



STATISTICAL OFFICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES
OFFICE STATISTIQUE DES COMMUNAUTES EUROPEENNES

ERHEBUNG ÜBER DIE EINZELHANDELSPREISE 1977 UND 1978
SURVEY OF RETAIL PRICES 1977 AND 1978
ENQUETE SUR LES PRIX DE DETAIL 1977 ET 1978
INDAGINE SUI PREZZI AL DETTAGLIO 1977 E 1978



STATISTICAL OFFICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES
OFFICE STATISTIQUE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

ERHEBUNG ÜBER DIE EINZELHANDELSPREISE 1977 UND 1978
SURVEY OF RETAIL PRICES 1977 AND 1978
ENQUÊTE SUR LES PRIX DE DÉTAIL 1977 ET 1978
INDAGINE SUI PREZZI AL DETTAGLIO 1977 E 1978

TABLE DE MATIERES

INTRODUCTION		<u>Page</u> 2
TABLEAUX		
Tab. I	Les prix à la consommation en automne 1977	16
Tab. II	Les prix à la consommation en automne 1978	32
Tab. III	Les prix électro-ménagers, électro-acoustique, radio et TV, photo en automne 1977	48

TABLE OF CONTENT

INTRODUCTION		5
TABLES		
Tab. I	Consumer prices in autumn 1977	16
Tab. II	Consumer prices in autumn 1978	32
Tab. III	Consumer prices of domestic electrical appliances, radio, TV, audio and photo equipment in autumn 1977	48

INHALTSVERZEICHNIS

EINFUEHRUNG		8
TABELLEN		
Tab. I	Verbraucherpreise im Herbst 1977	16
Tab. II	Verbraucherpreise im Herbst 1978	32
Tab. III	Verbraucherpreise für elektrische Haushaltsgeräte, Radio, Fernseh-, Photo- und Photo-geräte im Herbst 1977	48

INDICE

INTRODUZIONE		12
TAVOLE		
Tav. I	Prezzi al consumo nell'autunno 1977	16
Tav. II	Prezzi al consumo nell'autunno 1978	32
Tav. III	Prezzi al consumo per i elettrodomestici, apparecchi elettro-acustici e radio, televisivi, Foto nell'autunno 1977	48

INTRODUCTION

1. Dans le cadre des comparaisons de pouvoir d'achat au niveau international, l'Office statistique des Communautés européennes effectue régulièrement des enquêtes sur les prix de détail des biens et des services destinés aux particuliers, en collaboration avec les offices statistiques nationaux. De vastes enquêtes sont organisées tous les 5 ans; l'enquête de 1975 portait sur 700 articles environ et celle de 1980 en englobera un bon millier (1).

En 1977, l'Office statistique des Communautés européennes a entrepris d'effectuer pour les périodes comprises entre deux grandes enquêtes, des relevés annuels des prix de portée limitée qui doivent permettre essentiellement de mettre à jour les parités de pouvoir d'achat et de répondre, en même temps, à la demande croissante d'informations sur les prix à la consommation. L'Office statistique des Communautés européennes présente, ci-après, les résultats des deux premières enquêtes annuelles.

2. La liste des articles utilisée pour l'enquête de 1975 a fourni le point de départ des enquêtes annuelles. A partir de cette liste, on a sélectionné environ $\frac{1}{5}$ des articles pour les enquêtes annuelles. Le choix a été effectué en fonction des critères suivants:
 - pour chaque poste de dépense de la nomenclature des fonctions de la consommation finale des ménages privés (2), il fallait reprendre au moins un article dans l'enquête;
 - les articles doivent être commercialisés dans le plus grand nombre possible de pays communautaires et y représenter une certaine part du marché;
 - il faut, au tant que possible, sélectionner les articles dont on se sert déjà, dans les Etats membres, pour calculer les indices nationaux des prix à la consommation.

En ce qui concerne la liste des biens utilisée pour les enquêtes annuelles, un autre élément déterminant était que la comparabilité internationale ne pouvait être garantie par des groupes multinationaux d'enquêteurs, comme cela est le cas pour les grandes enquêtes. C'est pourquoi il n'a été tenu compte que des biens pouvant être précisés suffisamment par des descriptions détaillées d'articles pour permettre aussi aux groupes d'enquêteurs, constitués exclusivement au niveau national, de calculer pour leur pays les prix d'articles de type et de qualité identiques. Ainsi, on s'est par exemple servi de produits de marque chaque fois que cela a été possible. Par ailleurs, les membres du groupe de travail "Statistique des prix" ont encore contrôlé la comparabilité internationale des résultats.

La méthode de sélection décrite fait que les enquêtes annuelles ont regroupé un nombre bien supérieur à la moyenne de biens auxquels est attribuée une importance sur le marché plus grand dans les Etats membres centraux de la Communauté que dans ceux se trouvant à la périphérie. De ce fait la valeur indicative des comparaisons de prix pour certains articles peut être faussée entre ces deux groupes de pays.

(1) voir : enquête de 1975 sur les prix de détail, EUROSTAT 1976.

(2) voir : comparaison en valeurs réelles des agrégats du SEC 1975-EUROSTAT 1977.

Tout comme les grandes enquêtes, les enquêtes annuelles sur les prix se limitent aux capitales des Etats membres. Des enquêtes régionales sur les prix en République fédérale, en France et en Italie ont montré que les prix de certains biens peuvent parfois varier considérablement entre la capitale et d'autres villes d'un même pays. Globalement, le niveau des prix dans les capitales s'écarte toutefois peu de la valeur moyenne nationale.

Les prix cités dans cette publication sont des valeurs moyennes calculées sur la base des prix de détail relevés. Lorsqu'on dispose d'un minimum de trois relevés de prix, on ne cite alors qu'un prix. Cela ne concerne pas les biens et les services dont les prix sont uniformes au niveau national et communal, comme par exemple les tarifs postaux ou ceux des transports publics locaux.

Octobre est la période choisie pour l'enquête sur les prix. Ces derniers n'ont pas été convertis en valeurs moyennes annuelles, ce dont il faut tenir compte, en particulier, pour des articles saisonniers tels que les fruits et les légumes.

Pour que cette publication soit un véritable tableau international des prix, n'y ont été inclus que les articles pour lesquels on connaissait les prix moyens de trois Etats membres au moins.

Les enquêtes annuelles ont recensé, par article, un nombre de prix de détail inférieur à celui des grandes enquêtes. De ce fait, l'éventail des différentes formes de commerce n'a pu être couvert dans les mêmes proportions qu'en 1975. Souvent, le choix des magasins a été déterminé davantage par des considérations techniques. Ainsi, il y a lieu de penser que les enquêtes effectuées dans quelques pays ont inclus plus fréquemment par exemple des hypermarchés où l'on trouve sans peine un grand nombre de biens à recenser. Comme cette situation varie d'un pays à l'autre, la comparabilité internationale peut en souffrir.

Cela s'applique également à la comparaison dans le temps des résultats disponibles pour 1975, 1977 et 1978. Celle-ci est faussée, entre autres, en raison de légères modifications apportées aux définitions des articles qui ont été nécessaires du fait de l'expérience acquise et des variations de l'office de produits; ces modifications ne sont pas mentionnées dans la brève description des articles figurant dans les tableaux suivants.

L'Office statistique des Communautés européennes a également utilisé les enquêtes annuelles pour poursuivre l'analyse des groupes de produits qui ont posé des problèmes particulièrement difficiles lors des grandes enquêtes. Dans ce but, une enquête approfondie des prix des appareils électroménagers, des appareils de radio, des téléviseurs et des électrophones ainsi que des appareils photographiques et des caméras a été effectuée en 1977. Les résultats de cette enquête sont présentés dans la partie II.

La liste des biens utilisés pour cette enquête a été établie par le groupe de travail "statistiques des prix", en collaboration avec l'Association européenne des syndicats de consommateurs (Bruxelles).

Certes, les articles de marque prédominent dans ces groupes de biens; toutefois, la comparaison internationale des prix est rendue plus difficile par le fait que, on trouve des marques nationales qui ne sont pas commercialisées dans les autres Etats membres; ceci concerne en particulier le Royaume-Uni et l'Irlande, mais également la France et l'Italie. Les marques commercialisées au niveau international y sont, certes, également offertes mais coûtent généralement beaucoup plus cher que les produits nationaux. Une comparaison des prix reposant uniquement sur des marques commercialisées sur le marché mondial donc faussée. L'habitude des fabricants

d'offrir des produits identiques ou presque dans différents pays sous différentes dénominations commerciales engendre également une autre difficulté. Enfin, des particularités techniques telles que les différents systèmes de télévision utilisés dans les Etats membres peuvent encore compliquer la comparaison internationale des prix.

On a estimé possible de surmonter ces difficultés en renonçant à l'exigence de l'identité stricte des biens et en la remplaçant par celle, moins stricte, de la comparabilité. Ainsi, les biens sont considérés comme comparable s'il y a une large concordance des principales caractéristiques influençant les prix telles que matériel, transformation et données techniques. De cette façon, il serait plus facile de calculer des prix pour un article dans le plus grand nombre possible de pays.

Néanmoins, ces difficultés se retrouvent lors du choix des articles, lorsqu'il s'agit de déterminer si certains biens sont comparables au sens défini ci-dessus. A cet égard, le statisticien qui s'occupe de prix a absolument besoin de l'aide d'un expert.

L'expérience a montré que la prudence est de mise face à une telle méthode. Mis à part les coûts élevés qu'elle entraîne du fait d'études techniques destinées à contrôler la comparabilité, l'enquête sur les prix comporte un facteur d'insécurité supplémentaire qui est de savoir si la comparabilité attestée par les experts existe réellement. L'Office statistique des Communautés européennes n'utilisera donc, à l'avenir, le terme de comparabilité que s'il s'agit de produits identiques d'un fabricant vendus dans différents pays sous différentes dénominations.

Les prix cités dans la partie II sont également des valeurs moyennes résultant de différents relevés. Ils se rapportent à la période d'enquête d'octobre 1977. En ce qui concerne la publication, seuls ont été pris en considération les produits pour lesquels on a relevé au minimum 3 prix de détails dans 3 pays au moins. Les prix indiqués dans une ligne concernent exclusivement des biens identiques. Les prix des biens, classés par les experts dans la catégorie "comparable", sont par conséquent recensés à part.

INTRODUCTION

1. As part of international comparisons of purchasing power, the Statistical Office of the European Communities, in conjunction with the national statistical offices, conducts regular surveys on retail prices of consumer goods and services. Large-scale surveys take place at five-year intervals; the 1975 survey covered some 700 articles and in 1980 there will be about 1.000 (1).

In 1977 the SOEC began limited annual price surveys covering the periods between the large-scale surveys. Their main purpose is to update the purchasing power parities and at the same time to meet the growing demand for information on consumer prices. The SOEC herewith presents the results of the first two annual surveys.

2. The list of goods for the 1975 survey formed the basis for the annual survey. About one-fifth of the articles in this list were chosen for the annual surveys in accordance with the following criteria:
 - At least one article should be included for each basic heading of the classification of final consumption of households by object (2).
 - The articles should be found in as many Community countries as possible and also have a certain market significance there.
 - Wherever possible, articles should be those already used in the Member States for calculating national consumer price indices.

Another factor determining the list of goods for the annual surveys was that international comparability could not be ensured by multinational teams of surveyors, as is the case in the large-scale surveys.

Consequently, only goods which can be defined with sufficient precision by means of detailed descriptions were considered, thus enabling exclusively national teams to determine prices of articles of identical type and quality in their own countries. Wherever possible, therefore, branded goods were chosen. In addition, the results were re-examined for international comparability by the members of the Working Party on Price Statistics.

As a result of the selection procedure described above, the annual surveys included an above-average proportion of goods which have a greater market significance in the centrally situated Community countries than in those on the periphery. This can impair the meaningfulness of price comparisons for individual articles between these two groups of countries.

Like the large-scale surveys, the annual price surveys were restricted to the capital cities of the Member States. Regional price surveys in the Federal Republic of Germany, France and Italy have shown that the

(1) Cf. Retail Price Survey 1975, EUROSTAT 1976.

(2) Cf. Comparison in Real Values of the Aggregates of ESA 1975 - EUROSTAT 1977.

prices for individual goods can vary considerably between the capital and other cities of the same country. Overall, however, the level of prices in the capital cities differs only slightly from the national average.

The prices in this publication are average values calculated from the individual prices observed. A price is shown only if there are at least three observations. This does not apply to goods and services which have standard national or local prices, such as postal or local public transport charges.

The prices refer to the survey reference date, i.e. the month of October. They were not converted to annual average values. This must be borne in mind with seasonal articles in particular, e.g. fruit and vegetables.

In order to give the publication something of the nature of an international price survey, only articles for which average prices from at least three Member States were available are included.

Compared with the large-scale surveys, fewer individual prices per article were recorded. This meant that the spectrum of the different types of shops could not be covered to the same extent as in 1975. The choice of shops was often determined more by technical considerations. For example, hypermarkets, in which many of the goods are to be found without too much difficulty in any one place, were probably included in greater numbers in some countries. As this was handled differently from country to country, international comparability may be affected.

This is also true of temporal comparison of the results available for 1975, 1977 and 1978, which is affected by, amongst other things, changes in the article definitions. These changes become necessary due to experience acquired and new goods available; they are not, however, reflected in the brief description of the articles in the following tables.

The SOEC also used the annual surveys for further analysis of those product groups which had caused particular difficulties in the large-scale surveys. To this end, an in-depth price survey was carried out in 1977 on domestic electrical appliances, radio, television and audio equipment, cameras and cine cameras. The results are given in Part II.

The list of goods for this survey was drawn up by the Working Party on Price Statistics in cooperation with the European Federation of Consumer Associations, Brussels.

Although, these groups comprise mainly branded goods, international price comparison is made difficult by the fact that in some countries national brands predominate which are not sold in the other Member States; this is particularly true of the United Kingdom and Ireland and in some cases France and Italy as well. Although, international brands are also available, they are normally much more expensive than the domestic products. A price comparison based solely on international brands would therefore be distorted. A further difficulty is caused by the manufacturers' practice of offering identical or virtually identical products for sale under different brand names in different countries.

Finally, international price comparison can be made more difficult by technical details, e.g. the different television systems in the Member States.

