβαση μιας επιχείρησης στο ευρώ δεν είναι απλή υπόθεση και δεν πρέπει να αφεθεί την τελευταία στιγμή. Απαιτεί προσεκτική προετοιμασία και σωστό προγραμματισμό. Η έγκαιρη κατάρτιση και η σωστή εφαρμογή ενός Σχεδίου Μετάβασης θα διευκολύνουν, κατά τον πλέον οικονομικό και ασφαλή τρόπο, τη μετάβαση της επιχείρησης στο ευρώ. Η μετάβαση στο ευρώ θα πρέπει να αντιμετωπισθεί ως μία ευκαιρία εκσυγχρονισμού της λειτουργίας και βελτίωσης της αποτελεσματικότητας της επιχείρησης.

Η καθιέρωση του ενιαίου νομίσματος αποφέρει σημαντικά οφέλη στον τουριστικό τομέα, καθώς συνδυάζεται με την αναμενόμενη αύξηση της τουριστικής κίνησης, ως αποτέλεσμα της κατάργησης των εθνικών νομισμάτων και της διευκόλυνσης των συναλλαγών στις χώρες της ζώνης ευρώ. Στο πλαίσιο αυτό, κάθε επιχείρηση πρέπει να εφαρμόσει ένα πλάνο για την έγκαιρη και ασφαλή μετάβασή της στο ευρώ.

### Η Χρήση του ευρώ για σας και τους Πελάτες σας

#### Η Διεύρυνση της Αγοράς

Η διαφάνεια των τιμών και η διεύρυνση των αγορών που θα επιφέρει η εισαγωγή του ευρώ δημιουργούν νέες ευνοϊκές προοπτικές, γεγονός που θα οδηγήσει σε αύξηση του ανταγωνισμού, αλλά και θα επιρρέψει την τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης.

#### Μάρκετινγκ και Ανταγωνισμός

Η προσαρμογή των τιμών σε ευρώ ενδεχομένως να προκαλέσει αλλαγές στα μάρκετινγκ των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Επί πλέον, κατά τη Μεταβατική Περίοδο, είναι απαραίτητη η σταδιακή καθιέρωση της διπλής αναγραφής των τιμών για την εξοικείωση του καταναλωτικού κοινού με την εκφρασση των τιμών και σε ευρώ. Ενδεχομένως να αναπτυχθούν νέα πακέτα υπηρεσιών και τρόποι διαφήμισης και προώθησης. Μεγαλύτερη προετοιμασία απαιτείται ειδικά στον τουριστικό τομέα, εξαιτίας της διευρυμένης χρήσης μεγάλου όγκου έντυπου υλικού.

Παράλληλα, η υποθέτηση του λογότυπου του ευρώ (euro logo) και η ανάρτησή του στις βιτρίνες των τουριστικών επιχειρήσεων παρέχει στους πελάτες μια εγγύηση για την ορθή μετατροπή των τιμών σε ευρώ, εξοικειώνοντάς τους συγχρόνως με τη χρήση του ευρώ.

#### Οι Πελάτες

Οι τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να προετοιμαστούν κατάλληλα, ώστε να διαθέτουν την απαιτούμενη ευελιξία στην αντιμετώπιση των διαφόρων κατη-

γοριών πελατών, κυρίως ως προς το είδος της υπηρεσίας που αυτοί επιθυμούν, με στόχο να εξασφαλίσουν την εμπιστοσύνη τους. Για τις διαφορετικές κατηγορίες πελατών -όπως επιχειρήσεις, τουρίστες από την Ευρωπαϊκή Ένωση και από τρίτες χώρες και Έλληνες τουρίστες- απαιτείται η διαμόρφωση κατάλληλης πολιτικής για παροχή ανάλογων πακέτων υπηρεσιών και εξυπηρέτησεων.

Πέρα από τις σχέσεις και τις συναλλαγές με τους πελάτες τους, οι τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να προσαρμόσουν την καθημερινή τους δραστηριότητα, καθώς και άλλες λειτουργίες, στα αφορέοντα.

- **Συναλλαγές με τις τράπεζες:** Από την 1.1.2002, όλα τα χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες θα παρέχονται από τις τράπεζες σε ευρώ. Η διεύρυνση και η ενοποίηση των χρηματοπιστωτικών αγορών θα δημιουργήσει νέες επενδυτικές ευκαιρίες και υπηρεσίες, ενώ συγχρόνως θα προκαλέσει τη μείωση του κόστους χρηματοδότησης.
- **Πληροφοριακά συστήματα:** Οι τουριστικές επιχειρήσεις θα αντιμετωπίσουν το θέμα της προσαρμογής των πληροφοριακών συστημάτων τους. Η ανάγκη για την απόκτηση πακέτων λογισμικού τα οποία να είναι συμβατά με το νέο νόμισμα, αποτελεί ευκαιρία έγκαιρου εκσυγχρονισμού της μηχανοργάνωσης για όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις.
- **Στο προσωπικό των επιχειρήσεων και στη βελτίωση του μάναιτζμεντ της επιχείρησης:** Η αύξηση του ανταγωνισμού αποτελεί σημαντικό κίνητρο για τη βελτίωση του μάναιτζμεντ της επιχείρησης. Αλλά και η εκπαίδευση του προσωπικού δύναται να προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ιδιαίτερα στα τουριστικά πρακτορεία. Λόγω της άμεσης επαφής με τους καταναλωτές, το προσωπικό των τουριστικών πρακτορείων αποκτά το ρόλο του διαμορφωτή της κοινής γνώμης. Πολλοί τουρίστες θα δυσκολευτούν να προσαρμοστούν στις νέες τιμές και το προσωπικό των τουριστικών επιχειρήσεων θα πρέπει να έχει μεγάλη εξοικείωση στη χρήση του ευρώ, αλλά και να είναι πολύ καλά ενημερωμένο σε θέματα μετατροπής, στρογγυλοποίησης, διπλής αναγραφής τιμών, διαχείρισης νέων μεθόδων πληρωμής κ.λπ.

