



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

Forbrukertilliten faller markant i februar

Svekket tillit til landets økonomi og arbeidsmarkedet

I februar faller forbrukertillitsindeksen (CCI) med 4,1 poeng til **9,1 poeng**, men den er 4,3 poeng høyere enn på samme tid i fjor, viser februarmålingen til Opinion. CCI økte i januar til sitt høyeste nivå siden august i fjor, fra 7,3 poeng i desember til 13,1 poeng i januar. Toppnoteringen i 2017 var i august, da CCI var på 13,4 poeng.

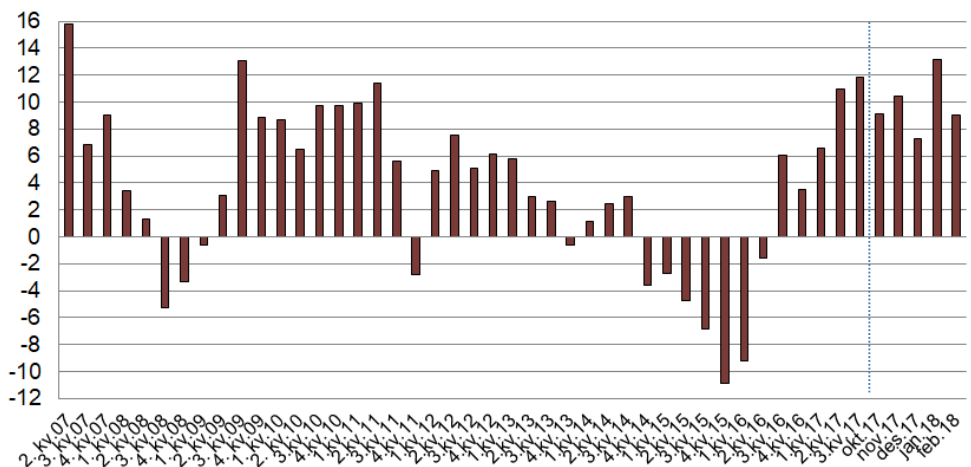
- Indikatorene troen på landets økonomi og arbeidsmarkedet kommende 12 måneder trekker den samlede forbrukertilliten ned i februar. Endringen fra januar til februar er statistisk signifikant. I januar var endringen stikk motsatt, med styrket tro på både landets økonomi og arbeidsmarkedet, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion.

- Dette kan være tilfeldige utslag fra én måned til en annen, og vi kan ikke si noe om en fallende tendens. Det er snarere slik at vi det siste halvåret har registrert sterkere tro på landets økonomi og arbeidsmarkedet, sier Høidahl.

- Siden mars i fjor er det flere som har trodd på lavere enn høyere arbeidsledighet. Arbeidsledighetsindeksen har med andre ord vært negativ i 12 måneder på rad, noe som betyr at det er flere som tror på lavere enn høyere arbeidsledighet om 12 måneder.

- Utover fjoråret ble troen på egen økonomi styrket. Denne troen har falt noe i årets to første måneder, og flere varsler om at rentene kan bli hevet snarere enn først antatt, og utfall av årets lønnsoppgjør og boligprisutviklingen, kan komme til å påvirke indikatoren i månedene som kommer. Sannsynligheten for sparing, og dermed økt formue, har falt fra januar til desember, noe som kan være en refleks av forventningene om høyere boliglånsrenter, sier Henrik Høidahl i Opinion.

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 — februar 2018