A possible way of overcoming these difficulties is to discard the requirement of strict identity of the goods and replacing it by the less strict requirement of comparability. Goods are regarded as comparable if their main price-determining characteristics, such as material, type of processing and technical data, are more or less the same. This would make it easier to determine prices for a particular article in as many countries as possible.

The difficulties are, however, shifted onto the selection of articles when it comes to determining whether certain goods are comparable as defined above. In this, the price statistician is completely dependent on the assistance of technical experts.

Experience has shown that this method must be treated with caution. Apart from the high cost of checking in the technical sense, it adds a further element of uncertainty to the price survey, namely whether the comparability attested to by experts does in fact exist. The SOEC will therefore in future use the concept of comparability only with reference to a manufacturer's identical products sold in different countries under different brand names.

The prices shown in Part II are likewise average values calculated from individual observations. They refer to the survey date, i.e. October 1977. Only products for which at least three individual prices were recorded in at least three countries are used for publication. The prices shown on the same row refer exclusively to identical goods. The prices of goods which were deemed comparable by experts are therefore shown separately.

E I N F U E H R U N G

1. Im Rahmen der internationale Kaufkraftvergleiche führt das Statistische Amt der Europäischen Gemeinschaften in Zusammenarbeit mit den nationalen Statistischen Aemtern regelmässig Erhebungen über die Einzelhandelspreise für Güter und Dienstleistungen des privaten Verbrauchs durch. In einem Abstand von fünf Jahren finden grossangelegte Erhebungen statt; die Erhebung von 1975 umfasste rund 700 Artikel, 1980 werden es gut 1 000 Artikel sein (1).

Im Jahre 1977 hat das Statistische Amt der Europäischen Gemeinschaften damit begonnen, für die Zeiträume zwischen den grossen Erhebungen jährliche Preiserhebungen von begrenztem Umfang durchzuführen. Diese sollen vornehmlich zur Aktualisierung der Kaufkraftparitäten dienen, zugleich aber auch der steigenden Nachfrage nach Informationen über Verbraucherpreise entsprechen. Das Statistische Amt der Europäischen Gemeinschaften legt hiermit die Ergebnisse der ersten beiden Jahreserhebungen vor.

2. Ausgangspunkt für die jährlichen Erhebungen bildete die Güterliste der Erhebung des Jahres 1975. Aus dieser wurden rund ein Fünftel der Artikel für die jährlichen Erhebungen ausgewählt. Die Auswahl erfolgte dabei nach folgenden Gesichtspunkten:
 - Für jede Ausgabenfunktion der Systematik der Verwendungszwecke des letzten Verbrauchs der privaten Haushalte (2) sollte zumindest ein Artikel in die Erhebung aufgenommen werden.
 - Die Artikel sollen in möglichst vielen Gemeinschaftsländern getroffen werden und dort auch eine gewisse Marktbedeutung haben.
 - Es sollen möglichst solche Artikel ausgewählt werden, die in den Mitgliedsländern bereits für die nationalen Verbraucherpreisindizes herangezogen werden.

Für die Güterlisteder jährlichen Erhebungen war ebenfalls bestimmend, dass die internationale Vergleichbarkeit nicht durch multinationale Erhebergruppen sichergestellt werden konnte, wie dies bei den Grosserhebungen der Fall ist. Daher kamen nur solche Güter in Betracht, die sich anhand detaillierter Artikelbeschreibungen genau genug präzisieren lassen, um es auch ausschliesslich national zusammen gesetzten Erhebergruppen zu ermöglichen, in ihren Ländern Preise von Artikeln identischer Art und Güte zu ermitteln. So wurde z.B., wo immer dies

(1) Vgl.: Erhebung über die Einzelhandelspreise 1975, EUROSTAT 1976.

(2) Vgl.: Comparison in Real Values of the Aggregates of ESA 1975 - EUROSTAT 1977.

möglich war, auf Markenartikel zurückgegriffen. Zudem wurden die Ergebnisse von den Mitgliedern der Arbeitsgruppe "Preisstatistik" auf ihre internationale Vergleichbarkeit hin nochmals überprüft.

Das beschriebene Auswahlverfahren führt dazu, dass in die jährlichen Erhebungen überdurchschnittlich viele Güter eingingen, denen in den zentral gelegenen Mitgliedsländern der Gemeinschaft eine grössere Marktbedeutung zukommt als in den peripher gelegenen. Dadurch kann die Aussagefähigkeit von Preisvergleichen für einzelne Artikel zwischen diesen beiden Ländergruppen beeinträchtigt werden.

Wie auch bei den grossen Erhebungen beschränkten sich die jährlichen Preiserhebungen auf die Hauptstädte der Mitgliedsländer. Regionale Preiserhebungen in der Bundesrepublik, in Frankreich und Italien haben ergeben, dass die Preise für einzelne Güter zwischen der Hauptstadt und anderen Städten eines Landes zum Teil beträchtliche Unterschiede aufweisen können. Im ganzen gesehen weicht das Preisniveau in den Hauptstädten jedoch nur wenig vom nationalen Durchschnittswert ab.

Die in dieser Veröffentlichung ausgewiesenen Preise sind Durchschnittswerte aus den beobachteten Einzelpreisen. Es wird nur dann ein Preis ausgewiesen, wenn mindestens drei Preisbeobachtungen vorliegen. Dies gilt nicht für Güter und Dienstleistungen mit national einheitlichen bzw. gemeindeeinheitlichen Preisen wie etwa Postgebühren oder Gebühren im öffentlichen Nahverkehr.

Die Preise beziehen sich auf den Erhebungszeitpunkt Oktober. Sie wurden nicht auf Jahresdurchschnittswerte umgerechnet. Dies ist besonders bei Saisonartikeln wie z.B. Obst und Gemüse zu beachten.

Um der Veröffentlichung den Charakter einer internationalen Preisübersicht zu erhalten, wurden nur solche Artikel einbezogen, für die Durchschnittspreise aus mindestens drei Mitgliedsländern vorliegen.

Im Vergleich zu den Grosserhebungen wurden in den jährlichen Erhebungen je Artikel weniger Einzelpreise erhoben. Dadurch konnte das Spektrum der verschiedenen Handelsformen nicht in ähnlichem Ausmass abgedeckt werden wie im Jahre 1975. Oft war die Auswahl der Geschäfte mehr von erhebungstechnischen Überlegungen bestimmt. So dürften etwa Grossmärkte, in denen an einem Ort ohne grosse Mühe eine Vielzahl der zu erhebenden Güter anzutreffen sind, in einigen Ländern verstärkt in die Erhebung einbezogen worden sein. Da dies von Land zu Land unterschiedlich gehandhabt wurde, kann die internationale Vergleichbarkeit hiervon beeinträchtigt werden.

Dies gilt auch für den zeitlichen Vergleich der vorliegenden Ergebnisse für 1975 sowie für 1977 und 1978. Er wird neben anderen auch von leichten Veränderungen der Artikeldefinitionen beeinträchtigt, die aufgrund der gesammelten Erfahrungen sowie des Wandels des Warenangebotes erforderlich wurden, in der Kurzbeschreibung der Artikel in den folgenden Tabellen jedoch nicht zum Ausdruck kommen.

Das Statistische Amt der Europäischen Gemeinschaften hat die jährlichen Erhebungen auch dazu genutzt, jene Produktgruppen, die sich in den Grosserhebungen als besonders schwierig erwiesen hatten, weiter zu analysieren. Zu diesem Zwecke wurde 1977 eine tiefgehende Preiserhebung für elektrische Haushaltsgeräte, Rundfunk-, Fernseh- und Phonogeräte sowie für Fotoapparate und Filmkameras durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Erhebung sind in Teil II wiedergegeben.

Die Güterliste für diese Erhebung wurde von der Arbeitsgruppe "Preisstatistik" in Zusammenarbeit mit der europäischen Vereinigung der Verbraucherverbände, Brüssel, erarbeitet.

Bei diesen Gütergruppen herrschen zwar Markenartikel vor, der internationale Preisvergleich wird jedoch dadurch erschwert, dass in einigen Ländern nationale Marken domonieren, die in den übrigen Mitgliedsländern nicht am Markt sind; dies gilt besonders für das Vereinigte Königreich und Irland, z.B. auch für Frankreich und Italien. Die international gehandelten Marken werden dort zwar auch angeboten, sind meistens jedoch weit teurer als die heimischen Produkte. Ein Preisvergleich, der allein auf den international gehandelten Marken beruhte, wäre daher verzerrt. Eine weitere Schwierigkeit bildet die Gepflogenheit der Hersteller, identische oder nahezu identische Produkte in verschiedenen Ländern unter verschiedenen Markenbezeichnungen anzubieten. Und schliesslich können technische Gegebenheiten, wie z.B. die verschiedenen Fernsehsysteme in den einzelnen Mitgliedsländern, den internationalen Preisvergleich erschweren.

Eine Möglichkeit, diese Schwierigkeiten zu überwinden, wurde darin gesehen, von der Erfordernis der strengen Identität der Güter abzugehen und diese durch die weniger strenge Forderung der Vergleichbarkeit zu ersetzen. Danach gelten Güter als vergleichbar, wenn sie in den wesentlichen preisbestimmenden Markmalen, wie Material, Verarbeitung und technische Daten weitgehend überstimmen. Auf diese Weise würde es leichter, für eine Artikelposition in möglichst vielen Ländern Preise zu ermitteln.

Die Schwierigkeiten werden allerdings in das Feld der Artikelauswahl vorverlagert, wenn es darum geht festzustellen ob bestimmte Güter in dem oben definierten Sinn vergleichbar sind. Hierbei ist der Preisstatistiker ganz auf die Unterstützung durch technische Sachverständige angewiesen.

Die Erfahrungen haben gezeigt, dass diesem Verfahren gegenüber Vorsicht geboten ist. Abgesehen von den hohen Kosten, die es wegen der technischen Untersuchungen zur Ueberprüfung der Vergleichbarkeit mit sich bringt, kommt in die Preiserhebung ein zusätzliches Unsicherheitsmoment, und zwar, ob die von Experten bescheinigte Vergleichbarkeit in der Tat auch gegeben ist. Das Statistische Amt der Europäischen Gemeinschaften wird daher das Konzept der Vergleichbarkeit künftig nur noch dann verwenden, wenn es sich um identische Produkte eines Herstellers handelt, die in verschiedenen Ländern unter verschiedenen Markennamen vertrieben werden.

Die in Teil II angewiesenen Preise sind ebenfalls Durchschnittswerte aus Einzelbeobachtungen. Sie beziehen sich auf den Erhebungszeitpunkt Oktober 1977. Für die Veröffentlichung wurden nur solche Produkte herangezogen, für die in mindestens drei Ländern mindestens drei Einzelpreise erhoben wurden. Die in einer Zeile ausgewiesenen Preise beziehen sich ausschliesslich auf identische Güter. Die Preise auch solcher Güter, die von Experten als vergleichbar eingestuft wurden, werden demzufolge getrennt ausgewiesen.

INTRODUZIONE

1. Nel quadro dei confronti internazionali sul potere d'acquisto delle monete l'Istituto statistico delle Comunità europee esegue regolarmente, in collaborazione con gli Istituti statistici nazionali, indagini sui prezzi al dettaglio di beni e servizi destinati ai consumi privati : ogni cinque anni si effettuano indagini su vasta scala, delle quali quella del 1975 comprendeva 700 articoli e quella del 1980 ne comprenderà un migliaio (1).

Nel 1977 l'Istituto statistico delle Comunità europee ha inaugurato, per gli intervalli fra le indagini maggiori, una serie di inchieste annuali di più limitata estensione, destinate principalmente all'aggiornamento delle parità del potere d'acquisto, oltre che a far fronte alla crescente domanda di informazioni sui prezzi al consumo : nella presente pubblicazione si riportano i risultati delle prime due indagini annuali di questo tipo.

2. Per le indagini annuali si è assunto come base di partenza l'elenco dei beni dell'inchiesta 1975, scegliendo un quinto circa degli articoli in esso contenuti. La scelta è stata operata applicando i criteri seguenti :
 - inserire nella rilevazione almeno un articolo per ogni voce compresa nella nomenclatura dei consumi finali delle famiglie (2) ;
 - prendere in considerazione articoli presenti nel maggior numero possibile di paesi della Comunità ed aventi una certa rilevanza sul mercato ;
 - scegliere il maggior numero possibile di articoli già considerati nei singoli paesi membri ai fini del calcolo degli indici nazionali dei prezzi al consumo.

Altro elemento che ha pure influito sulla composizione dell'elenco dei beni per le indagini annuali è stato il fatto che, non essendosi utilizzate, diversamente dalla prassi seguita per le inchieste su grande scala, squadre di rilevatori di più nazionalità che potessero garantire la comparabilità internazionale, si sono presi in considerazione solo beni identificabili con sufficiente precisione sulla base di una descrizione particolareggiata, affinché anche a squadre composte unicamente di rilevatori nazionali fosse possibile determinare, ciascuna per il proprio paese, il prezzo di articoli di identica natura e qualità. In base a questo criterio si è sempre fatto riferimento, in tutti i casi in cui ciò fosse possibile, ad articoli di marca, ed in più i risultati sono stati successivamente verificati dai membri del Gruppo di lavoro "Statistiche dei prezzi" per controllarne la comparabilità internazionale.

(1) Si veda l'Indagine sui prezzi al dettaglio 1975 ; EUROSTAT 1976.

(2) Si veda "Comparaison en valeurs réelles des agrégats du SEC 1975" ; EUROSTAT 1977.

Effetto della procedura di selezione descritta è che nelle indagini annuali sono stati inclusi in numero superiore alla media beni aventi nei paesi dell'area centrale dalla Comunità un'importanza di mercato maggiore che non in quelli periferici : di conseguenza potrebbe risulterne compromessa la significatività dei confronti riguardanti i prezzi di singoli articoli, fra i paesi delle due diverse aree geografiche.

Come per le indagini su grande scala, anche per le inchieste annuali le rilevazioni sono state effettuate unicamente nelle capitali degli Stati membri : benché da rilevazioni regionali compiute nella R.F. di Germania, in Francia ed in Italia sia emersa la possibilità di divergenze talora notevoli nei prezzi dei singoli beni fra la capitale e gli altri centri urbani, in complesso si può dire tuttavia che il livello dei prezzi che si registra nelle capitali si discosta solo in misura ridotta dalla media nazionale.