## Το Νομικό Πλαίσιο

### Η Αρχή της Συνέχειας των Συμβάσεων και οι Κανόνες Μετατροπής και Στρογγυλοποίησης

Το νομικό πλαίσιο για την εισαγωγή του ευρώ καθορίζεται από τους κανονισμούς 1103/97 και 974/98, οι οποίοι θεσπίσθηκαν από το Συμβούλιο Υπουργών ECOFIN. Οι κανονισμοί αυτοί προσδιορίζουν τις βασικές αρχές λειτουργίας



γίας αναφορικά με την εισαγωγή του ευρώ, όπως την αρχή της «Συνέχειας των Συμβάσεων» (σύμφωνα με την οποία όλες οι συμβάσεις θα παραμείνουν ανεπηρέαστες από τη μετατροπή των εθνικών νομισμάτων σε ευρώ), καθώς επίσης και τους κανόνες μετατροπής και στρογγυλοποίησης.

Αναφορικά με τους κανόνες μετατροπής και στρογγυλοποίησης, προκύπτουν τα εξής:

Οι εθνικοί νομοί που μετατρέπονται σε ευρώ θα στρογγυλοποιούνται προς τα πάνω ή προς τα κάτω, στην πλησιέστερη υποδιαίρεση του ευρώ (λεπτό).

Οι εθνικοί νομοί που μετατρέπονται σε ευρώ θα στρογγυλοποιούνται προς τα πάνω ή προς τα κάτω, στην πλησιέστερη υποδιαίρεση του εθνικού νομίσματος.

Οι εθνικοί νομοί που μετατρέπονται σε ευρώ θα στρογγυλοποιούνται προς τα πάνω ή προς τα κάτω, στην πλησιέστερη υποδιαίρεση του ευρώ (λεπτό).

Οι εθνικοί νομοί που μετατρέπονται από ευρώ θα στρογγυλοποιούνται προς τα πάνω ή προς τα κάτω, στην πλησιέστερη υποδιαίρεση του εθνικού νομίσματος.

Οι εθνικοί νομοί που μετατρέπονται και αντιστοιχούν ακριβώς στο ήμισυ της εθνικής υποδιαίρεσης θα στρογγυλοποιούνται προς τα πάνω (σύμφωνα με τη διαδικασία ηρωική).

Εάν προκύψει εθνικό νομίσματος σε άλλο εθνικό νομισμό θα συσχετιστεί με την εισαγωγή του πρώτου εθνικού νομίσματος εθνικού και ομοειδούς σε ευρώ και στη συνέχεια η μετατροπή του πρώτου εθνικού νομίσματος σε ευρώ στα άλλα εθνικά νομίσματα πάντοτε με βάση τους κανόνες στρογγυλοποίησης (πριγκιλική σχέση).

## Ο Προγραμματισμός της Μετάβασης

### Το «Σχέδιο Δράσης» της Επιχείρησης

Η μετάβαση στο ευρώ απαιτεί την έγκαιρη και προγραμματισμένη προετοιμασία των επιχειρήσεων. Όπως είναι αναμενόμενο, θα επηρεαστούν οι περισσότερες δραστηριότητες της επιχείρησης, γεγονός που προαπαιτεί τη διαμόρφωση ενός σχεδίου μετάβασης, το οποίο θα επικεντρωθεί στους ακόλουθους στόχους:

- Την μεγιστοποίηση των ωφελειών που θα προκύψουν από την εισαγωγή του ευρώ.

- Την οργάνωση της μετάβασης κατά τον οικονομικότερο τρόπο (η έγκαιρη προετοιμασία και ο σωστός προγραμματισμός μπορούν να μειώσουν σημαντικά το κόστος της μετάβασης).
- Την αξιοποίηση της μετάβασης ως ευκαιρία βελτίωσης της λειτουργίας και της αποτελεσματικότητας της επιχείρησης.

Σε στρατηγικό επίπεδο, θα πρέπει άμεσα να οριστεί από κάθε επιχείρηση ένας Υπεύθυνος Έργου Μετάβασης, ο οποίος θα εντοπίζει και θα εξετάσει όλες τις επιδράσεις της εισαγωγής του ευρώ στην επιχείρηση. Το επόμενο βήμα είναι η εξειδίκευση μιας συγκεκριμένης στρατηγικής και ενός σχεδίου δράσης, το οποίο θα περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες που πρέπει να υλοποιηθούν σε όλα τα επίπεδα και τα τμήματα της επιχείρησης, ώστε αυτή να ανταποκριθεί στη νέα νομισματική πραγματικότητα.

