

**ROZPORZĄDZENIE KOMISJI (WE) NR 1334/2007****z dnia 14 listopada 2007 r.****zmieniające rozporządzenie (WE) nr 1749/96 w sprawie wstępnych środków koniecznych do wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 2494/95 dotyczącego zharmonizowanych wskaźników cen konsumpcyjnych****(Tekst mający znaczenie dla EOG)**

KOMISJA WSPÓLNOT EUROPEJSKICH,

uwzględniając Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską,

uwzględniając rozporządzenie Rady (WE) nr 2494/95 z dnia 23 października 1995 r. dotyczące zharmonizowanych wskaźników cen konsumpcyjnych<sup>(1)</sup>, w szczególności jego art. 4 i art. 5 ust. 3,uwzględniając opinię Europejskiego Banku Centralnego<sup>(2)</sup>, wymaganą na mocy art. 5 ust. 3 rozporządzenia (WE) nr 2494/95,

a także mając na uwadze, co następuje:

- (1) Zharmonizowane wskaźniki cen konsumpcyjnych (HICP) to zharmonizowane dane liczbowe dotyczące inflacji niezbędne Komisji i Europejskiemu Bankowi Centralnemu do wykonywania swych funkcji określonych w art. 121 Traktatu WE. HICP zostały opracowane dla ułatwienia międzynarodowego porównywania inflacji cen konsumpcyjnych. Są one ważnym wskaźnikiem przy zarządzaniu polityką monetarną.
- (2) HICP stanowią dosyć kompleksowe ramy pojęciowe. Od chwili przyjęcia początkowych środków wykonawczych osiągnięto znaczący postęp w procesie harmonizowania metodyk; nadal istnieją jednak obszary, w których porównanie nie jest możliwe w odniesieniu do doboru próby, produktów lub usług zamienników, dostosowania jakości i agregacji.
- (3) Dotychczasowe ramy HICP definiują HICP jako wskaźnik typu Laspeyres dotyczący zmieniającej się siły nabywczej pieniądza w zakresie nabywania towarów i usług w celu bezpośredniego zaspokojenia potrzeb konsumentów. Definicja ta odzwierciedla współczesne rozumienie inflacji konsumpcyjnej w Unii Europejskiej a szczególnie w strefie euro.
- (4) HICP odnoszą się do cen wszystkich towarów nabywanych przez konsumentów, którzy starają się zachować modele konsumpcji, to znaczy do towarów określonych przez podstawowe kategorie wydatków (wagi). Kategorie te składają się z wyraźnie wymienionych segmentów konsumpcyjnych odróżniających się poprzez cel konsumpcji. W statystyce zbiorów wszystkich ofert produktów może być dokładnie podzielony na segmenty konsumpcyjne. Segmenty konsumpcyjne są stosunkowo trwałe, choć oferty produktów, które tworzą dany segment, zmieniają się wraz ze zmieniającym się rynkiem.
- (5) Pojęcie segmentów konsumpcyjnych według celu ma zatem kluczowe znaczenie dla doboru próby, dla znaczenia zmiany jakości i dla dostosowania jakości. Jednakże niejednoznaczność tego pojęcia dotyczy poziomu agregacji, na którym jest ono definiowane i wdrażane.
- (6) Zakres ofert produktów zmienia się w czasie, jako że produkty ulegają zmianie lub są zastępowane przez dostawców detalicznych lub producentów. HICP wymagają przedstawienia wszystkich obecnie dostępnych ofert produktów w ramach segmentu konsumpcyjnego zgodnie z celem wybranym w okresie odniesienia, aby dokonać pomiaru ich wpływu na inflację. Dotyczy to szczególnie nowych modeli lub odmian już istniejących produktów.
- (7) Zmiana jakości dotyczy więc stopnia, w jakim dostępne produkty nadają się do zaspokojenia potrzeb segmentu konsumpcyjnego, do którego należą. Zmiana jakości powinna być oceniana poprzez odniesienie do specyfikacji konkretnych produktów w ramach segmentu konsumpcyjnego.
- (8) W celu wypracowania rozwiązań zapewniających porównywalność HICP, utrzymania ich wiarygodności i zasadności zgodnie z art. 5 rozporządzenia (WE) nr 2494/95, niezbędne są wyjaśnienia i zmiany do rozporządzenia Komisji (WE) nr 1749/96 z dnia 9 września 1996 r. w sprawie wstępnych środków koniecznych do wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 2494/95 dotyczącego zharmonizowanych wskaźników cen konsumpcyjnych<sup>(3)</sup>.