I prezzi che figurano nella presente pubblicazione sono le medie dei prezzi singoli rilevati ; vengono indicati solo prezzi per cui siano state effettuate almeno tre rilevazioni distinte : il criterio non si applica tuttavia ai beni e servizi aventi prezzi unitari sul piano nazionale o comunale, come ad esempio le tariffe postali o dei trasporti pubblici suburbani.

I prezzi si riferiscono al mese di ottobre, durante il quale sono state effettuate le rilevazioni, e non sono convertiti in valori medi annuali ; di ciò si dovrà tener conto soprattutto per i prodotti di stagione, come frutta e verdura.

Nell'intento di garantire alla pubblicazioni la fisionomia di una rassegna dei prezzi a carattere internazionale, sono stati inclusi solo gli articoli di cui si conoscesse il prezzo medio per almeno tre degli Stati membri.

Poiché nelle indagini annuali è stato rilevato per i singoli articoli un numero minore di prezzi singoli che nelle indagini su grande scala, la gamma delle varie forme di negozi non è rappresentata colla stessa ampiezza dell'inchiesta del 1975 ; e siccome per la scelta dei punti di vendita si sono sovente applicati criteri prevalentemente di ordine tecnico, può darsi ad esempio che i supermercati, nei quali possono trovarsi agevolmente riuniti in un unico centro di vendita molti degli articoli oggetti del rilevamento, in taluni paesi siano stati inclusi nell'indagine con una frequenza superiore agli altri tipi di negozio : essendosi applicate su questo punto procedure diverse nei vari paesi, potrebbe risulterne ridotta la comparabilità a livello internazionale.

La stessa considerazione può ripetersi per i confronti cronologici dei dati del 1975 e di quelli del 1977 e 1978 ; la possibilità di un confronto può essere inoltre pregiudicata anche da lievi modifiche nelle definizioni degli articoli che, pur essendosi rese necessarie alla luce dell'esperienza acquisita o a seguito di variazioni intervenute nelle merci in offerta, non figurano tuttavia nella descrizione sintetica degli articoli riportata nelle tabelle.

Nell'ambito delle indagini annuali l'Istituto statistico delle Comunità europee si è anche proposto di sottoporre ad ulteriori analisi quei gruppi di prodotti per i quali si erano riscontrate particolari difficoltà di rilevamento nel corso delle indagini su grande scala : a tal fine nel 1977 è stata organizzata una inchiesta approfondita dei prezzi degli elettrodomestici, degli apparecchi radio, televisivi e di riproduzione del suono, nonché degli apparecchi fotografici e da ripresa cinematografica, i cui risultati si presentano nella II parte.

L'elenco dei prodotti sulla base del quale è stata eseguita tale inchiesta è stato compilato dal Gruppo di lavoro "Statistiche dei prezzi", in collaborazione con l'Unione europea delle associazioni dei consumatori con sede a Bruxelles.

Benché nelle categorie dei beni oggetto dell'inchiesta predominino nettamente gli articoli di marca, a complicare i raffronti dei prezzi a livello internazionale interviene cioè non dimeno il fatto che in taluni paesi occupano una posizione dominante marche nazionali, le quali in altri paesi della Comunità sono invece assenti sul mercato : il fenomeno si riscontra soprattutto nel Regno Unito e nella Repubblica d'Irlanda, ma anche altrove, ad esempio in Francia ed in Italia ; poiché in questi paesi le marche internazionali, benché rappresentate nell'offerta, sono tuttavia in genere assai più care dei prodotti nazionali, un confronto dei prezzi che si basasse soli su di esse ne risulterebbe gravemente distorto. Un'altra difficoltà deriva dall'abitudine dei produttori di mettere in vendita sotto denominazioni o marchi diversi da paese a paese prodotti che sono in realtà identici o quasi ; un ulteriore motivo di complicazione può essere costituito infine dalle particolarità d'ordine tecnico, come ad esempio la diversità dei sistemi televisivi in uso nei paesi membri.

Per ovviare a tutta questa serie di difficoltà, si è ritenuto opportuno in un primo tempo abbandonare il criterio dell'assoluta identità delle merci, sostituendolo con quello meno rigoroso della comparabilità, in base al quale due articoli si considerano comparabili quando coincidono in larga misura nelle caratteristiche essenziali che ne determinano il prezzo, come materiale, lavorazione e dati tecnici : il che dovrebbe facilitare la rilevazione dei prezzi per uno stesso tipo d'articolo nel maggior numero di paesi possibile.

Con questa soluzione le difficoltà si ripresentano tuttavia a monte, cioè al momento della scelta dell'articolo, dato che ora si pone il problema di stabilire se determinate merci siano effettivamente comparabili nel senso della definizione : e qui l'operatore della statistica dei prezzi è indotto ad affidarsi interamente, di volta in volta, al giudizio di un tecnico del ramo.

L'esperienza ha dimostrato che si tratta di una procedura da utilizzare con cautela, dato che, a parte i costi elevati che ne derivano a causa delle verifiche tecniche necessarie per accertare la comparabilità dei prodotti, essa introduce nella rilevazione dei prezzi un ulteriore elemento di incertezza, e cioè il dubbio se la comparabilità certificata dagli esperti esista effettivamente. Per questi motivi l'Istituto statistico delle Comunità europee in futuro continuerà ad applicare il principio della comparabilità solamente nel caso di prodotti identici dello stesso fabbricante, posti in vendita nei vari paesi con nomi e marchi diversi.

I prezzi riportati nella II parte sono anch'essi valori medi ricavati da una serie di rilevazioni individuali e si riferiscono all'ottobre del 1977, durante cui è stata effettuata l'inchiesta ; ai fini della pubblicazione sono stati considerati solo quei prodotti di cui si siano rilevati i prezzi al dettaglio in almeno tre paesi. I prezzi che compaiono sulla stessa riga si riferiscono esclusivamente ad articoli identici, mentre quelli degli articoli definiti comparabili dagli esperti sono indicati a parte.

Tab. I Les prix à la consommation en automne 1977

Consumer prices in autumn 1977

Verbraucherpreise im Herbst 1977

Prezzi al consumo nell' autunno 1977

FOOD BEVERAGES TOBACCO

PRODUITS ALIMENTAIRES BOISSONS ET TABAC

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FB	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
LONG GRAINED RICE, WELL-KNOWN BRANDS RIZ GRAINS LONGS, MARQUES CONNUES	500 G	2.28	2.85	565	1.62	24	36	.238	-	-
WHEAT FLOUR, 1ST QUALITY FARINE DE FROMENT, 1ERE QUALITE	1 KG	1.31	2.88	336	1.21	21	18	.212	.290	3.73
WHITE BREAD, FRESH, MOST COMMONLY KIND SOLD PAIN BLANC, FRAIS, QUALITES LES PLUS COURANTES	500 G	1.63	2.19	309	.92	15	16	.139	.139	4.27
RYE-BREAD, WRAPPED PAIN DE SEIGLE EMBALLE	500 G	1.53	3.96	746	1.07	16	18	-	-	-
DRY BISCUITS BAKED WITH BUTTER, WELL-KNOWN BRANDS BISCUITS SECS AU BEURRE, MARQUES CONNUES	200 G	1.79	2.59	508	1.66	23	26	-	-	-
CREAM CRACKERS, WELL-KNOWN BRANDS CREAM CRACKERS, MARQUES CONNUES	200 G	1.95	2.81	357	.64	18	20	.165	.172	-
SPAGHETTI, ITALIAN BRANDS SPAGHETTIS, MARQUES ITALIENNES	500 G	1.57	2.30	263	.95	21	18	-	-	-
CORNFLAKES, SELECTED BRAND CORNFLAKES, MARQUE SELECTIONNEE	340 G	2.14	6.38	1078	2.04	30	35	.283	.224	-
BEEF, SIRLOIN STEAK VIANDE DE BOEUF, FAUX FILET	1 KG	24.05	42.39	5837	20.38	361	331	3.111	3.300	-
VEAL, LEG OF VEAL VIANDE DE VEAU, NOIX	1 KG	24.92	36.66	6723	25.13	375	295	-	-	-
PORK, LOIN CHOPS VIANDE DE PORC, COTELETTE	1 KG	12.98	23.18	3709	13.24	171	166	1.970	2.485	-

FOOD BEVERAGES TOBACCO

PRODUITS ALIMENTAIRES BOISSONS ET TABAC

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	RONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR.	LIT.	DAM FL.	LES FB.	BOURG FLX.	£	£	HAVN DKR.
LAMB, LEG OF LAMB (GIGOT) VIANDE D'AGNEAU, GIGOT	1 KG	14.67	36.18	6630	13.03	255	204	1.911	1.894	-
ROASTING CHICKEN, FRESH POULET FRAIS A ROTIR	1 KG	6.63	12.45	2582	6.24	101	90	1.071	-	-
OX TONGUE LANGUE DE BOEUF	1 KG	10.68	19.34	2575	9.28	159	159	-	-	-
COOKED HAM JAMBON CUIT	1 KG	21.28	34.57	4814	19.00	251	279	2.666	3.382	-
PURE CORNED BEEF IN TIN CORNED BEEF PUR, EN BOITE	340 G	3.30	6.52	987	2.83	52	51	-	-	-
COD FILLET, DEEP-FROZEN, WELL-KNOWN BRANDS FILET DE CABILLAUD, SURGELE, MARQUES CONNUES	400 G	4.03	12.28	1780	3.97	75	76	-	-	-
PASTEURIZED MILK, IN MOST COMMON TYPE OF CONTAINER LAIT FRAIS PASTEURISE, EN EMBALLAGE LE PLUS COURANT	1 L	1.01	1.91	390	1.10	15	18	.202	.141	2.95
LIQUID FRESH CREAM CREME FRAICHE LIQUIDE	0,25 L	1.21	4.52	524	2.08	31	23	-	.372	-
PROCESSED CHEESE, SPREADABLE, WELL- KNOWN BRANDS FROMMAGE FONDU A TARTINER, MARQUES CONNUES	150 G	-	3.05	467	2.20	27	29	-	-	-
CAMEMBERT FROM NORMANDY CAMEMBERT DE NORMANDIE	250 G	2.88	5.48	1374	3.83	52	52	-	-	-
GOUDA CHEESE FROM THE NETHERLANDS FROMMAGE GOUDA DES PAYS-BAS	100 G	.96	1.95	340	.86	17	14	-	-	-

FOOD BEVERAGES TOBACCO

PRODUITS ALIMENTAIRES BOISSONS ET TABAC

I T E M S A R T I C L E S	UNIT UNITE	BOMN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
		DM	FFP	LIT	DAM	LES	BOURG	£	£	HAVN
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
CHEESE, 'EDAM' TYPE FROMAGE, TYPE 'EDAM'	100 G	1.00	1.89	309	.88	15	14	-	-	-
EMMENTHAL, SWISS ORIGIN EMMENTHAL, D'ORIGINE SUISSE	100 G	1.66	2.69	398	1.80	22	20	-	-	-
FRESH HEN'S EGGS, DOMESTIC ORIGIN OEUFs FRAIS DE POULE, ORIGINE NATIONALE	12	3.09	7.08	1098	2.66	46	50	.480	.592	9.73
PASTEURIZED BUTTER, UNSALTED BEURRE PASTEURISE, NON SALE	250 G	2.33	4.80	938	2.31	36	34	.270	.290	5.15
VEGETABLE MARGARINE, SELECTED BRANDS MARGARINE VEGETALE, MARQUES SELECTIONNEES	250 G	1.11	2.21	484	.92	18	18	.173	.256	-
OLIVE OIL, VIRGIN-EXTRA, WELL-KNOWN BRANDS HUILE D'OLIVE EXTRA VIERGE, MARQUES CONNUES	1 L	11.91	16.47	2422	13.91	145	143	-	-	-
CORN GERM OIL, WELL-KNOWN BRANDS HUILE DE GERMES DE MAIS, MARQUES CONNUES	1 L	6.01	7.24	1688	7.34	48	52	-	-	-
ORANGES, GRADE I ORANGES, CATEGORIE I	1 KG	2.60	5.29	675	2.69	38	48	.481	-	-
BANANAS, GRADE I BANANES, CATEGORIE I	1 KG	1.42	4.34	807	1.80	26	33	.470	-	-
APPLES 'GOLDEN DELICIOUS', GRADE I POMMES 'GOLDEN DELICIOUS', CATEGORIE I	1 KG	2.19	5.07	636	2.42	31	42	1.193	-	-

FOOD BEVERAGES TOBACCO

PRODUITS ALIMENTAIRES BOISSONS ET TABAC

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FB	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
SLICED PINEAPPLE, TINNED, WELL-KNOWN BRANDS	840 G	2.47	5.80	958	-	50	46	-	-	-
ANANAS EN TRANCHES, EN CONSERVES, MARQUES CONNUES										
TOMATOES, GRADE I TOMATES, CATEGORIE I	1 KG	1.99	3.58	653	2.03	31	46	.514	-	-
CARROTS, GRADE I CAROTTES, CATEGORIE I	1 KG	.91	1.34	327	1.50	13	21	.138	-	-
CAULIFLOWER, 1ST QUALITY CHOU-FLEUR, IERE QUALITE	1 KG	1.50	2.47	604	2.09	-	33	.300	-	-
DEEP-FROZEN SPINACH, WELL-KNOWN BRANDS	450 G	1.27	3.50	810	.78	29	26	-	-	-
EPINARDS SURGELES, MARQUES CONNUES										
POTATOES, GRADE I POMMES DE TERRE, CATEGORIE I	1 KG	.45	.62	201	.43	3	4	-	-	-
GRANULATED SUGAR, 1ST QUALITY SUCRE CRISTALLISE, IERE QUALITE	1 KG	1.68	2.77	597	1.71	24	25	.266	.302	8.54
FREEZE DRIED COFFEE, SELECTED BRAND CAFE SOLUBLE LYOPHILISE, MARQUE SELECTIONNEE	50 G	6.94	8.06	1952	4.28	73	76	.563	-	-
TEA, LOOSE, MOST POPULAR LOCAL BRAND THE, PAS EN INFUSETTE, DE MARQUE LOCALE LA PLUS CONNUE	100 G	3.56	6.05	1036	1.59	26	22	.128	.216	-
STRAWBERRY PRESERVE WELL-KNOWN BRANDS CONFITURE DE FRAISES, MARQUES CONNUES	450 G	2.34	4.74	897	1.94	40	30	-	-	-
CHOCOLATE BAR, SELECTED BRAND CHOCOLAT AU LAIT, MARQUE SELECTIONNEE	100 G	1.46	3.23	824	1.89	26	25	-	-	-

