



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

Tilbakeslag for forbrukertilliten fra januar til februar

Lavere tillit til landets økonomi og arbeidsmarkedet

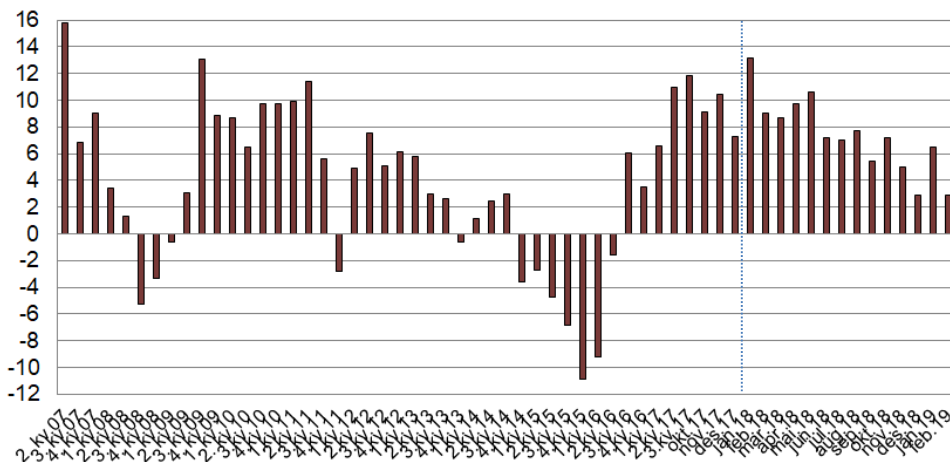
Forbrukertillitsindeksen (CCI) økte fra 2,9 poeng i desember til 6,5 poeng i januar. I februar faller CCI tilbake til 2,9 poeng, viser februarmålingen til Opinion. Bortsett fra i desember i fjor, så har ikke CCI vært lavere enn siden november 2016. Tillitsindeksen er nå 6,2 poeng lavere enn for ett år siden. Indeksen falt kvartal for kvartal i fjor.

- Målingen vitner om at det blant norske forbrukere er knyttet en del usikkerhet til utviklingen av norsk økonomi og arbeidsmarkedet de kommende 12 månedene. Forbrukertillitsindeksen har falt markant det siste året, og det er spesielt disse to indikatorene som har bidratt til det. Usikkerheten blant forbrukerne utover i 2018 kunne blant annet forklares med vedvarende uro i verdensøkonomien, usikkerhet knyttet til internasjonale handelsavtaler, samt utsikter til høyere renter og fallende oljepriser, sier seniorrådgiver Henrik Høidahl i Opinion.

- I februar er det 19 prosent som tror at situasjonen for norsk økonomi vil være litt eller mye bedre, ned tre prosentpoeng fra januar, mens 31 prosent tror den vil være litt eller mye dårligere, opp fem prosentpoeng fra forrige måned. Det er også noen flere som tror at arbeidsledigheten vil være høyere enn lavere om 12 måneder. Siden mars 2017 er det kun i desember i fjor og nå i februar at det er flere som tror på høyere enn lavere arbeidsledighet.

- Kjøpsindeksen, som sier noe om sannsynligheten for å kjøpe større forbruksgoder, bil og bolig, faller i likhet med CCI i februar. Denne indeksen hadde som CCI en fallende tendens gjennom 2018.

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



Forbrukertillit—CCI. Veide nettotal for perioden mai 2007 — februar 2019