



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen

26. februar 2021

Februar 2021

Relativt stabil forbrukertillitsindeks (CCI) siste tre måneder

Betydelig sterkere tro på landets økonomi om 12 måneder etter det markante tillitsfallet i januar

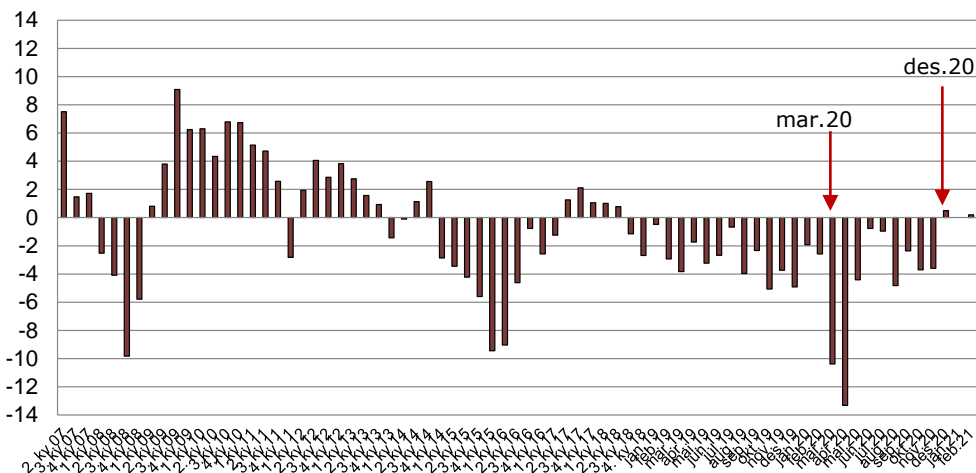
Forbrukertillitsindeksen (CCI) har holdt seg på omtrent samme nivå de tre siste månedene, viser februarmålingen til Opinion. I februar er indeksen på 0,2 poeng, mot 0 poeng i januar og 0,5 poeng i desember. Det var i desember at CCI passerte nullstrekken til et positivt nivå for første gang i 2020. Gjennomsnittet for perioden mars-desember i fjor var minus 4,4 poeng, med bunnoteringene i mars og april, henholdsvis minus 10,3 poeng og minus 13,4 poeng, da koronasituasjonen fortsatt var ny og ganske uoversiktlig.

- I februar er forbrukertilliten markant høyere enn den var for ett år siden, og gjennomsnittet av januar og februar i år ligger markant høyere enn gjennomsnittet av januar og februar i fjor. For ytterligere å sette CCI i februar i perspektiv, så ligger CCI nå betydelig høyere enn gjennomsnittet av de tolv målingene i 2020. Dette er den «sterkeste CCI-åpningen» på et år siden 2018, sier Henrik Høidahl, fagsjef for politikk og samfunn i Opinion.

- I tillegg til at indikatoren troen på landets økonomi om 12 måneder styrker seg fra januar til februar, øker indikatoren kjøp av større forbruksgoder om 12 måneder. Denne CCI-indikatoren er nå på sitt sterkeste siden juni 2019, og den er markant høyere enn de fleste målingene som ble gjennomført i 2020, sier Henrik Høidahl.

Selv om indikatoren egen økonomi nå, sammenlignet med for ett år siden, er lavere i februar enn målingene fra november til januar, øker den samlede kjøpsindeksen, som sier noe om sannsynligheten for kjøp av større forbruksvarer, bil, bolig og oppussing kommende 12 måneder, markant i februar. Denne indeksen er nå på sitt høyeste nivå siden sommeren 2019.

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



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — februar 2021

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