FOOD BEVERAGES TOBACCO

PRODUITS ALIMENTAIRES BOISSONS ET TABAC

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM	LES	BOURG	£	£	HAVN
		10.77	10.77	10.77	FL	FB	FLX			DKR
TOMATO KETCHUP, SELECTED BRAND TOMATO KETCHUP, MARQUE SELECTIONNEE	340 G	1.87	5.00	763	1.42	26	32	.268	-	-
COLA, SELECTED BRAND COLA, MARQUE SELECTIONNEE	1 L	1.10	1.91	350	1.21	16	17	-	.344	-
WHISKY, SELECTED BRAND WHISKY, MARQUE SELECTIONNEE	0.75 L	18.01	44.00	4447	16.82	234	182	4.406	-	-
ORDINARY RED TABLE WINE VIN ROUGE DE TABLE, QUALITE STANDARD	1 L	4.17	3.05	488	4.01	56	34	-	-	-
VERMUTH, SELECTED BRAND VERMUTH, MARQUE SELECTIONNEE	0.75 L	5.89	20.15	1209	5.62	81	79	-	-	-
BEER, ORIGINAL GRAVITY 1040 - 1049 o BIERE, ORIGINAL GRAVITY 1040 - 1049 o	0.33 L 0.33 L	.86	1.02	250	.57	11	9	-	.254	2.91
CIGARETTES DARK, MOST COMMON BRANDS CIGARETTES BRUNS, MARQUES LES PLUS VENDUES	20	2.72	2.25	435	1.76	29	24	.550	.451	13.60
TOBACCO, SELECTED BRAND TABAC, MARQUE SELECTIONNEE	50 G	3.50	12.00	2750	7.25	73	73	1.421	-	-

CLOTHING AND FOOTWARE

ARTICLES D'HABILLEMENT ET CHAUSSURES

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM	LES	BOURG	£	£	HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
LAUNDRY (MEN'S SHIRT) BLANCHISSERIE (CHEMISE HOMME)	1	1.85	4.37	600	3.08	30	35	.289	-	-
DRY CLEANING (MEN'S SUIT) NETTOYAGE A SEC (COMPLET HOMME)	1	10.78	21.03	1240	7.95	164	206	-	1.138	-
RESOLING OF MEN'S SHOES: REPLACEMENT OF LEATHER SOLE AND RUBBER HEEL RESEMELAGE DE CHAUSSURES HOMME: DE- MI-SEMELLE CUIR ET TALON CAOUTCHOUC	1 PAIR	23.22	46.51	6767	26.80	328	505	3.204	-	-
REPLACEMENT OF HEEL FROM LADIES' COURT SHOES REMPLACEMENT TALON DE CHAUSSURES DAME	1 PAIR	5.94	9.15	1300	6.51	88	110	.764	-	-

RENTS WATER AND ENERGY

LOGEMENT EAU ET ENERGIE

I T E M S A R T I C L E S	UNIT UNITE	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
		DM	FFR.	LIT.	DAM	LES	BOURG	£	£	HAVN
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
SYNTHETIC PAINT, SPECIFIED TYPE PEINTURE SYNTHETIQUE, TYPE SPECIFIE	1 KG	13.38	24.15	3550	11.95	227	175	-	-	-
DRINKING WATER: MONTHLY CONSUMPTION OF 8 M3 EAU POTABLE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 8 M3	8 M3	11.18	18.72	300	15.13	261	123	-	.753	26.00
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 50 KWH ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 50 KWH	100 KWH	29.34	60.79	4314	29.24	558	410	-	4.140	49.84
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 100 KWH ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 100 KWH	100 KWH	22.29	43.59	3562	25.30	438	341	-	3.420	43.35
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 360 KWH ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 360 KWH	100 KWH	15.13	33.29	4313	21.41	343	243	-	2.896	37.05
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 625 KWH ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 625 KWH	100 KWH	12.72	37.57	4617	20.39	328	229	-	2.810	35.80
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 250 KWH (125 KWH NIGHT CONSUMPTION) ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 250 KWH (125 KWH DURANT LA NUIT)	100 KWH	9.48	29.83	-	19.40	294	237	-	2.060	33.98
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 625 KWH (415 KWH NIGHT CONSUMPTION) ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 625 KWH (415 KWH DURANT LA NUIT)	100 KWH	6.55	25.30	-	16.60	224	174	-	1.919	26.72

RENTS WATER AND ENERGY

LOGEMENT EAU ET ENERGIE

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM FL	LES FR	BOURG FLX	£	£	HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 1000 KWH (750 KWH NIGHT CONSUMPTION)	100 KWH	6.24	27.09	-	15.45	199	153	-	2.420	24.19
ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 1000 KWH (750 KWH DURANT LA NUIT)										
GAS: YEARLY CONSUMPTION 2 GCAL GAZ: CONSOMMATION ANNUELLE 2 GCAL	1 GCAL	105.45	203.86	18206	56.85	1588	1605	-	18.648	302.08
GAS: YEARLY CONSUMPTION 4 GCAL GAZ: CONSOMMATION ANNUELLE 4 GCAL	1 GCAL	94.35	171.73	17589	45.15	1479	1382	-	18.257	280.84
GAS: YEARLY CONSUMPTION 10 GCAL GAZ: CONSOMMATION ANNUELLE 10 GCAL	1 GCAL	68.82	153.93	17248	35.68	1102	641	-	14.955	209.69
GAS: YEARLY CONSUMPTION 20 GCAL GAZ: CONSOMMATION ANNUELLE 20 GCAL	1 GCAL	49.95	108.58	-	32.10	712	606	-	13.967	194.82
GAS: YEARLY CONSUMPTION 250 GCAL (BLOCK CENTRAL HEATING) GAZ: CONSOMMATION ANNUELLE 250 GCAL (CHAUFFAGE CENTRAL COLLECTIF)	1 GCAL	46.62	70.37	15281	28.80	514	520	-	-	182.56
LIQUEFIED GAS: PROPANE, IN 10 TO 13 KG CYLINDER GAZ LIQUEFIE: PROPANE, EN BONBONNE DE 10 A 13 KG	10 KG	18.06	20.06	4000	14.43	183	174	-	-	35.09
LIGHT FUEL OIL FOR DOMESTIC USES, QUANTITY: 3000 TO 3500 L FUEL-OIL LEGER POUR USAGES DOMESTI- QUES, QUANTITE: 3000 A 3500 L	1000 L	305.80	817.00	137480	347.70	5150	5208	-	85.633	1034.29
ANTHRACITE 20/30 MM (NUTS 3) ANTHRACITE 20/30 MM (NOISETTE 3)	1000 KG	376.00	582.30	-	421.33	5970	4254	-	76.000	

HOUSEHOLD GOODS AND SERVICES ARTICLES DE MENAGE SERVICES DOMESTIQUES

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	RONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM FL	LES FR	BOURG FLX	£	£	HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
BLANKET OF PURE NEW WOOL, WELL- KNOWN BRANDS COUVERTURE PURE LAINE VIERGE, MARQUES CONNUES	1 M2	49.90	107.31	14649	51.28	815	815	-	-	-
RUG OF PURE NEW WOOL PLAID EN PURE LAINE VIERGE	1 M2	34.92	86.67	9309	33.13	726	742	-	-	-
SHEET (DOUBLE BED), BLEACHED COTTON DRAP DE LIT (2 PERSONNES), COTON BLANCHI	1 M2	6.71	14.11	2245	6.69	96	93	-	-	-
SAUCEPAN WITH LID AND COVER, SELECTED MAKE AND MODEL, 1 L COCOTTE AVEC COUVERCLE, MARQUE ET MODELE SELECTIONNES, 1 L	1	14.13	22.40	6300	10.48	-	-	-	-	-
SAUCEPAN WITH LID AND COVER, SELECTED MAKE AND MODEL, 1 L COCOTTE AVEC COUVERCLE, MARQUE ET MODELE SELECTIONNES, 1 L	1	29.24	54.00	7000	25.98	415	390	-	-	-
HOUSEHOLD HAMMER, SPECIFIED TYPE MARTEAU DE MENAGE, TYPE SPECIFIE	1	7.00	14.79	2480	8.09	102	93	-	-	-
LIGHT-BULB, 100 W, 220-230 V, WELL- KNOWN BRANDS AMPOULE, 100 W, 220-230 V, MARQUES CONNUES	1	1.68	2.92	624	1.67	24	22	-	-	-
DETERGENTS FOR LINEN, SELECTED BRAND DETERSIFS POUR LINGE, MARQUE SELECTIONNEE	5 KG	15.98	30.68	4832	16.32	231	212	-	-	-

HOUSEHOLD GOODS AND SERVICES ARTICLES DE MENAGE SERVICES DOMESTIQUES

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FB	LUXEM BOURG FLX	LONDON f	DUBLIN f	KØBEN HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
DETERGENTS FOR LINEN, SELECTED BRAND DETERSIFS POUR LINGE, MARQUE SELECTIONNEE	5 KG	3.45	5.00	959	3.68	50	44	.438	-	-
LIQUID DETERGENT FOR WASHING UP BY HAND, SELECTED BRAND DETERSIF POUR VAISSELLE, MARQUE SELECTIONNEE	500 G	2.23	3.97	386	1.83	38	36	-	-	-
SCOURING POWDER, SELECTED BRAND POUDRE A RECUPER, MARQUE SELECTIONNEE	500 G	1.82	1.89	360	.72	14	14	.210	-	-
WASHING OF LINEN BY WEIGHT LAVAGE DE LINGE BLANC, AU POIDS	5 KG	6.00	10.22	1533	5.09	71	100	-	-	-
1 HOUR OF DOMESTIC SERVICES, INCLUD- ING SOCIAL SECURITY CONTRIBUTIONS 1 HEURE DE SERVICES DOMESTIQUES, Y COMPRIS CONTRIBUTION SECURITE SOCIALE	1 HOUR 1 HEURE	8.00	15.72	2120	7.97	142	115	.824	-	-

TRANSPORT AND COMMUNICATION

TRANSPORTS ET COMMUNICATIONS

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
		DM	FFR	LIT	DAM	LES	BOURG	£	£	HAVN DKR.
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
SUMMER TYRES, SELECTED MAKE AND MODEL PNEUS D'ETE, MARQUE ET MODELE SELECTIONNES	1	103.46	210.12	33800	134.05	1819	1637	-	-	-
SPARKING PLUGS, SELECTED MAKE AND MODEL BOUGIES, MARQUE ET MODELE SELECTIONNES	1	2.90	7.48	1231	3.75	67	55	-	-	-
CAR-WASH, AUTOMATIC LAVAGE D'UNE VOITURE, AUTOMATIQUE	1	4.88	8.04	1400	6.18	102	81	-	.350	-
PETROL SUPER, SELECTED BRAND ESSENCE SUPER, MARQUE SELECTIONNEE	10 L	9.15	23.70	5000	10.76	156	123	1.737	2.074	28.10
ENGINE OIL, SELECTED BRAND HUILE MOTEUR, MARQUE SELECTIONNEE	2 L	16.70	26.04	3388	11.54	147	175	1.502	-	24.52
HIRING OF A CAR: SELECTED CAR AND MODEL LOCATION D'UNE VOITURE: MARQUE ET MODELE SELECTIONNES	1 WEEK 1 SEM.	406.55	1295.00	220000	305.62	15092	11800	-	131.670	1518.16
TAXI JOURNEY COURSE EN TAXI	3 KM	7.25	10.90	1500	6.65	120	114	-	.935	21.05
URBAN TRANSPORT: SINGLE TICKET 1.5 KM TRANSPORTS URBAINES: TRAJET DE 1.5 KM	1	1.17	1.10	100	1.00	15	10	-	.100	2.00
URBAN TRANSPORT: SINGLE TICKET 3 KM TRANSPORTS URBAINES: TRAJET DE 3 KM	1	1.17	1.56	100	1.10	15	10	-	.150	2.00
URBAN TRANSPORT: SINGLE TICKET 7 KM TRANSPORTS URBAINES: TRAJET DE 7 KM	1	1.17	1.62	100	1.25	15	10	-	.200	2.50

TRANSPORT AND COMMUNICATION

TRANSPORTS ET COMMUNICATIONS

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FB	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
RAILWAY TRANSPORT: 2ND CLASS RETURN TICKET	12x250 KM	62.00	96.00	14000	66.40	864	762	-	13.700	150.00
TRANSPORT PAR CHEMIN DE FER: ALLER- RETOUR 2E CLASSE										
RAILWAY TRANSPORT: 2ND CLASS RETURN TICKET	12x100 KM	24.00	42.00	5600	19.25	348	320	-	6.000	60.00
TRANSPORT PAR CHEMIN DE FER: ALLER- RETOUR 2E CLASSE										
RAILWAY TRANSPORT: 2ND CLASS RETURN TICKET	12x50 KM	10.80	24.00	2800	11.50	182	100	-	3.000	30.00
TRANSPORT PAR CHEMIN DE FER: ALLER- RETOUR 2E CLASSE										
INLAND POSTAGE FOR A LETTER LESS THAN 20 G	1 LETTER	.50	1.00	170	.55	7	6	-	.100	1.20
AFFRANCHISSEMENT INTERIEUR D'UNE LETTRE JUSQU'A 20 G	1 LETTRE									
INLAND POSTAGE FOR A PARCEL OF 3 KG OVER 50 KM	1 PARCEL	4.60	10.80	1150	7.00	150	25	-	.550	9.00
AFFRANCHISSEMENT D'UN COLIS DE 3 KG EXPEDIE A 50 KM	1 COLIS									
TELEPHONE: MONTHLY BASIC RATE AND 100 LOCAL CALLS	1 MONTH	55.00	82.93	7615	39.00	889	500	-	8.037	63.33
TELEPHONES: REDEVANCE MENSUELLE DE BASE ET 100 COMMUNICATIONS URBAINES	1 MOIS									

