



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

Året avsluttes med rekordlav forbrukertillit

Markant fall i forbrukertilliten gjennom 2015

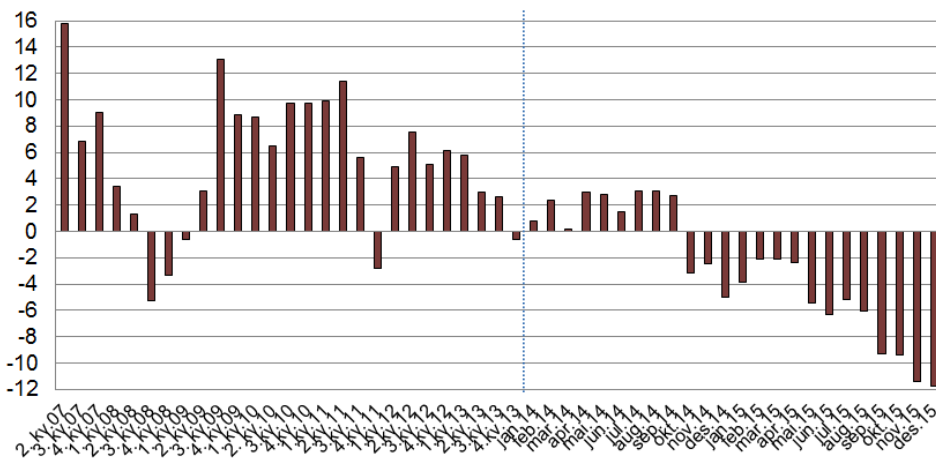
Forbrukertillitsindeksen (CCI) var på minus 3,9 poeng i januar og ender i desember på sitt laveste nivå siden denne tidsseriemålingen ble startet i 2007, på minus 11,7 poeng, viser den siste tillitsmålingen til Opinion. Indeksen har vært negativ i 15 måneder på rad og ligger 5,4 poeng under gjennomsnittet av 12 målinger i 2015. Grafen nederst illustrerer det tillitsfallet vi har sett det siste året.

- Tilliten til landets økonomi og arbeidsmarkedet er fortsatt svak, og er betydelig svakere enn på samme tid i fjor og våren og sommeren 2015. 58 % tror at den økonomiske situasjonen for Norge om 12 måneder vil være litt eller mye dårligere. 78 % tror at arbeidsledigheten vil være nær eller høyere om 12 måneder. Med andre ord, det er klart flere pessimister enn optimister når det gjelder to av de fire faktorene som påvirker den samlede forbrukertilliten, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion.

- Den moderate negative endringen vi ser i forbrukertilliten fra november til desember skyldes først og fremst at tilliten til egen økonomi om 12 måneder og sannsynligheten for å spare og øke formuen i de kommende 12 månedene er svekket. Begge disse delindeksene er nå på sitt laveste i år, og gjenspeiler således det generelle og betydelige tillitsfallet gjennom 2015, sier Henrik Høidahl i Opinion.

- Parallelt med at forbrukertilliten synker, faller kjøpsindeksen til sitt laveste nivå siden desember i fjor, da den var samme nivå – og før det desember 2008, under finanskrisen. Denne indeksen måler planer om kjøp av større kapitalvarer, bil og bolig og oppussing av bolig, sier Høidahl.

CCI er et gjennomsnitt av forbrukernes forventninger til egen og landets økonomi, arbeidsledigheten og deres muligheter til å spare de kommende 12 månedene.



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — desember 2015