



### 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](mailto:hh@opinion.no)  
 Utgiver: Opinion AS  
 Vulkan 16, 0178 Oslo

## CCI har ikke vært høyere siden juni 2011

### Flere optimister enn pessimister i snart ett år

En lengre periode med negativ forbrukertillit ble avløst av mer framtidstro i juni i fjor. Siden da har det vært flere optimister enn pessimister, og andelen har økt. I april er forbrukertillitsindeksen (CCI) på 10,4 poeng, opp 1,2 poeng fra forrige måned, viser den siste tillitsmålingen til analyseselskapet Opinion.

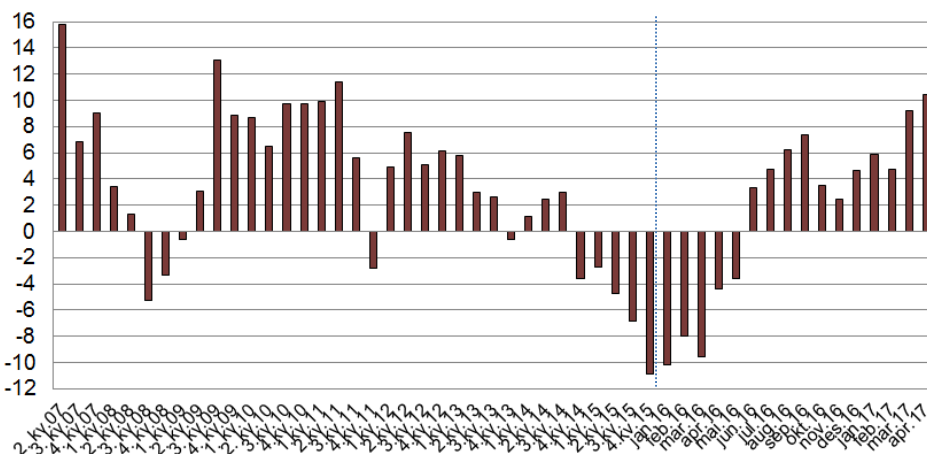
Indeksen er 14,8 poeng høyere enn på samme tid i fjor. Den har ikke vært høyere siden juni 2011. Mens gjennomsnittet av de fire første CCI-målingene i 2016 var *minus* 8,0 poeng, er gjennomsnittet av de fire første målingene i år *pluss* 7,6 poeng. CCI for april ligger 10,7 poeng over gjennomsnittet av 12 målinger i 2016. Nordmenn ser langt lysere på egen og Norges økonomi nå.

- For andre måned på rad er det flere som tror at arbeidsledigheten vil være *lavere enn høyere* om 12 måneder og flere som tror at landets økonomi vil være *bedre enn dårligere* om 12 måneder. Vi må tilbake til mai og juni 2011 for å finne tilsvarende tillit til arbeidsmarkedet og norsk økonomi, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion.

- Denne måneden er det arbeidsledighetsindeksen som i størst grad påvirker den samlede forbrukertilliten. Nordmenns økte tro på arbeidsmarkedet reflekterer de fallende ledighetstallene til NAV. Nye tall fra NAV viser at ledigheten faller for femte måned på rad, sier Henrik Høidahl i Opinion.

- Samtidig med at forbrukertillitsindeksen øker, øker kjøpsindeksen for tredje måned på rad, der husstandens kjøp av større forbruksvarer, personbil, bolig eller fritidsbolig og oppussing av bolig eller fritidsbolig kommende 12 måneder inngår. Kjøpsindeksen har ikke vært høyere siden mars 2013. Økt forbrukertillit utløser høyere kjøpsvilje, sier Henrik Høidahl i Opinion.

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 nettotal for perioden mai 2007 — april 2017