LEISURE AND CULTURAL ACTIVITIES

LOISIRS SPECTACLES ET CULTURE

ITEMS	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
ARTICLES	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM FL	LES FR	BOURG FLX	£	£	HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
GAMES, SELECTED BRAND JEUX DE SOCIETE, MARQUE SELECTIONNEE	1	27.87	59.39	6420	39.15	450	428	-	-	-
CONSTRUCTION SET, SELECTED BRAND AND MODEL BOITE DE CONSTRUCTION, MARQUE ET MODELE SELECTIONNES	1	32.00	77.97	7980	46.25	675	628	-	-	-
BATTERY, 1.5 V. WELL-KNOWN BRANDS PILE, 1.5 V. MARQUES CONNUES	1	2.15	2.40	172	1.53	27	15	-	-	-
CINEMA CINEMA	11 ADULT 11 ADULTE	7.08	14.00	2320	6.78	111	55	.907	1.130	22.67
SPORTS STADIUM (FOOTBALL) STADE (FOOTBALL)	11 ADULT 11 ADULTE	20.00	66.00	8000	7.00	157	60	.660	.450	20.00
INDOOR SWIMMING POOL PISCINE COUVERTE	11 ADULT 11 ADULTE	2.50	3.98	2000	2.17	41	30	-	.200	5.00
TELEVISION AND RADIO LICENCE (COLOUR TV) REDEVANCE RADIO ET TELEVISION COULEUR	1 YEAR 1 AN	126.00	273.00	52345	114.00	2944	-	21.000	31.000	682.00
CRIME NOVEL, 150 TO 200 PAGES ROMAN POLICIER, 150 A 200 PAGES	1	3.90	5.94	700	4.52	48	61	-	-	-
TRAVEL GUIDE, SELECTED BRAND GUIDE DE VOYAGE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	27.95	5000	19.50	243	240	-	-	-
LOCAL DAILY NEWSPAPER (AVERAGE) QUOTIDIEN LOCAL (MOYENNE)	1	.80	1.50	200	.55	10	7	-	.112	2.00
PICTURE POSTCARD IN COLOUR, PHOTO PRINT CARTE POSTALE EN COULEUR, PHOTO IMPRIMEE	1	.28	.74	58	.29	6	5	-	-	-

LEISURE AND CULTURAL ACTIVITIES

LOISIRS SPECTACLES ET CULTURE

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM FL	LES FR	BOURG FLX	£	£	HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
LANGUAGE COURSE, GROUP CLASS COURS DE LANGUE, COURS COLLECTIF	60 MIN.	6.00	37.39	2874	14.94	129	83	-	.832	-

OTHER GOODS AND SERVICES

AUTRES BIENS ET SERVICES

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM	LES	BOURG	£	£	HAVN
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
MEN'S RAZOR HAIR CUT WITH SHAMPOO COUPE AU RASOIR AVEC SHAMPOING, POUR MESSIEURS	1	16.93	22.58	3640	19.10	209	253	-	-	-
SHAMPOO AND SET FOR LADIES MISE EN PLIS, Y COMPRIS SHAMPOING ET LAQUE POUR DAMES		16.59	26.78	3660	13.71	182	195	1.242	1.125	-
TOILET SOAP, SELECTED BRAND SAVON DE TOILETTE, MARQUE SELECTIONNEE	140 G	.97	1.90	286	1.00	17	16	-	-	-
TOOTHPASTE, SELECTED BRAND PATE DENTIFRICE, MARQUE SELECTIONNEE	80 G	2.72	3.91	698	1.46	25	28	-	-	-
CREAM, SELECTED BRAND CREME, MARQUE SELECTIONNEE	150 ML	2.23	6.23	929	2.11	33	31	-	-	-
PAPER HANDKERCHIEFS, WHITE, SELECTED BRAND MOUCHOIRS EN PAPIER, BLANC, MARQUE SELECTIONNEE	100	1.69	3.07	600	1.49	27	-	-	-	-
BALL-POINT PEN, SELECTED BRAND STYLO A BILLE, MARQUE SELECTIONNEE	1	.50	.66	170	.57	6	11	-	-	-
STAY AT CAMPING SITE: 4 PERSONS DURING 1 WEEK SEJOUR SUR TERRAIN DE CAMPING: 4 PER- SONNES DURANT 1 SEMAINE	1 WEEK 1 SEM.	72.10	-	35000	84.00	1053	721	-	10.500	96.00
CHARGE FOR POSTAL ORDER FRAIS DE MANDAT POSTAL	1	3.00	4.00	550	2.50	15	12	-	.130	3.50
CHARGE FOR A BIRTH CERTIFICATE FRAIS DE DELIVRANCE DE CERTIFICAT DE NAISSANCE	1	3.00	-	-	2.50	135	40	-	.475	-

Tab. II Les prix à la consommation en automne 1978
Consumer prices in autumn 1978
Verbraucherpreise im Herbst 1978
Prezzi al consumo nell' autunno 1978

FOOD BEVERAGES TOBACCO

PRODUITS ALIMENTAIRES BOISSONS ET TABAC

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FB	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKR
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
LONG GRAINED RICE, WELL-KNOWN BRANDS RIZ GRAINS LONGS, MARQUES CONNUES	500 G	1.42	3.05	597	1.54	25	28	.292	.281	-
WHEAT FLOUR, 1ST QUALITY FARINE DE FROMENT, 1ERE QUALITE	1 KG	1.28	3.24	736	1.21	18	19	.237	.233	4.36
WHITE BREAD, FRESH, MOST COMMONLY KIND SOLD PAIN BLANC, FRAIS, QUALITES LES PLUS COURANTES	500 G	1.59	2.47	375	.98	18	17	.167	.205	4.65
RYE-BREAD, WRAPPED PAIN DE SEIGLE EMBALLE	500 G	1.61	5.17	749	1.00	18	23	.244	-	-
DRY BISCUITS BAKED WITH BUTTER, WELL-KNOWN BRANDS BISCUITS SECS AU BEURRE, MARQUES CONNUES	200 G	1.70	2.61	595	1.74	22	27	-	.240	-
CREAM CRACKERS, WELL-KNOWN BRANDS CREAM CRACKERS, MARQUES CONNUES	200 G	1.85	3.32	414	1.03	19	22	-	.193	-
SPAGHETTI, ITALIAN BRANDS SPAGHETTIS, MARQUES ITALIENNES	500 G	1.58	3.06	308	1.96	25	22	-	-	-
CORNFLAKES, SELECTED BRAND CORNFLAKES, MARQUE SELECTIONNEE	340 G	2.31	7.42	1283	2.15	25	36	-	.255	-
BEEF, SIRLOIN STEAK VIANDE DE BOEUF, FAUX FILET	1 KG	26.80	49.53	6736	23.13	387	365	3.792	4.012	-
VEAL, LEG OF VEAL VIANDE DE VEAU, NOIX	1 KG	28.00	39.71	7436	29.14	360	312	-	-	-
PORK, LOIN CHOPS VIANDE DE PORC, COTELETTE	1 KG	11.02	24.63	3721	13.86	172	168	2.180	2.738	-

FOOD BEVERAGES TOBACCO

PRODUITS ALIMENTAIRES BOISSONS ET TABAC

I T E M S A R T I C L E S	UNIT UNITE	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
		DM	FFR	LIT	DAM FL	LES FR	BOURG FLX	£	£	HAVN DKP
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
LAMB, LEG OF LAMB (GIGOT) VIANDE D'AGNEAU, GIGOT	1 KG	16.91	43.01	6723	15.54	197	188	2.319	2.472	-
ROASTING CHICKEN, FRESH POULET FRAIS A ROTIR	1 KG	6.91	13.36	2508	6.37	91	92	1.206	-	-
OX TONGUE LANGUE DE BOEUF	1 KG	11.09	15.25	3083	9.57	140	159	-	-	-
COOKED HAM JAMBON CUIT	1 KG	20.95	38.03	5014	19.84	283	287	2.903	3.897	-
PURE CORNED BEEF IN TIN CORNED BEEF PUR, EN BOITE	340 G	3.18	6.87	1100	2.80	43	51	-	-	-
COD FILLET, DEEP-FROZEN, WELL-KNOWN BRANDS	400 G	3.99	13.34	1920	3.84	80	86	-	1.073	-
FILET DE CABILLAUD, SURGELE, MARQUES CONNUES										
PASTEURIZED MILK, IN MOST COMMON TYPE OF CONTAINER	1 L	1.04	2.10	400	1.04	15	18	.220	.158	3.13
LAIT FRAIS PASTEURISE, EN EMBALLAGE LE PLUS COURANT										
LIQUID FRESH CREAM CREME FRAICHE LIQUIDE	0.25 L	1.40	4.45	593	1.70	29	21	-	.411	-
PROCESSED CHEESE, SPREADABLE, WELL- KNOWN BRANDS	150 G	2.36	3.13	466	2.43	27	32	.369	.317	-
FROMMAGE FONDU A TARTINER, MARQUES CONNUES										
CAMEMBERT FROM NORMANDY CAMEMBERT DE NORMANDIE	250 G	3.07	6.10	1614	3.89	48	53	-	-	-
GOUDA CHEESE FROM THE NETHERLANDS FROMAGE GOUDA DES PAYS-BAS	100 G	1.03	2.41	360	.85	17	15	-	-	-

FOOD BEVERAGES TOBACCO

PRODUITS ALIMENTAIRES BOISSONS ET TABAC

I T E M S A R T I C L E S	UNIT UNITE	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
		DM	FFR	LIT	DAM	LES	BOURG	£	£	HAVN
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
					FL	FB	FLX			DKR
CHEESE, 'EDAM' TYPE FROMAGE, TYPE 'EDAM'	100 G	1.01	2.05	331	.87	15	14	-	.218	-
EMMENTHAL, SWISS ORIGIN EMMENTHAL, D'ORIGINE SUISSE	100 G	1.89	3.68	577	2.19	26	24	-	-	-
FRESH HEN'S EGGS, DOMESTIC ORIGIN OEUFS FRAIS DE POULE, ORIGINE NATIONALE	12	2.40	7.33	1246	2.33	39	50	-	.638	10.13
PASTEURIZED BUTTER, UNSALTED BEURRE PASTEURISE, NON SALE	250 G	2.47	5.24	998	2.27	37	36	.368	.325	5.43
VEGETABLE MARGARINE, SELECTED BRANDS MARGARINE VEGETALE, MARQUES SELECTIONNEES	250 G	1.07	2.25	535	.95	19	18	.161	.232	-
OLIVE OIL, VIRGIN-EXTRA, WELL-KNOWN BRANDS HUILE D'OLIVE EXTRA VIERGE, MARQUES CONNUES	1 L	11.97	17.64	2473	14.76	123	138	-	3.274	-
CORN GERM OIL, WELL-KNOWN BRANDS HUILE DE GERMES DE MAIS, MARQUES CONNUES	1 L	6.32	8.66	1789	8.46	56	58	-	1.374	-
ORANGES, GRADE I ORANGES, CATEGORIE I	1 KG	1.85	4.72	643	2.38	36	44	.452	-	-
BANANAS, GRADE I BANANES, CATEGORIE I	1 KG	1.24	4.38	923	1.55	23	31	.483	.466	-
APPLES 'GOLDEN DELICIOUS', GRADE I POMMES 'GOLDEN DELICIOUS', CATEGORIE I	1 KG	2.04	3.32	671	1.78	23	28	.386	-	-

FOOD BEVERAGES TOBACCO

PRODUITS ALIMENTAIRES BOISSONS ET TABAC

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FB	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKR
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
SLICED PINEAPPLE, TINNED, WELL-KNOWN BRANDS	840 G	2.45	6.21	1081	3.27	45	47	-	.596	-
ANANAS EN TRANCHES, EN CONSERVES, MARQUES CONNUES										
TOMATOES, GRADE I TOMATES, CATEGORIE I	1 KG	2.69	5.06	595	2.75	32	47	.611	-	-
CARROTS, GRADE I CAROTTES, CATEGORIE I	1 KG	1.17	1.85	441	1.39	17	18	.157	.335	-
CAULIFLOWER, 1ST QUALITY CHOU-FLEUR, IERE QUALITE	1 KG	1.05	3.35	614	1.58	17	28	.322	-	-
DEEP-FROZEN SPINACH, WELL-KNOWN BRANDS EPINARDS SURGELES, MARQUES CONNUES	450 G	1.32	3.31	840	.74	28	29	-	-	-
POTATOES, GRADE I POMMES DE TERRE, CATEGORIE I	1 KG	.58	.82	180	.49	5	5	.093	.119	-
GRANULATED SUGAR, 1ST QUALITY SUCRE CRISTALLISE, IERE QUALITE	1 KG	1.78	3.16	648	1.71	24	26	.296	.323	8.93
FREEZE DRIED COFFEE, SELECTED BRAND CAFE SOLUBLE LYOPHILISE, MARQUE SELECTIONNEE	50 G	5.26	6.88	1975	3.26	63	68	.461	.649	-
TEA, LOOSE, MOST POPULAR LOCAL BRAND THE, PAS EN INFUSETTE, DE MARQUE LOCALE LA PLUS CONNUE	100 G	3.36	5.89	1131	1.35	26	21	.201	.224	-
STRAWBERRY PRESERVE WELL-KNOWN BRANDS CONFITURE DE FRAISES, MARQUES CONNUES	450 G	2.40	5.36	893	2.08	30	32	-	-	-
CHOCOLATE BAR, SELECTED BRAND CHOCOLAT AU LAIT, MARQUE SELECTIONNEE	100 G	1.53	3.06	883	2.14	27	27	-	.364	-

