

Positiv forbrukertillitsindeks (CCI) for første gang siden juli 2018

Troen på landets økonomi om 12 måneder kraftig styrket

For første gang i år passerer forbrukertillitsindeksen (CCI) nullstrekken til et positivt nivå. CCI er i desember på 0,5 poeng, viser årets siste tillitsmåling fra Opinion. Det er marginalt flere optimister enn pessimister i befolkningen nå.

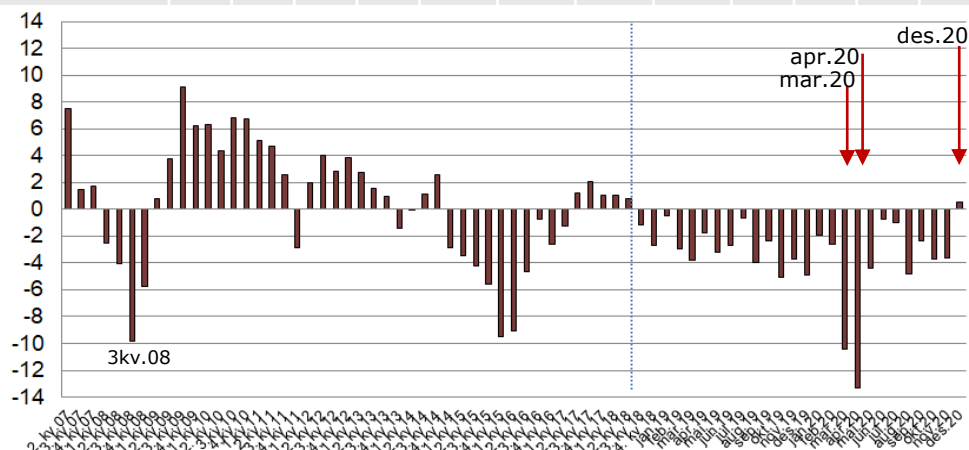
Etter et kraftig fall i mars til minus 10,4 poeng og videre ned til rekordlave minus 13,3 poeng i april, hadde CCI en tydelig stigning gjennom sommeren, før den utover høsten falt til et lavere nivå igjen. Dette sammenfalt med rapportene om økte koronasmittefall både i Norge og i resten av Europa. Indeksen er i desember markant høyere enn den var for ett år siden, og den er markant høyere enn gjennomsnittet av de tolv målingene i 2020.

- Den betydelige stigningen i forbrukertilliten nå i desember må ses i sammenheng med flere nyhetsmeldinger om en snarlig godkjenning av koronavaksinen i EU og Norge, og planlagt oppstart av vaksiner, og dermed troen på at samfunnet gradvis vil få kontroll på koronaviruset. Det vil i sin tur ha positive konsekvenser for økonomien, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion. Dette er det tydeligste positive stemningsskiftet i år.

- Det er spesielt én indikator som viser store endringer fra forrige måned, og som bidrar til den tydelige stigningen i forbrukertilliten i desember: Troen på landets økonomi om 12 måneder er vesentlig styrket. I 2020 var denne indikatoren også positiv i juni og juli, altså at flere tror på en bedre enn en dårligere økonomi for Norge, men vi må helt tilbake til januar 2018 for å finne en høyere verdi, altså et mer optimistisk utsyn, enn vi ser nå, sier Høidahl.

- For de tre andre indikatorene som utgjør CCI – egen økonomi nå sammenlignet med for ett år siden, troen på egen økonomi om 12 måneder og kjøp av større forbruksgoder om 12 måneder – er det mindre endringer fra november, men alle går i positiv retning i desember.

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



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — desember 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 forbruksgoder 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
 Utgiver: Opinion AS
 Vulkan 16, 0178 Oslo