**Στρατηγικά θέματα:**

- Πώς θα επηρεάσει το ευρώ την τουριστική αγορά;
- Θα επηρεάσει το ευρώ τα τουριστικά προϊόντα και τις υπηρεσίες μας;
- Θα επηρεάσει το ευρώ την πολιτική μας στον τομέα των προμηθειών και των τουριστικών πακέτων;
- Πώς θα επηρεάσει το ευρώ την πολιτική μας στο θέμα της χρηματοδότησης;

**Τεχνικά θέματα:**

- Στις εταιρίες που παράγουν υπηρεσίες θα απαιτηθεί για το προσωπικό των τουριστικών επιχειρήσεων να έχει για καλύτερη προετοιμασία, εκτός από την αλλαγή του ευρώ, πρόσθετες γνώσεις.
- Πώς θα επηρεάσει το ευρώ τα λογιστικά και τα φορολογικά της τουριστικής επιχείρησης;
- Πώς θα επηρεάσει το ευρώ τα πληροφοριακά συστήματα;
- Πότε οι χώρες θα πρέπει να διαμορφωθούν, ώστε να διαχειριστούμε ομαλά την μετάβαση στο ευρώ;

Οι επιχειρήσεις μπορούν να αντλήσουν αναλυτικότερες τεχνικές πληροφορίες από τον οδηγό **«Ευρώ και Τουριστικές Επιχειρήσεις: Αναλυτικός Οδηγός Προετοιμασίας»**, μια έκδοση του Συνδέσμου για τη Νομισματική Ένωση της Ευρώπης, την οποία μπορείτε να αναζητήσετε στη διεύθυνση του διαδικτύου: [www.europa.eu.int/en/comm/dg23/index.htm](http://www.europa.eu.int/en/comm/dg23/index.htm)

Για συμπληρωματικές πληροφορίες σχετικά με θέματα που αφορούν στο ευρώ, μπορείτε να συνδεθείτε με τις σελίδες στο διαδίκτυο του Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας: [www.euro-hellas.gr](http://www.euro-hellas.gr) και [www.ypetho.gr](http://www.ypetho.gr) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής: [www.europa.eu.int/euro](http://www.europa.eu.int/euro)

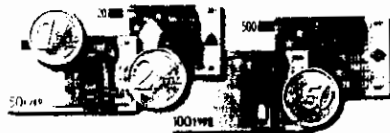
Επίσης, μπορείτε να απευθύνεστε στον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού, στην Ένωση Ξενοδοχείων Ελλάδος, στο Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, στα κατά τόπους Εμπορικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια, στα Ευρωπαϊκά Κέντρα Πληροφοριών, καθώς και σε όλες τις Ελληνικές Τράπεζες.



Επίσης στη διάθεσή σας βρίσκεται η **ΑΝΟΙΧΤΗ ΓΡΑΜΜΗ ΕΥΡΩ:**  
**0800-20021** (κλήση χωρίς χρέωση).



*Αξιζει να γίνει δικό σας*



# Βιβλιογραφία.





**economics.gr**  
ΑΠΟ ΤΗΝ ALL MEDIA ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



- 📖 Ένα νόμισμα για την Ευρώπη (Εκδόσεις Καλειδοσκόπιο).
- 📖 Ευρωπαϊκή Επιτροπή Νομισματική Ένωση της Ευρώπης.
- 📖 Εφημερίδες: - Εθνικός Κήρυξ (Πάτρα), Ημερήσιος Κήρυξ (Πάτρα), Δημοσιογραφικά (Αθήνα), Τα γεγονότα (Πάτρα), τα Νέα (Αθήνα), Eurobarometer – InfEuro – Ευρωσκόπιο (Ευρωπαϊκή Ένωση).
- 📖 International Herald Tribune.
- 📖 Internet: - [www.ft.com](http://www.ft.com), [www.eu.int](http://www.eu.int), [www.oneworld.net](http://www.oneworld.net), [www.in.gr](http://www.in.gr), [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com), [www.iht.com](http://www.iht.com), [www.ee.gr](http://www.ee.gr), [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int), [www.ecb.int](http://www.ecb.int), [www.europarl.eu.int](http://www.europarl.eu.int), [www.europa.eu.int/euro/](http://www.europa.eu.int/euro/), [www.ispo.cec.be/y2keuro](http://www.ispo.cec.be/y2keuro).
- 📖
- 📖 Η Αχαΐα στην Ευρώπη (Σχολεία της Αχαΐας στην Ευρώπη. Ευρωπαϊκά προγράμματα Σωκράτης – Comenius I. Πάτρα 1999) Κυριακή Βαμβακά.
- 📖 Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας.
- 📖 Υπηρεσία Επισήμων Εκδόσεων Κοινοτήτων.
- 📖 Financial Times.

