



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen 26. juni 2020

Juni 2020



Om CCI = Consumer Confidence Index

Indeksen (CCI) er et anerkjent internasjonalt mål på forbrukernes tillit, og brukes i alle EU-land.

Beregningsmetode:

CCI er et gjennomsnitt av forbrukernes vurdering av 1) husholdningens økonomi nå og 2) om 12 måneder, forventninger til 3) landets økonomi om 12 måneder og 4) husholdningens kjøp av større forbrugsgoder om 12 måneder.

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, arbeidsmarkedet, 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

Utgever: Opinion AS

Vulkan 16, 0178 Oslo

Etter det dramatiske fallet i mars og april: Tilliten har økt markant Forbrukertilliten (CCI) er nå høyere enn før koronakrisen

Forbrukertillitsindeksen (CCI) falt dramatisk fra februar til mars og videre i april, til sitt laveste nivå i tidsserien fra 2007. Mai- og junimålingen har vist at tilliten har økt markant, viser junimålingen til Opinion.

- Vi registrerte et stemningskifte i mai i takt med den gradvise gjenåpningen av samfunnet og publisering av lavere smitte- og innleggelsestall. Tilliten øker markant også fra mai til juni, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion.

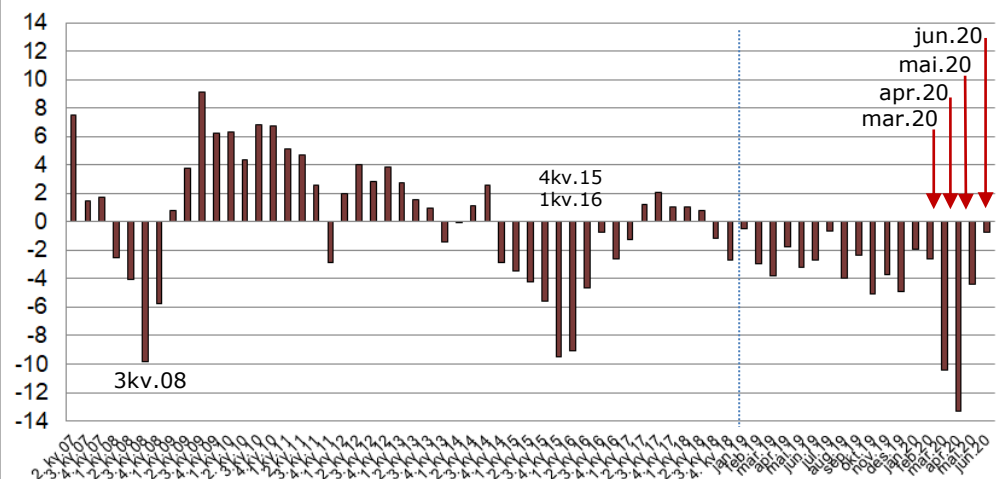
I juni er CCI på minus 0,8 poeng. Det er en økning på 3,6 poeng fra mai. Indeksen er nå 1,8 poeng høyere enn i februar, måneden før koronakrisen inntraff, og den er 1,9 poeng høyere enn på samme tid i fjor.

- Alle de fire indikatorene som utgjør CCI øker fra mai til juni, to av dem signifikant. De to indikatorene er troen på landets økonomi om 12 måneder, som har den klart sterkeste økningen, og troen på egen økonomi om 12 måneder. Begge disse indikatorene økte også signifikant fra april til mai, sier Henrik Høidahl.

- Det er store utslag de tre siste målingene. For eksempel er det i juni 45 prosent som tror at situasjonen for landets økonomi om 12 måneder vil være litt eller mye bedre, mot 41 prosent i mai og 33 i april. 32 prosent tror landets økonomi vil være litt eller mye dårligere, mot 42 prosent i mai og 57 prosent i april, opplyser Høidahl.

Den samlede kjøpsindeksen, som sier noe om sannsynligheten for kjøp av bil, større forbruksvarer, bolig og oppussing kommende 12 måneder øker også. For bare to måneder siden var kjøpsindeksen lavere enn den var både under finanskrisen og i den ganske lange perioden etter oljeprisfallet i juni 2014.

Siste 12 mnd	jul	aug	sep	okt	nov	des	jan	feb	mar	apr	mai	juni
CCI	-0,7	-4,0	-2,3	-5,1	-3,7	-4,9	-1,9	-2,6	-10,4	-13,3	-4,4	-0,8



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — juni 2020