FOOD BEVERAGES TOBACCO

PRODUITS ALIMENTAIRES BOISSONS ET TABAC

I T E M S A R T I C L E S	UNIT UNITE	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
		DM	FFR	LIT	DAM FL	LES FB	BOURG FLX	£	£	HAVN DKR
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
TOMATO KETCHUP, SELECTED BRAND TOMATO KETCHUP, MARQUE SELECTIONNEE	340 G	1.68	5.07	816	1.52	27	32	-	.300	-
COLA, SELECTED BRAND COLA, MARQUE SELECTIONNEE	1 L	1.23	2.15	398	1.23	17	16	-	.376	-
WHISKY, SELECTED BRAND WHISKY, MARQUE SELECTIONNEE	0.75 L	19.43	44.10	4509	16.65	253	185	-	4.860	-
ORDINARY RED TABLE WINE VIN ROUGE DE TABLE, QUALITE STANDARD	1 L	2.66	3.47	530	4.11	53	34	-	1.582	-
VERMUTH, SELECTED BRAND VERMUTH, MARQUE SELECTIONNEE	0.75 L	6.45	15.82	1794	5.60	76	82	-	1.710	-
BEER, ORIGINAL GRAVITY 1040 - 1049 o BIERE, ORIGINAL GRAVITY 1040 - 1049 o	0.33 L 0.33 L	.79	1.11	232	.53	10	11	.231	.278	3.07
CIGARETTES DARK, MOST COMMON BRANDS CIGARETTES BRUNS, MARQUES LES PLUS VENDUES	20	2.77	2.53	495	2.03	33	25	.570	.448	14.10
TOBACCO, SELECTED BRAND TABAC, MARQUE SELECTIONNEE	50 G	7.25	13.00	2750	8.13	73	73	-	-	-

CLOTHING AND FOOTWARE

ARTICLES D'HABILLEMENT ET CHAUSSURES

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM FL	LES FB	BOURG FLX	£	£	HAVN DKP
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
LAUNDRY (MEN'S SHIRT) BLANCHISSERIE (CHEMISE HOMME)	1	2.04	4.41	833	2.57	34	38	-	-	-
DRY CLEANING (MEN'S SUIT) NETTOYAGE A SEC (COMPLET HOMME)	1	10.21	22.64	2289	8.58	199	212	-	-	-
RESOLING OF MEN'S SHOES: REPLACEMENT OF LEATHER SOLE AND RUBBER HEEL	1 PAIR	24.33	53.31	7644	28.07	402	523	-	-	-
RESEMMELAGE DE CHAUSSURES HOMME: DE- MI-SEMELLE CUIR ET TALON CAOUTCHOUC	1 PAIRE									
REPLACEMENT OF HEEL FROM LADIES' COURT SHOES	1 PAIR	6.36	12.16	1500	7.66	101	111	-	-	-
REPLACEMENT TALON DE CHAUSSURES DAME	1 PAIRE									

RENTS WATER AND ENERGY

LOGEMENT EAU ET ENERGIE

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FB	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKR
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
SYNTHETIC PAINT, SPECIFIED TYPE PEINTURE SYNTHETIQUE, TYPE SPECIFIE	1 KG	15.27	31.80	3690	11.01	193	177	-	1.469	-
DRINKING WATER: MONTHLY CONSUMPTION OF 8 M3 EAU POTABLE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 8 M3	8 M3	13.57	25.76	424	16.33	293	132	-	-	30.75
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 50 KWH ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 50 KWH	100 KWH	31.16	61.52	4890	29.14	584	418	-	4.000	53.27
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 100 KWH ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 100 KWH	100 KWH	23.96	44.74	4113	25.18	453	347	-	3.275	46.06
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 360 KWH ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 360 KWH	100 KWH	15.25	39.99	4984	22.32	358	248	-	2.751	40.84
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 625 KWH ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 625 KWH	100 KWH	14.18	43.11	5336	21.86	342	235	-	2.586	40.00
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 250 KWH (125 KWH NIGHT CONSUMPTION) ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 250 KWH (125 KWH DURANT LA NUIT)	100 KWH	16.83	31.70	4619	19.27	304	240	-	2.274	36.38
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 625 KWH (415 KWH NIGHT CONSUMPTION) ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 625 KWH (415 KWH DURANT LA NUIT)	100 KWH	12.85	28.90	5336	16.50	233	177	-	1.916	29.54

RENTS WATER AND ENERGY

LOGEMENT EAU ET ENERGIE

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FB	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKR
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
ELECTRICITY: MONTHLY CONSUMPTION OF 1000 KWH (750 KWH NIGHT CONSUMPTION)	100 KWH	11.53	30.80	5515	15.42	207	157	-	1.775	27.03
ELECTRICITE: CONSOMMATION MENSUELLE DE 1000 KWH (750 KWH DURANT LA NUIT)										
GAS: YEARLY CONSUMPTION 2 GCAL GAZ: CONSOMMATION ANNUELLE 2 GCAL	1 GCAL	106.40	224.18	18206	64.51	1622	1731	-	20.584	318.06
GAS: YEARLY CONSUMPTION 4 GCAL GAZ: CONSOMMATION ANNUELLE 4 GCAL	1 GCAL	95.20	188.84	17589	51.23	1480	1498	-	20.119	296.42
GAS: YEARLY CONSUMPTION 10 GCAL GAZ: CONSOMMATION ANNUELLE 10 GCAL	1 GCAL	69.44	149.26	17248	40.48	1184	715	-	16.921	223.91
GAS: YEARLY CONSUMPTION 20 GCAL GAZ: CONSOMMATION ANNUELLE 20 GCAL	1 GCAL	50.40	120.57	-	36.42	727	671	-	15.841	-
GAS: YEARLY CONSUMPTION 250 GCAL (BLOCK CENTRAL HEATING) GAZ: CONSOMMATION ANNUELLE 250 GCAL (CHAUFFAGE CENTRAL COLLECTIF)	1 GCAL	47.04	78.05	15281	32.68	528	571	-	-	196.26
LIQUEFIED GAS: PROPANE, IN 10 TO 13 KG CYLINDER GAZ LIQUEFIE: PROPANE, EN BOMBONNE DE 10 A 13 KG	10 KG	19.50	21.12	4500	17.19	191	187	-	2.444	37.27
LIGHT FUEL OIL FOR DOMESTIC USES, QUANTITY: 3000 TO 3500 L FUEL-OIL LEGER POUR USAGES DOMESTI- QUES, QUANTITE: 3000 A 3500 L	1000 L	299.50	901.00	144540	385.86	5052	4998	-	79.400	995.04
ANTHRACITE 20/30 MM (NUTS 3) ANTHRACITE 20/30 MM (NOISETTE 3)	1000 KG	399.20	758.11	-	494.00	6375	4660	-	78.500	-

HOUSEHOLD GOODS AND SERVICES ARTICLES DE MENAGE SERVICES DOMESTIQUES

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFP	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FB	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKP
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
BLANKET OF PURE NEW WOOL, WELL- KNOWN BRANDS COUVERTURE PURE LAINE VIERGE, MARQUES CONNUES	1 M2	47.00	98.51	14811	45.68	800	847	-	-	-
RUG OF PURE NEW WOOL PLAID EN PURE LAINE VIERGE	1 M2	35.37	106.50	9679	34.06	570	748	-	5.744	-
SHEET (DOUBLE BED), BLEACHED COTTON DRAP DE LIT (2 PERSONNES), COTON BLANCHI	1 M2	6.42	14.42	2282	6.31	112	103	-	-	-
SAUCEPAN WITH LID AND COVER, SELECTED MAKE AND MODEL, 1 L COCOTTE AVEC COUVERCLE, MARQUE ET MODELE SELECTIONNES, 1 L	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SAUCEPAN WITH LID AND COVER, SELECTED MAKE AND MODEL, 1 L COCOTTE AVEC COUVERCLE, MARQUE ET MODELE SELECTIONNES, 1 L	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
HOUSEHOLD HAMMER, SPECIFIED TYPE MARTEAU DE MENAGE, TYPE SPECIFIE	1	6.47	17.25	2320	8.28	115	96	-	-	-
LIGHT-BULB, 100 W, 220-230 V, WELL- KNOWN BRANDS AMPOULE, 100 W, 220-230 V, MARQUES CONNUES	1	1.79	3.02	732	1.76	24	24	-	.297	-
DETERGENTS FOR LINEN, SELECTED BRAND DETERSIFS POUR LINGE, MARQUE SELECTIONNEE	5 KG	15.12	31.98	5689	16.09	185	217	-	-	-

HOUSEHOLD GOODS AND SERVICES ARTICLES DE MENAGE SERVICES DOMESTIQUES

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER DAM	BRUXEL LES	LUXEM BOURG	LONDON	DUBLIN	KØBEN HAVN
	UNITE	DM	FFR	LIT	FL	FB	FLX	£	£	DKR
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
DETERGENTS FOR LINEN, SELECTED BRAND DETERSIFS POUR LINGE, MARQUE SELECTIONNEE	5 KG	3.59	5.47	1019	3.83	40	44	-	.593	-
LIQUID DETERGENT FOR WASHING UP BY HAND, SELECTED BRAND DETERSIF POUR VAISSELLE, MARQUE SELECTIONNEE	500 G	2.31	3.92	403	1.89	34	41	-	.367	-
SCOURING POWDER, SELECTED BRAND POUDRE A RECUPER, MARQUE SELECTIONNEE	500 G	1.86	2.06	385	.82	18	18	-	.226	-
WASHING OF LINEN BY WEIGHT LAVAGE DE LINGE BLANC, AU POIDS	5 KG	7.00	11.49	2611	5.48	99	115	-	-	-
1 HOUR OF DOMESTIC SERVICES, INCLUDING SOCIAL SECURITY CONTRIBUTIONS 1 HEURE DE SERVICES DOMESTIQUES, Y COMPRIS CONTRIBUTION SECURITE SOCIALE	1 HOUR 1 HEURE	8.60	24.72	2500	8.50	142	126	-	-	-

TRANSPORT AND COMMUNICATION

TRANSPORTS ET COMMUNICATIONS

ITEMS ARTICLES	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	FL	FB	FLX	£	£	DKR
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
SUMMER TYRES, SELECTED MAKE AND MODEL PNEUS D'ETE, MARQUE ET MODELE SELECTIONNES	1	99.36	221.60	36600	132.66	1874	1637	-	25.980	-
SPARKING PLUGS, SELECTED MAKE AND MODEL BOUGIES, MARQUE ET MODELE SELECTIONNES	1	3.12	7.73	1220	3.75	66	55	-	.648	-
CAR-WASH, AUTOMATIC LAVAGE D'UNE VOITURE, AUTOMATIQUE	1	3.78	6.20	1860	6.46	102	83	-	.380	-
PETROL SUPER, SELECTED BRAND ESSENCE SUPER, MARQUE SELECTIONNEE	10 L	9.11	26.80	5000	11.30	167	133	-	2.026	28.90
ENGINE OIL, SELECTED BRAND HUILE MOTEUR, MARQUE SELECTIONNEE	2 L	17.90	26.41	4600	13.12	146	168	-	-	-
HIRING OF A CAR: SELECTED CAR AND MODEL LOCATION D'UNE VOITURE: MARQUE ET MODELE SELECTIONNES	1 WEEK 1 SEM.	705.00	2310.10	310000	311.52	16280	11165	-	131.950	-
TAXI JOURNEY COURSE EN TAXI	3 KM	7.00	11.80	3500	7.15	120	120	-	1.090	24.51
URBAN TRANSPORT: SINGLE TICKET 1.5 KM TRANSPORTS URBAINES: TRAJET DE 1.5 KM	1	1.17	1.25	100	1.10	20	10	-	.120	2.00
URBAN TRANSPORT: SINGLE TICKET 3 KM TRANSPORTS URBAINES: TRAJET DE 3 KM	1	1.17	1.78	100	1.20	20	10	-	.180	2.00
URBAN TRANSPORT: SINGLE TICKET 7 KM TRANSPORTS URBAINES: TRAJET DE 7 KM	1	1.17	1.84	100	1.40	20	10	-	.240	2.50

T R A N S P O R T A N D C O M M U N I C A T I O N

T R A N S P O R T S E T C O M M U N I C A T I O N S

I T E M S A R T I C L E S	UNIT UNITE	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER DAM	BRUXEL LES	LUXEM BOURG	LONDON	DUBLIN	KØBEN HAVN DKR
		DM	FFR	LIT	FL	FR	FLX	£	£	
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
RAILWAY TRANSPORT: 2ND CLASS RETURN TICKET	2x250 KM	66.00	112.00	9800	68.40	880	854	-	15.000	150.00
TRANSPORT PAR CHEMIN DE FER: ALLER- RETOUR 2E CLASSE										
RAILWAY TRANSPORT: 2ND CLASS RETURN TICKET	2x100 KM	26.00	48.00	4000	20.75	360	326	-	6.000	60.00
TRANSPORT PAR CHEMIN DE FER: ALLER- RETOUR 2E CLASSE										
RAILWAY TRANSPORT: 2ND CLASS RETURN TICKET	2x50 KM	11.60	28.00	2000	12.50	190	110	-	3.000	30.00
TRANSPORT PAR CHEMIN DE FER: ALLER- RETOUR 2E CLASSE										
INLAND POSTAGE FOR A LETTER LESS THAN 20 G	1 LETTER	.50	1.20	170	.55	8	6	-	.100	1.20
AFFRANCHISSEMENT INTERIEUR D'UNE LETTRE JUSQU'A 20 G	1 LETTRE									
INLAND POSTAGE FOR A PARCEL OF 3 KG OVER 50 KM	1 PARCEL	4.60	13.40	1150	7.00	90	25	-	.550	9.00
AFFRANCHISSEMENT D'UN COLIS DE 3 KG EXPEDIE A 50 KM	1 COLIS									
TELEPHONE: MONTHLY BASIC RATE AND 100 LOCAL CALLS	1 MONTH	55.00	92.04	7615	39.00	905	500	-	8.037	70.45
TELEPHONES: REDEVANCE MENSUELLE DE BASE ET 100 COMMUNICATIONS URBAINES	1 MOIS									