<sup>(1)</sup> Dz.U. L 257 z 27.10.1995, str. 1. Rozporządzenie zmienione rozporządzeniem (WE) nr 1882/2003 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. L 284 z 31.10.2003, str. 1).

<sup>(2)</sup> Opinia wydana w dniu 5.10.2007 r. (Dz.U. C 248 z 23.10.2007, str. 1).

<sup>(3)</sup> Dz.U. L 229 z 10.9.1996, str. 3. Rozporządzenie ostatnio zmienione rozporządzeniem (WE) nr 1708/2005 (Dz.U. L 274 z 20.10.2005, str. 9).

- (9) Należy zatem dokładniej sprecyzować cele i definicje HICP, tak aby ustalić w jakim stopniu determinują one rzeczywiste praktyki doboru próby, stosowania zamienników produktów lub usług oraz dostosowania jakości, określić wymagany sposób przedstawiania HICP i ich formę oraz wyznaczyć dalsze minimalne standardy w stosunku do doboru próby, produktów lub usług zamienników, dostosowania jakości i agregacji.
- (10) W szczególności konieczne jest ustalenie docelowych wskaźników odnośnie doboru próby, produktów lub usług zamienników i dostosowania jakości oraz zapewnienie, że HICP zamykają się blisko celu ze stosunkowo małym stopniem niepewności lub błędu w zakresie błędów systematycznych i wariacji. Należy znaleźć właściwy kompromis pomiędzy nieobciążonością a precyzją.
- (11) W celu lepszego sprecyzowania docelowych HICP i rozwiązania problemu „stałości” koszyka HICP, koncepcja „segmentu konsumpcyjnego według celu” oferuje realistyczne rozwiązanie, jako że może ona bazować na koniecznej stałości wskaźnika typu Laspeyres i nadać jej konkretną treść w kontekście zmieniających się rynków.
- (12) Konieczne jest zapewnienie, że segmenty konsumpcyjne w okresie odniesienia są wybrane tak, aby przedstawiać całkowity podział ogółu transakcji i że produkty lub usługi zamienniki zachowują przedstawienie obecnych ofert produktów w ramach segmentu konsumpcyjnego już przedstawionego w HICP. Przedstawienie ostatecznych wydatków pieniężnych gospodarstw domowych zgodnie z celem konsumpcyjnym powinno odzwierciedlać dynamiczną naturę zmieniających się rynków.
- (13) Należy zapewnić, że ocena państw członkowskich, czy zmiana jakości ma miejsce, jest oparta na dowodach różnic w cenach uzależniających cechy, które mają znaczenie dla celów konsumpcyjnych w danym przypadku. W tym celu Komisja (Eurostat) powinna sporządzić precyzyjne standardy dostosowania jakości w oparciu o poszczególne przypadki.
- (14) Ponadto konieczne jest rozszerzenie definicji podstawowych agregatów i zharmonizowanie w większym stopniu praktyki agregowania i stosowania produktów i usług zamienników w ramach podstawowych agregatów.
- (15) Należy wziąć przy tym pod uwagę zasadę efektywności kosztowej zgodnie z art. 13 rozporządzenia (WE) nr 2494/95.
- (16) Rozporządzenie (WE) nr 1749/96 należy zatem odpowiednio zmienić.
- (17) Środki przewidziane w niniejszym rozporządzeniu są zgodne z opinią Komitetu ds. Programów Statystycznych ustanowionego decyzją Rady 89/382/EWG, Euratom <sup>(1)</sup>,

PRZYJMUJE NINIEJSZE ROZPORZĄDZENIE:

