



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen

26. mars 2021

Mars 2021

Forbrukertilliten er på sitt høyeste nivå siden september 2017

Ett år etter den første nedstengningen av Norge: Markant økning i tilliten til egen og landets økonomi det kommende året

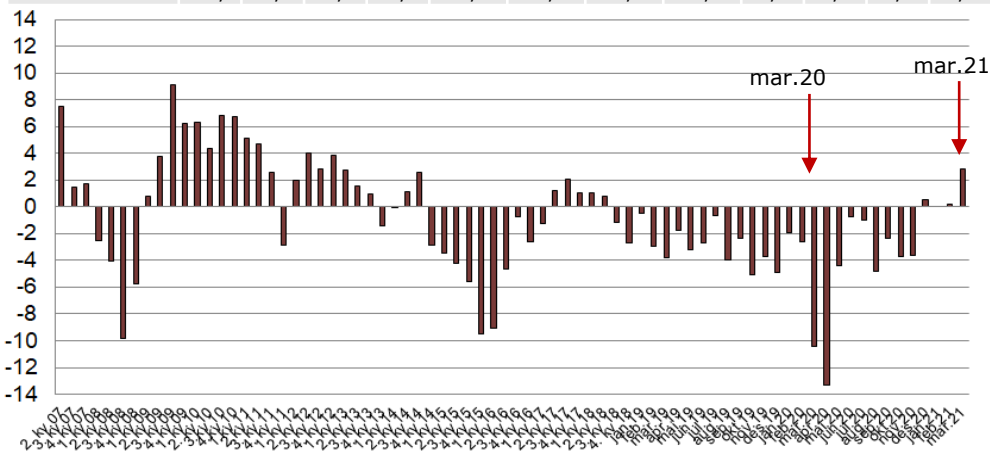
Forbrukertillitsindeksen (CCI) gjør et kraftig byks fremover i mars, viser målingen som Opinion har gjennomført i dagene ett år etter den første nedstengningen av Norge som følge av koronapandemien. CCI styrker seg med 2,6 poeng fra februar til mars, og den er nå på 2,8 poeng, det høyeste nivået siden september 2017. Tillitsindeksen har ikke vært negativ siden november i fjor, men det er i mars vi ser en markant økning i optimismen og troen på at egen og landets økonomi vil være bedre om 12 måneder, sammenlignet med i dag. Indikatoren for tilliten til landets økonomi om 12 måneder har ikke vært sterkere siden juni 2011.

- Det var fra februar til mars i fjor at forbrukertillitsindeksen falt som den aldri hadde gjort før, og fallet fortsatte i april. Verken den internasjonale finanskrisen i 2008, gjelds- og eurokrisen i EU i 2011 eller oljepriskrisen i 2014-2015 førte til et så plutselig, markant og dypt fall i forbrukertilliten i Norge, sier Henrik Høidahl, fagsjef for politikk og samfunn i Opinion.

- En forskjell mellom koronakrisen, som dessuten er så mye mer enn en økonomisk krise, og de andre større økonomiske krisene på 2000-tallet, er at reaksjonen på koronakrisen var umiddelbar og sjokkartet. Responsen på de andre krisene utviklet seg noe mer over tid, selv om vi også der, spesielt under finanskrisen, så noen store utslag fra måned til måned, sier Høidahl.

- Store befolkningsgrupper fikk relativt raskt tilbake tilliten til økonomien etter at koronakrisen var et faktum. Allerede i mai registrerte Opinion et stemningsskifte i takt med den gradvise gjenåpningen av samfunnet, publiseringen av lavere smitte- og innleggelsestall og fremleggelsen av omfattende økonomiske tiltakspakker. Siden det har det vært noen tilbakeslag i forbrukertilliten, men nå er det adskillig mer fremtidsstro å spore, sier Høidahl.

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



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — mars 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