LEISURE AND CULTURAL ACTIVITIES

LOISIRS SPECTACLES ET CULTURE

ITEMS	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER DAM	BRUXEL LES	LUXEM BOURG	LONDON	DUBLIN	KØBEN HAVN
ARTICLES	UNITE	DM	FFR	LIT	FL	FR	FLX	£	£	DKR
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
GAMES, SELECTED BRAND JEUX DE SOCIETE, MARQUE SELECTIONNEE	1	30.79	59.56	6910	41.23	450	424	-	4.234	-
CONSTRUCTION SET, SELECTED BRAND AND MODEL BOITE DE CONSTRUCTION, MARQUE ET MODELE SELECTIONNES	1	39.17	86.40	8480	47.50	695	661	-	8.656	-
BATTERY, 1.5 V, WELL-KNOWN BRANDS PILE, 1.5 V, MARQUES CONNUES	1	1.62	3.05	292	1.53	26	15	-	.182	-
CINEMA CINEMA	1 ADULT 1 ADULTE	6.79	15.81	2400	7.05	123	55	-	1.406	-
SPORTS STADIUM (FOOTBALL) STADE (FOOTBALL)	1 ADULT 1 ADULTE	24.00	32.00	8000	7.00	148	70	1.029	.667	30.00
INDOOR SWIMMING POOL PISCINE COUVERTE	1 ADULT 1 ADULTE	2.50	6.72	2000	2.33	40	30	-	.200	5.50
TELEVISION AND RADIO LICENCE (COLOUR TV) REDEVANCE RADIO ET TELEVISION COULEUR	1, YEAR 1 AN	126.00	267.00	52345	120.00	3624	-	21.000	31.000	696.00
CRIME NOVEL, 150 TO 200 PAGES ROMAN POLICIER, 150 A 200 PAGES	1	4.07	6.73	900	4.65	45	62	-	-	-
TRAVEL GUIDE, SELECTED BRAND GUIDE DE VOYAGE, MARQUE SELECTIONNEE	1	25.00	36.00	5800	21.50	243	240	-	-	-
LOCAL DAILY NEWSPAPER (AVERAGE) QUOTIDIEN LOCAL (MOYENNE)	1	.60	1.80	200	.55	10	8	-	.112	2.25
PICTURE POSTCARD IN COLOUR, PHOTO PRINT CARTE POSTALE EN COULEUR, PHOTO IMPRIMEE	1	.29	.78	54	.28	5	5	-	.070	-

LEISURE AND CULTURAL ACTIVITIES

LOISIRS SPECTACLES ET CULTURE

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER DAM	BRUXEL LES	LUXEM BOURG	LONDON	DUBLIN	KØBEN HAVN
	UNITE	DM	FFR	LIT	FL	FB	FLX	£	£	DKR
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
LANGUAGE COURSE, GROUP CLASS COURS DE LANGUE, COURS COLLECTIF	60 MIN.	7.58	45.31	3187	14.94	146	83	-	.809	-

OTHER GOODS AND SERVICES

AUTRES BIENS ET SERVICES

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
		DM	FFR	LIT	DAM FL	LES FB	BOURG FLX	£	£	HAVN DKR
		10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78	10.78
MEN'S RAZOR HAIR CUT WITH SHAMPOO COUPE AU RASOIR AVEC SHAMPOING, POUR MESSIEURS	1	17.50	30.66	4160	17.95	258	253	-	1.293	-
SHAMPOO AND SET FOR LADIES MISE EN PLIS, Y COMPRIS SHAMPOING ET LAQUE POUR DAMES		12.50	33.15	3960	14.74	208	210	-	1.286	-
TOILET SOAP, SELECTED BRAND SAVON DE TOILETTE, MARQUE SELECTIONNEE	140 G	.94	2.09	308	.94	13	16	-	.179	-
TOOTHPASTE, SELECTED BRAND PATE DENTIFRICE, MARQUE SELECTIONNEE	80 G	1.79	3.57	766	1.06	25	29	-	-	-
CREAM, SELECTED BRAND CREME, MARQUE SELECTIONNEE	150 ML	2.61	6.92	976	2.27	29	33	-	.837	-
PAPER HANDKERCHIEFS, WHITE, SELECTED BRAND MOUCHOIRS EN PAPIER, BLANC, MARQUE SELECTIONNEE	100	1.86	3.68	615	1.46	25	24	-	.341	-
BALL-POINT PEN, SELECTED BRAND STYLO A BILLE, MARQUE SELECTIONNEE	1	.46	.72	150	.50	6	12	-	.081	-
STAY AT CAMPING SITE: 4 PERSONS DURING 1 WEEK SEJOUR SUR TERRAIN DE CAMPING: 4 PER- SONNES DURANT 1 SEMAINE	1 WEEK 1 SEM.	87.00	129.50	35000	88.20	1074	721	-	14.300	231.00
CHARGE FOR POSTAL ORDER FRAIS DE MANDAT POSTAL	1	3.00	4.50	550	2.50	15	12	-	.130	3.50
CHARGE FOR A BIRTH CERTIFICATE FRAIS DE DELIVRANCE DE CERTIFICAT DE NAISSANCE	1	2.00	-	350	2.50	135	40	-	.500	-

Tab. III Prix électro-ménagers, électro-acoustique,
radio et TV, photo en automne 1977

Consumer prices of domestic electrical
appliances, radio, TV, audio and photo
equipment in autumn 1977

Verbraucherpreise für elektrische Haushalts-
geräte, Radio, Fernseh-, Photo- und Photo-
geräte im Herbst 1977

Prezzi al consumo per i elettrodomestici,
apparechi elettro-acustici e radio, tele-
visivi, foto nell' autunno 1977

ELECTRIC HOUSEHOLD APPLIANCES

ELECTRO - MENAGER

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FR	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
REFRIGERATOR 2 STARS 140 L, SELECTED BRAND REFRIGERATEUR 2 ETOILES 140 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	686.25	-	-	5594	6499	-	-	-
REFRIGERATOR 2 STARS 140 L, SELECTED BRAND REFRIGERATEUR 2 ETOILES 140 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	368.03	945.67	-	465.50	5590	6083	-	-	1343.00
REFRIGERATOR 1 STAR 140 L, SELECTED BRAND REFRIGERATEUR 1 ETOILE 140 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	113700	314.40	4534	5620	-	-	1013.20
REFRIGERATOR 2 STARS 140 L, SELECTED BRAND REFRIGERATEUR 2 ETOILES 140 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	79600	268.83	-	5250	-	79.000	-
REFRIGERATOR 2 STARS 225 L, SELECTED BRAND REFRIGERATEUR 2 ETOILES 225 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	1408.76	-	-	10859	10009	-	-	1782.23
REFRIGERATOR 2 STARS 250 L, SELECTED BRAND REFRIGERATEUR 2 ETOILES 250 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	102900	-	5823	7750	70.760	-	1207.20
REFRIGERATOR/DEEP-FREEZER 4 STARS 187 L + 67 L, SELECTED BRAND REFRIGERATEUR/CONGELATEUR 4 ETOILES 187 L + 67 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	741.33	2115.00	328900	794.13	11921	15015	-	-	2420.00

ELECTRIC HOUSEHOLD APPLIANCES

ELECTRO - MENAGER

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FB	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
DEEP/FREEZER (UPRIGHT) 304 L, SELECTED BRAND SURGELATEUR (ARMOIRE) 304 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	850.50	2487.00	396000	971.33	16068	17182	213.647	-	12808.00
DEEP/FREEZER (UPRIGHT) 120 L, SELECTED BRAND SURGELATEUR (ARMOIRE) 120 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	467.00	-	-	-	-	8940	-	-	1503.20
DEEP/FREEZER (UPRIGHT) 120 L, SELECTED BRAND SURGELATEUR (ARMOIRE) 120 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	164100	442.40	-	-	89.940	-	-
DEEP/FREEZER (UPRIGHT) 290 L, SELECTED BRAND SURGELATEUR (ARMOIRE) 290 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	-	16014	15839	156.138	-	-
DEEP/FREEZER (CHEST) 320 L, SELECTED BRAND SURGELATEUR (COFFRE) 320 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	69.50	1963.33	353000	828.67	17344	15829	-	-	-
DEEP/FREEZER (CHEST) 320 L, SELECTED BRAND SURGELATEUR (COFFRE) 280 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	196100	-	11000	11700	-	-	-
DEEP/FREEZER (CHEST) 400 L, SELECTED BRAND SURGELATEUR (COFFRE) 400 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	-	14803	15039	108.500	-	-

ELECTRIC HOUSEHOLD APPLIANCES

ELECTRO - MENAGER

I T E M S A R T I C L E S	UNIT UNITE	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
		DM	FFR	LIT	FL	FB	FLX	£	£	DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
REFRIGERATOR/DEEP-FREEZER 178 L + 47 L, SELECTED BRAND REFRIGERATEUR/CONGELATEUR 178 L + 47 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	1156.66	148500	422.60	7323	8900	103.108	124.333	1692.20
REFRIGERATOR/DEEP-FREEZER 190 L + 95 L, SELECTED BRAND REFRIGERATEUR/CONGELATEUR 190 L + 95 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	873.50	-	340600	-	16663	14955	-	-	12667.20
REFRIGERATOR/DEEP-FREEZER 187 L + 38 L, SELECTED BRAND REFRIGERATEUR/CONGELATEUR 187 L + 38 L, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	1628.40	-	594.60	12374	11897	140.018	151.143	2032.00
DISH-WASHER 10 - 12 COVERS, SELECTED BRAND LAVE-VAISSELLE 10 - 12 COUVERTS, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	485960	-	-	-	167.223	140.250	-
DISH-WASHER 10 COVERS 6 PROGRAMS, SELECTED BRAND LAVE-VAISSELLE 10 COUVERTS 6 PRO- GRAMMES, MARQUE SELECTIONNEE	1	1660.80	5050.00	-	1769.00	29848	28320	-	-	5815.00
WASHING MACHINE 400 T/MIN, SELECTED BRAND MACHINE A LAYER 400 T/MIN, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	152800	598.50	-	-	111.013	128.400	-
WASHING MACHINE 800 T/MIN, SELECTED BRAND MACHINE A LAYER 800 T/MIN, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	1054.00	16000	17670	-	-	13778.00

ELECTRIC HOUSEHOLD APPLIANCES

ELECTRO - MENAGER

ITEMS	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
ARTICLES	UNITE	DM	FFR	LIT	FL	FB	FLX	£	£	DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
WASHING MACHINE 1000 T/MIN, SELECTED BRAND MACHINE A LAVER 1000 T/MIN, MARQUE SELECTIONNEE	1	1685.75	-	-	1302.75	25711	27500	183.200	-	-
WASHING MACHINE 1000 T/MIN, SELECTED BRAND MACHINE A LAVER 1000 T/MIN, MARQUE SELECTIONNEE	1	1842.71	4814.66	690200	1795.20	-	29420	213.155	-	6252.75
WASHING MACHINE 800 T/MIN, SELECTED BRAND MACHINE A LAVER 800 T/MIN, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	2435.00	-	-	19920	17484	211.606	159.000	-
COOKER HOOD, SELECTED BRAND HOTTE ASPIRANTE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	92500	-	4383	4590	-	-	826.80
VACUUM CLEANER 1000 WATT, SELECTED BRAND ASPIRATEUR 1000 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	116000	-	4799	-	70.258	68.558	-
VACUUM CLEANER 850 WATT, SELECTED BRAND ASPIRATEUR 850 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	398.00	-	164300	453.00	7170	6953	-	-	-
VACUUM CLEANER 950 WATT, SELECTED BRAND ASPIRATEUR 950 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	292.67	-	127700	347.33	5860	4800	-	-	-
VACUUM CLEANER 240 WATT, SELECTED BRAND ASPIRATEUR 240 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	-	1764	1516	26.788	-	298.00

ELECTRIC HOUSEHOLD APPLIANCES

ELECTRO - MENAGER

I T E M S A R T I C L E S	UNIT UNITE	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
		DM	FFR	LIT	DAM	LES	BOURG	£	£	HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
VACUUM CLEANER 600 WATT, SELECTED BRAND ASPIRATEUR 600 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	164.10	-	80400	129.00	3515	2575	-	-	-
SEWING MACHINE, SELECTED BRAND MACHINE A COUDRE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	2390.00	-	-	-	-	154.988	-	2674.75
STEAM IRON, SELECTED BRAND FER A REPASSER A VAPEUR, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	23360	-	881	798	12.350	-	122.64
IRON, SELECTED BRAND FER A REPASSER, MARQUE SELECTIONNEE	1	42.83	101.33	-	-	-	750	-	-	-
STEAM IRON, SELECTED BRAND FER A REPASSER A VAPEUR, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	14570	39.74	-	-	7.800	6.600	110.51
IRON, SELECTED BRAND FER A REPASSER, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	30080	-	720	1015	14.133	12.886	-
COFFEEMILL, SELECTED BRAND MOULIN A CAFE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	39.11	624	584	9.250	-	-
COFFEEMILL, SELECTED BRAND MOULIN A CAFE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	46.20	-	26.98	378	360	5.900	-	93.86
COFFEMAKER 8 CUPS, SELECTED BRAND MACHINE A CAFE 8 TASSES, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	95.16	1647	1510	-	-	-
COFFEMAKER 8 CUPS, SELECTED BRAND MACHINE A CAFE 8 TASSES, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	-	-	-	18.006	23.921	368.00

ELECTRIC HOUSEHOLD APPLIANCES

ELECTRO - MENAGER

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	ROMN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM FL	LES FB	BOURG FLX	£	£	DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
COFFEMAKER 10 - 12 CUPS, SELECTED BRAND MACHINE A CAFE 10 - 12 TASSES, MARQUE SELECTIONNEE	1	72.89	-	-	-	1316	1472	19.467	-	308.00
COFFEMAKER 12 - 18 CUPS, SELECTED BRAND MACHINE A CAFE 12 - 18 TASSES, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	120.83	-	-	-	910	15.017	-	201.67
TOASTER AUTOMATIC, SELECTED BRAND GRILLE-PAIN AUTOMATIQUE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	136.05	21100	48.68	867	995	-	-	208.50
MIXER, SELECTED BRAND MIXER, MARQUE SELECTIONNEE		-	64.67	13220	34.56	1221	522	8.200	-	-
MIXER, SELECTED BRAND MIXER, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	-	1240	1154	-	-	267.40
ELECTRIC RADIATOR 2000 WATT, SELECTED BRAND RADIATEUR SOUFFLANT 2000 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	225.89	32260	112.57	1640	1519	13.288	-	337.67