#### Artykuł 1

W treści rozporządzenia (WE) nr 1749/96 wprowadza się następujące zmiany:

- 1) artykuł 2 otrzymuje brzmienie:

#### „Artykuł 2

#### Definicje

Do celów niniejszego rozporządzenia stosuje się następujące definicje:

- 1) »Ostateczne wydatki konsumpcyjne gospodarstw domowych« określone w załączniku 1b definiuje się jako część ostatecznych wydatków konsumpcyjnych, ponoszonych przez gospodarstwa bez względu na ich narodowość lub stałe miejsce zamieszkania, w transakcjach pieniężnych na obszarze gospodarczym państwa członkowskiego w związku z towarami i usługami, które bezpośredniego zaspokajają indywidualne potrzeby lub życzenia konsumentów w jednym lub w dwóch porównywalnych okresach czasu.
- 2) »Oferta produktów« oznacza konkretny towar lub usługę, które są wystawione na sprzedaż za określoną cenę w konkretnym punkcie sprzedaży lub przez konkretnego dostawcę, pod określonymi warunkami sprzedaży i w ten sposób stanowi wyjątkową całość w określonym czasie.
- 3) »Objęcie« HICP tj. statystyczny »ogół towarów i usług«, który ma być przedstawiony przez HICP, oznacza zbiór wszystkich transakcji wchodzących w skład ostatecznych wydatków pieniężnych gospodarstw domowych na konsumpcję.
- 4) »Segment konsumpcyjny według celu« lub »segment konsumpcyjny« oznacza zbiór transakcji dotyczący oferty produktów, które w oparciu o wspólne cechy mają służyć wspólnemu celowi jako że:
  - są przeznaczone głównie do stosowania w podobnych sytuacjach,
  - mogą być w znaczącym stopniu określone przez wspólną specyfikację oraz
  - mogą być uznawane przez konsumentów za równorzędne.

<sup>(1)</sup> Dz.U. L 181 z 28.6.1989, str. 47.

- 5) »Towary i usługi, które stały się od niedawna znaczące« to towary i usługi, dla których zmiany cen nie wchodzą wyraźnie w zakres HICP państw członkowskich i których udział w szacowanych wydatkach konsumpcyjnych wynosi przynajmniej tysięczną część wydatków, które są uwzględnione w HICP.
- 6) »Dobór próby« oznacza każde postępowanie przy sporządzaniu HICP, do którego wykorzystuje się część z całości ofert towarowych, aby oszacować zmianę ceny dla segmentów konsumpcyjnych ujętych w HICP.
- 7) »Próba docelowa« oznacza zbiór ofert produktów w ramach segmentu konsumpcyjnego, który ma być przedmiotem obserwacji ze strony państwa członkowskiego w celu otrzymania rzetelnego i porównywalnego przedstawienia docelowej całości HICP.
- 8) »Wagi« używane do agregowania HICP oznaczają właściwe szacunki względnych wydatków na podgrupę docelowego ogółu towarów i usług zgodnie z rozporządzeniem Komisji (WE) nr 2454/97 (\*).
- 9) »Ustalona cena« to cena rzeczywiście potwierdzona przez państwa członkowskie.
- 10) »Zamienna oferta produktów« oznacza ofertę produktów o ustalonej cenie, która zastępuje ofertę produktów w próbie docelowej.
- 11) »Cena produktu lub usługi zamiennika« oznacza ustaloną cenę za zamienną ofertę produktów.
- 12) »Cena szacunkowa« oznacza cenę, która jest używana zamiast ustalonej ceny i którą ustala się zgodnie z właściwą procedurą. Cen wcześniej ustalonych nie uważa się za ceny szacunkowe, o ile nie można udowodnić, iż przedstawiają one odpowiednio przeprowadzone szacunki.
- 13) »Podstawowa grupa produktów« oznacza zbiór ofert produktów, które zostały wybrane do próby w celu przedstawienia jednego lub więcej segmentu konsumpcyjnego w ramach HICP.
- 14) »Podstawowy agregat« oznacza podstawową grupę produktów, podzieloną np. ze względu na regiony, miasta, typy punktów sprzedaży i w ten sposób odnoszącą się do poziomu, na którym ustalone ceny wchodzą do HICP. W przypadku kiedy podstawowe grupy produktów nie są podzielone, termin »podstawowa grupa produktów« i »podstawowy agregat« ma to samo znaczenie.
- 15) »Wskaźnik podstawowych agregatów« oznacza wskaźnik cen podstawowego agregatu.
- 16) »Zmiana jakości« oznacza, że zastąpienie spowodowało znaczące różnice w stopniu, w którym zastąpiona oferta produktów służy celowi konsumpcyjnemu segmentu konsumpcyjnego, do którego należy, zawsze kiedy państwo członkowskie uzna to za stosowne.
- 17) »Dostosowanie jakości« oznacza procedurę, zgodnie z którą uwzględnia się ustaloną zmianę jakości poprzez wzrost lub obniżenie ustalonych cen aktualnych lub referencyjnych o czynnik lub kwotę, które odpowiadają wartości tej zmiany jakości.

