



Om CCI = Consumer Confidence Index

Indeksen (CCI) er et anerkjent internasjonalt mål på forbrukernes tillit, og brukes i alle EU-land. Forbrukertilliten er et gjennomsnitt av forbrukernes forventninger til a) egen økonomi og b) landets økonomi de kommende 12 måneder, samt forventninger til c) egen sparing og d) arbeidsledigheten. Jo høyere CCI, jo mer villige vil forbrukerne være til å bruke penger på større innkjøp og investeringer som bil, bolig og fritidsbolig.

Hver delindeks er slik at tallet er 100 hvis alle venter sterk positiv endring, og minus 100 hvis alle venter sterk negativ endring. Hvis alle venter ingen endring blir tallet lik 0. Med CCI over 0, kan vi si at forbrukerne i overveiende grad venter sterkere økonomi. Hvis CCI er under 0, venter de i overveiende grad svakere økonomi.

ForbrukerMeteret™

ForbrukerMeteret™ kjøres månedlig som en omnibus og kartlegger forbrukernes tillit og forventninger til egen og landets økonomi, planer for forbruk og sparing og andre spørsmål knyttet til forbruk og økonomi. Resultatene er basert på månedlige landsrepresentative utvalg (1000 intervjuer).

Kontaktperson

Henrik Høidahl
 Mobil: 992 61 015
 E-post: hh@opinion.no
 Utgiver: Opinion AS
 Vulkan 16, 0178 Oslo

Tendens til høyere forbrukertillit utover våren

Forbrukertilliten holder seg på et relativt høyt nivå

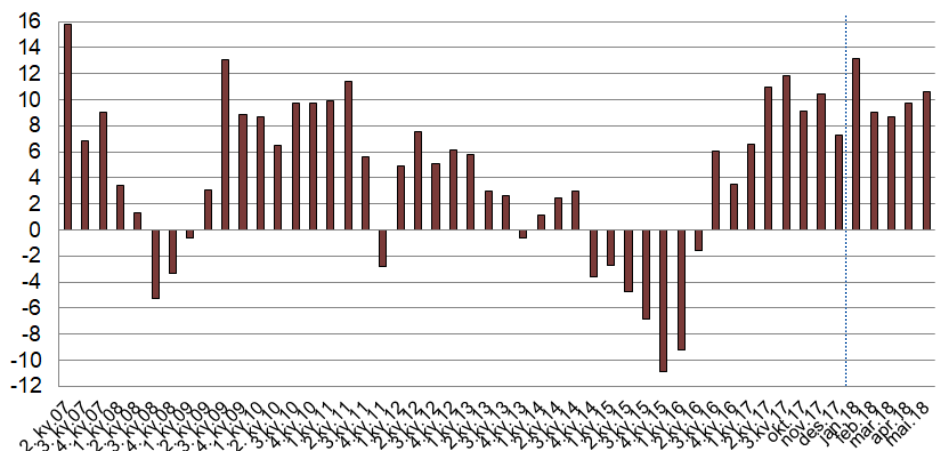
Forbrukertillitsindeksen (CCI) øker for andre måned på rad, om enn ganske beskjedent fra april til mai, viser den siste forbrukertillitsmålingen til Opinion. CCI er på 10,6 poeng i mai, mot 9,8 poeng i april og 8,7 poeng i mars. Indeksen er nå 0,3 poeng høyere enn for ett år siden, og den ligger 0,8 poeng over gjennomsnittet av de siste seks målingene.

- Meldinger om en god norsk økonomi, lav arbeidsledighet og økt oljepris har bidratt til at troen på landets økonomi har blitt stadig sterkere utover våren. Denne indikatoren øker for fjerde måned på rad, og for femte måned på rad har den vært positiv, noe som betyr at det er flere som tror at landets økonomi vil være bedre enn dårligere om 12 måneder, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion. I 2017 var indikatoren positiv i syv måneder på rad. Før mars i fjor hadde den vært negativ siden februar 2013.

- Indikatoren for arbeidsledighet gikk fra positiv til negativ i mars i fjor, og har siden det vært negativ, som betyr at det er flere som tror arbeidsledigheten vil være lavere enn høyere om 12 måneder. Før dette skiftet hadde indikatoren vært positiv siden juli 2011, det vil altså si at flere trodde på høyere enn lavere arbeidsledighet, sier Henrik Høidahl i Opinion.

- Vi har med andre ord lagt bak oss et drøyt år der pilene har pekt i en annen retning enn de tidligere gjorde over en periode på flere år. Selv om troen på egen økonomi lå på et relativt lavt nivå gjennom 2015 og 2016, var indikatoren like fullt positiv, og utover i 2017 økte den noe. Den falt gradvis fra november i fjor til mars i år, noe som blant annet kan ha sammenheng med varsler om høyere boliglånsrente, men fikk et oppsving igjen fra mars til april og mai, sier Henrik Høidahl.

CCI er et gjennomsnitt av forbrukernes forventninger til egen og landets økonomi, arbeidsledigheten og sannsynligheten for sparing de kommende 12 månedene.



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — mai 2018