AUDIO EQUIPMENT RADIO TV

ELECTRO - ACOUSTIQUES RADIO TV

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM FL	LES FB	BOURG FLX	£	£	HAVN DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
PORTABLE RADIO, SELECTED BRAND RADIO PORTATIVE, MARQUE SELECTIONNEE	1	98.50	-	36100	-	-	1450	-	-	-
PORTABLE RADIO, SELECTED BRAND RADIO PORTATIVE, MARQUE SELECTIONNEE	1	490.25	-	190000	-	7937	9250	10.867	-	2225.00
PORTABLE RADIO, SELECTED BRAND RADIO PORTATIVE, MARQUE SELECTIONNEE	1	244.56	646.86	98300	291.25	3608	4120	63.875	-	-
PORTABLE RADIO, SELECTED BRAND RADIO PORTATIVE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	88.75	-	19.70	513	484	7.762	-	-
PORTABLE RADIO, SELECTED BRAND RADIO PROTATIVE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	55300	-	-	2330	-	-	527.50
PORTABLE RADIO, SELECTED BRAND RADIO PORTATIVE, MARQUE SELECTIONNEE	1	273.33	-	82700	-	5228	3526	54.813	-	795.00
CASSETTE RECORDER MONO, SELECTED BRAND ENREGISTREUR DE CASSETTES MONO, MARQUE SELECTIONNEE	1	138.40	394.16	64200	-	2520	2841	-	-	535.00
CASSETTE RECORDER MONO, SELECTED BRAND ENREGISTREUR DE CASSETTES MONO MARQUE SELECTIONNEE	1	146.67	-	66000	-	2813	-	-	-	-
CASSETTE RECORDER MONO, SELECTED BRAND ENREGISTREUR DE CASSETTES MONO MARQUE SELCTIONNEE	1	-	-	72300	-	3958	3770	39.708	-	-
MUSIC CENTRE, SELECTED BRAND CHAINE COMPACTE, MARQUE SELECTIONNEE	1	994.15	12879.00	687200	-	17096	16975	-	-	13395.00
MUSIC CENTRE, SELECTED BRAND CHAINE COMPACTE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	489820	839.89	17656	16434	-	-	13265.00

AUDIO EQUIPMENT RADIO TV

ELECTRO - ACOUSTIQUES RADIO TV

ITEMS	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
ARTICLES	UNITE	DM	FFR	LIT	DAM	LES	BOURG	£	£	DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
MUSIC CENTRE, SELECTED BRAND CHAINE COMPACTE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	581000	-	34734	-	1314.142	-	-
MUSIC CENTRE, SELECTED BRAND CHAINE COMPACTE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	4885.00	441900	-	-	23450	1336.433	-	15385.00
MUSIC CENTRE, SELECTED BRAND CHAINE COMPACTE, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	2792.00	671380	942.80	19668	18119	1225.760	-	14103.00
TUNER AMPLIFIER 4 OHM 2 x 7 WATT SELECTED BRAND AMPLI-TUNER STEREO 4 OHM 2 x 7 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	298.00	-	-	-	7400	9800	-	-	-
TUNER AMPLIFIER 8 OHM 2 x 85 WATT, SELECTED BRAND AMPLI-TUNER STEREO 8 OHM 2 x 85 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	495200	-	29790	30667	1383.060	-	17985.00
TUNER AMPLIFIER 8 OHM 2 x 42 WATT, SELECTED BRAND AMPLI-TUNER STEREO 8 OHM 2 x 42 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	2303.33	-	679.83	15121	-	1162.960	-	13350.00
REEL TO REEL TAPE DECK, SELECTED BRAND ENREGISTREUR POUR BANDES MAGNETIQUES, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	856200	-	42225	33500	-	-	18875.00
TURNTABLE DIRECT DRIVE, SELECTED BRAND PLATINE TOURNE-DISQUES, MARQUE SELECTIONNEE	1	564.00	1920.00	275800	698.00	12388	9875	-	-	12672.57
TURNTABLE, SELECTED BRAND PLATINE TOURNE-DISQUES, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	158800	342.00	5310	5250	-	-	-

AUDIO EQUIPMENT RADIO TV

ELECTRO - ACOUSTIQUES RADIO TV

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN DM	PARIS FFR	ROMA LIT	AMSTER DAM FL	BRUXEL LES FR	LUXEM BOURG FLX	LONDON £	DUBLIN £	KØBEN HAVN DKR
CASSETTE TAPE DECK STEREO, SELECTED BRAND ENREGISTREUR DE CASSETTES STEREO, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	-	21660	-	285.150	-	5585.00
CASSETTE TAPE DECK STEREO, SELECTED BRAND ENREGISTREUR DE CASSETTES STEREO, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	213000	395.40	9515	9145	86.330	-	1750.00
LOUDSPEAKER 4 OHM 40 WATT, SELECTED BRAND HAUT-PARLEUR 4 OHM 40 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	2	203.46	-	72200	-	6558	5840	-	-	-
LOUDSPEAKER 8 OHM 80 WATT, SELECTED BRAND HAUT-PARLEUR 8 OHM 80 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	2	-	-	873750	-	35000	30300	-	-	-
LOUDSPEAKER 8 OHM 20 WATT, SELECTED BRAND HAUT-PARLEUR 8 OHM 20 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	2	-	-	300800	-	13438	14740	163.970	-	-
BLACK AN WHITE TELEVISION, SELECTED BRAND TELEVISEUR NOIR ET BLANC, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	1273.00	143000	-	5970	5900	-	-	-
BLACK AN WHITE TELEVISION, SELECTED BRAND TELEVISEUR NOIR ET BLANC, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	171000	-	7105	6225	88.813	-	-

AUDIO EQUIPMENT RADIO TV

ELECTRO - ACOUSTIQUES RADIO TV

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FFR	LIT	FL	FB	FLX	£	£	DKP
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
BLACK AN WHITE TELEVISION, SELECTED BRAND TELEVISEUR NOIR ET BLANC, MARQUE SELECTIONNEE	1	382.55	1462.00	176400	-	-	-	110.650	-	1595.00
BLACK AN WHITE TELEVISION, SELECTED BRAND TELEVISEUR NOIR ET BLANC, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	241800	532.57	10286	9552	83.630	-	12095.00
BLACK AN WHITE TELEVISION, SELECTED BRAND TELEVISEUR NOIR ET BLANC, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	613.67	10582	10535	-	-	12345.00
COLOUR TELEVISION, SELECTED BRAND TELEVISEUR COULEUR, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	2175.29	39776	39962	-	-	-
COLOUR TELEVISION, SELECTED BRAND TELEVISEUR COULEUR, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	15911.25	755000	-	35733	37500	-	-	-
COLOUR TELEVISION, SELECTED BRAND TELEVISEUR COULEUR, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	15097.00	756667	-	36482	39500	-	-	-
COLOUR TELEVISION, SELECTED BRAND TELEVISEUR COULEUR, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	655000	2019.75	29737	29350	1335.738	-	15795.00
COLOUR TELEVISION, SELECTED BRAND TELEVISEUR COULEUR, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	14571.67	708000	-	-	32975	-	-	-

PHOTOGRAPHIC EQUIPMENT

PHOTOGRAPHIE

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	RONN	PARIS	ROMA	AMSTER DAM	BRUXEL LES	LUXEM BOURG	LONDON	DUBLIN	KØBEN HAVN
	UNITE	DM	FFR	LIT	FL	FR	FLX	£	£	DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
REFLEX CAMERA, SELECTED BRAND APPAREIL PHOTO REFLEX, MARQUE SELECTIONNEE	1	787.58	2228.00	272800	892.60	14580	12800	209.035	237.400	2702.42
REFLEX CAMERA, SELECTED BRAND APPAREIL PHOTO REFLEX, MARQUE SELECTIONNEE	1	736.50	1986.25	267000	756.58	12788	12517	213.080	206.990	2353.75
REFLEX CAMERA, SELECTED BRAND APPAREIL PHOTO REFLEX, MARQUE SELECTIONNEE	1	800.50	1916.50	280000	888.44	16686	13610	208.459	220.200	2506.40
REFLEX CAMERA, SELECTED BRAND APPAREIL PHOTO REFLEX, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	1573.00	244400	686.00	13200	12286	198.944	-	2272.86
REFLEX CAMERA, SELECTED BRAND APPAREIL PHOTO REFLEX, MARQUE SELECTIONNEE	1	666.67	1849.12	290000	762.75	13578	13198	209.607	239.963	2447.18
REFLEX CAMERA, SELECTED BRAND APPAREIL PHOTO REFLEX, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	258600	590.50	10989	-	133.763	-	-
INSTANT CAMERA, SELECTED BRAND APPAREIL A DEVELOPPEMENT INSTANTANE, MARQUE SELECTIONNEE	1	373.00	1052.75	164200	446.40	6645	-	118.471	-	1395.00
POCKET CAMERA, SELECTED BRAND APPAREIL PHOTO DE POCHE, MARQUE SELECTIONNEE	1	110.25	322.87	46500	138.92	2024	1822	28.450	31.788	358.80
POCKET CAMERA, SELECTED BRAND APPAREIL DE PHOTO DE POCHE, MARQUE SELECTIONNEE	1	246.60	686.42	109600	301.20	3874	-	62.172	-	746.00

PHOTOGRAPHIC EQUIPMENT

PHOTOGRAPHIE

I T E M S A R T I C L E S	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER DAM	BRUXEL LES	LUXEM BOURG	LONDON	DUBLIN	KØBEN HAVN
	UNITE	DM	FFR	LIT	FL	FR	FLX	£	£	DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
POCKET CAMERA, SELECTED BRAND APPAREIL DE PHOTO DE POCHE, MARQUE SELECTIONNEE	1	52.20	117.85	31180	68.42	1127	918	13.249	14.572	178.20
SUPER 8 CINE CAMERA, SELECTED BRAND CAMERA SUPER 8, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	3203.16	358200	-	20229	16717	257.655	-	4128.90
SUPER 8 CINE CAMERA, SELECTED BRAND CAMERA SUPER 8, MARQUE SELECTIONNEE	1	800.00	2283.33	268800	-	15432	-	-	-	2841.67
AUTOMATIC SLIDE PROJECTOR, SELECTED BRAND PROJECTEUR POUR DIAPOSITIVES (AUTO- MATIOUE), MARQUE SELECTIONNEE	1	231.32	-	144800	347.83	4983	4463	77.760	-	986.15
AUTOMATIC SLIDE PROJECTOR, SELECTED BRAND PROJECTEUR POUR DIAPOSITIVES (AUTO- MATIOUE), MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	-	3309	-	-	75.550	717.67
AUTOMATIC SLIDE PROJECTOR, SELECTED BRAND PROJECTEUR POUR DIAPOSITIVES (AUTO- MATIOUE), MARQUE SELCTIONNEE	1	718.80	2690.00	-	-	13741	-	-	-	3073.33
CINE PROJECTOR, SELECTED BRAND PROJECTEUR DE FILM, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	1045.75	94000	-	7963	-	84.333	-	1337.00
CINE PROJECTOR, SELECTED BRAND PROJECTEUR DE FILM, MARQUE SELCTIONNEE	1	-	-	107800	-	4930	-	-	-	832.50
CINE PROJECTOR, SELECTED BRAND PROJECTEUR DE FILM, MARQUE SELECTIONNEE	1	347.23	875.00	141200	325.17	4973	4522	76.202	100.083	1038.80

PHOTOGRAPHIC EQUIPMENT

PHOTOGRAPHIE

ITEMS ARTICLES	UNIT UNITE	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER DAM	BRUXEL LES	LUXEM BOURG	LONDON	DUBLIN	KØBEN HAVN
		DM	FFR	LIT	FL	FB	FLX	f	f	DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
MONOCHROM FILM 36 EXPOSURES, SELECTED BRAND PELLICULE MONOCHROME 100 ASA 36 POSES MARQUE SELECTIONNEE	1	4.22	-	1390	5.30	75	60	-	-	12.80
MONOCHROM FILM 125 ASA 36 EXPOSURES SELECTED BRAND PELLICULE MONOCHROME 125 ASA 36 POSES MARQUE SELECTIONNEE	1	-	6.61	1880	6.06	92	76	.969	1.111	12.93
COLOUR FILM 80 ASA 20 EXPOSURES, SELECTED BRAND PELLICULE COULEUR NEGATIF 85 ASA 20 POSES, MARQUE SELECTIONNEE	1	6.43	11.04	2100	7.53	106	99	1.084	1.330	14.72
COLOUR FILM 80 ASA 36 EXPOSURES, SELECTED BRAND PELLICULE COULEUR NEGATIF 80 ASA 36 POSES, MARQUE SELECTIONNEE	1	8.38	14.03	2930	10.01	151	139	1.521	1.655	20.42
COLOUR FILM 80 ASA 12 EXPOSURES, SELECTED BRAND PELLICULE COULEUR NEGATIF 80 ASA 12 POSES, MARQUE SELECTIONNEE	1	4.90	8.32	1810	5.67	86	75	.820	1.020	12.17
COLOUR TRANSPARENCIES 64 ASA 36 EX- POSURES, SELECTED BRAND PELLICULE COULEUR POUR DIA 64 ASA 36 POSES, MARQUE SELECTIONNEE	1	15.49	34.18	7270	20.73	275	271	3.335	4.247	49.68
SUPER 8 CINE COLOUR FILM, SELECTED BRAND FILM COULEUR SUPER 8 40 ASA, MARQUE SELECTIONNEE	1	11.50	34.80	5840	14.52	243	201	3.170	3.957	42.98

OTHER GOODS

AUTRES BIENS

ITEMS ARTICLES	UNIT	BONN	PARIS	ROMA	AMSTER	BRUXEL	LUXEM	LONDON	DUBLIN	KØBEN
	UNITE	DM	FRF	LIT	FL	FB	FLX	£	£	DKR
		10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77	10.77
ELECTRIC SHAVER, SELECTED BRAND RASOIR ELECTRIQUE, MARQUE SELECTIONNEE	1	113.40	266.16	39100	128.28	2068	1630	27.440	-	382.43
ELECTRIC SHAVER, SELECTED BRAND RASOIR ELECTRIQUE, MARQUE SELECTIONNEE	1	100.50	241.29	44080	116.22	2110	2042	18.500	-	398.07
HAIR DRIER, SELECTED BRAND SECHE CHEVEUX 550 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	45.55	127.80	20860	56.70	885	745	14.392	-	193.80
HAIR DRIER 400 AND 800 WATT, SELECTED BRAND SECHE CHEVEUX 400 ET 800 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	51.80	-	28280	-	980	899	-	11.100	-
HAIR DRIER 400 WATT, SELECTED BRAND SECHE CHEVEUX 400 WATT, MARQUE SELECTIONNEE	1	-	-	-	-	636	601	8.446	-	142.62

UU00790034AC