(\*) Dz.U. L 340 z 11.12.1997, str. 24.”;

2) dodaje się art. 2a w brzmieniu:

„Artykuł 2a

#### Zasady

1. Zebrane HICP to statystyka z próby, która odzwierciedla średnią zmianę cen dla badanego ogółu towarów i usług pomiędzy miesiącem kalendarzowym obecnego wskaźnika i okresem, z którym jest porównywany.

2. W statystyce zbiór wszystkich transakcji może być dokładnie podzielony na podzbiory odpowiadające ofertom produktów, do których transakcje te należą. Są one klasyfikowane zgodnie z czterocyfrowymi kategoriami i podkategoriami przedstawionymi w załączniku Ia, które wywodzą się z międzynarodowej klasyfikacji COICOP i określane są jako COICOP/HICP (klasyfikacja konsumpcji indywidualnej według celu użycia, dopasowana do wymogów HICP).

3. HICP są obliczane przy użyciu formuły zgodnej z formułą typu Lespeyres.

4. Segmenty konsumpcyjne tworzą ustalone jednostki w koszyku wskaźników, zgodnie z którym opracowuje się HICP.

5. Ceny używane w HICP są cenami kupna płacnymi przez gospodarstwa domowe przy nabywaniu poszczególnych towarów i usług w transakcjach pieniężnych.

6. W przypadku gdy towary i usługi dostępne są dla konsumentów bezpłatnie, a następnie pobierana jest cena rzeczywista, wówczas zmiana z ceny zerowej na cenę rzeczywistą i odwrotnie, powinna być uwzględniona w HICP.

7. HICP dostarczają wskaźnika rzeczywistej zmiany cen nieobarczonej zmianą jakości. Mają one:

- a) odzwierciedlać zmianę cen na podstawie zmienionych wydatków na utrzymanie wzorca konsumpcji gospodarstw domowych oraz skład populacji konsumentów w okresie bazowym lub okresie odniesienia; oraz
- b) być skonstruowane poprzez właściwe korekty dla ustalonej zmiany jakości. Dostosowanie jakości służy rzetelności i reprezentatywności HICP jako wskaźnika rzeczywistej zmiany ceny.

8. W zakresie zmiany jakości, oceny opierają się na właściwych dowodach zmian między specyfikacją zamienionej oferty produktów i oferty produktów w zamienionej przez nią w próbie; to jest różnicy w znaczących cechach determinujących oferty produktów takich jak marka lub materiał, które mają znaczenie celu konsumpcyjnego w danym przypadku.

Nie uważa się za zmianę jakości kompleksowych corocznych lub rzadszych korekt kontroli prób HICP. Jej włączenie przeprowadza się poprzez ustalenie odpowiedniego łańcucha połączeń. Korekta próby HICP nie usuwa potrzeby wprowadzenia zamiennej oferty produktów bez zwłoki pomiędzy dwiema korektami.

9. Przedstawienie podstawowej grupy produktów lub podstawowego agregatu jest określone poprzez wagi wydatków z nią związanych. Inne wagi mogą być używane w ramach podstawowych agregatów pod warunkiem, że zapewniono reprezentatywność wskaźników.

10. »Wiarygodność« oceniana jest na podstawie »precyzji«, która odnosi się do wielkości błędu próby i »reprezentatywności« odnoszącej się do braku błędów systematycznych.»

- 3) w art. 4 ust. 2 słowa „art. 2 lit. b)” zastępuje się słowami „art. 2 ust. 5”;

4) artykuł 5 otrzymuje brzmienie:

„Artykuł 5

#### **Minimalne normy dla procedury zamiany i dostosowania jakości**

1. Metody przeprowadzania procedury dostosowania jakości są oceniane w poniższy sposób:

- a) metody typu A: te, które uznaje się za dostarczające najlepszych rezultatów w odniesieniu do precyzji i błędów systematycznych;
- b) metody typu B: te, które mogą dostarczyć mniej precyzyjnych lub reprezentatywnych danych niż metody typu A, lecz które są również uznawane za akceptowalne. Metody typu B powinny być wykorzystywane w przypadkach, kiedy nie stosuje się metod typu A; oraz
- c) metody typu C: wszystkie inne metody, które nie są stosowane.

2. Normy dotyczące oceny metod dostosowania jakości są opracowywane i publikowane przez Komisję (Eurostat) po konsultacjach z KPS, w oparciu o indywidualne podejście i z właściwym uwzględnieniem aspektów efektywności kosztowej i kontekstu, w którym są stosowane.

Ocena metod dostosowania jakości nie wyklucza przyjęcia środków wykonawczych w tym zakresie zgodnych z art. 5 ust. 3 rozporządzenia (WE) nr 2494/95.

3. Metody typu A i B są uznawane za odpowiednie metody dostosowania jakości. HICP, w których uwzględniono odpowiednie procesy dostosowania jakości, uważa się za porównywalne. Pomijając inne przesłanki, metody typu A mają pierwszeństwo przed metodami typu B.

4. Jeżeli państwa członkowskie nie dysponują swoimi szacunkami, wtedy wykorzystują istniejące szacunki na podstawie informacji, które udostępnia Komisja (Eurostat), jeśli są one przydatne i istotne.

5. W żadnym wypadku nie należy szacować zmiany jakości jako całościowej różnicy cen między tymi dwoma ofertami towarowymi, jeśli nie można tego uzasadnić jako szacunku odpowiedniego.

6. W przypadku gdy nie są dostępne żadne szacunki, wylicza się zmiany cen jako różnicę między zmienioną ceną a ceną zastąpionej oferty towarowej.

7. Zastąpione oferty produktów:

a) są albo »zasadniczo równoważne« w przypadku, kiedy nie występuje zmiana jakości pomiędzy zastąpioną ofertą produktów a tą, którą zastąpiła ona w badanej próbie lub »równoważna z uwzględnieniem dostosowania jakości«, jeżeli dostosowanie jakości jest konieczne dla badanej zmiany jakości pomiędzy zastąpioną ofertą produktów i tą, którą zastąpiła ona w badanej próbie;

b) są wybierane z tych samych segmentów konsumpcyjnych, jak te które ulegają zastąpieniu w celu zachowania reprezentatywności segmentów konsumpcyjnych;

c) nie są wybierane na podstawie zbieżności cen. Ma to zastosowanie zwłaszcza wtedy, gdy zastąpienia należy dokonać po tym, jak towary lub usługi zostały wystawione na sprzedaż po niższej cenie.”.

Artykuł 2

### **Wejście w życie**

Niniejsze rozporządzenie wchodzi w życie dwudziestego dnia po jego opublikowaniu w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej*.

Niniejsze rozporządzenie wiąże w całości i jest bezpośrednio stosowane we wszystkich państwach członkowskich.

Sporządzono w Brukseli, dnia 14 listopada 2007 r.

W imieniu Komisji  
Joaquín ALMUNIA  
Członek Komisji

---