



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen

30. april 2021

CCI markant frem for andre måned på rad

Forbrukerne er styrket i troen på egen og landets økonomi

På ett år er dyp uro og pessimisme snudd til snudd til optimisme og lysere fremtidsutsikter. Forbrukertillitsindeksen (CCI) for april er på 4,9 poeng, opp 2,1 poeng fra mars, viser den siste tillitsmålingen til Opinion. Den ligger hele 18,3 poeng høyere enn CCI for april 2020, en måned etter den første nedstengningen av Norge, og er nå nærmest på et rekordhøyt nivå.

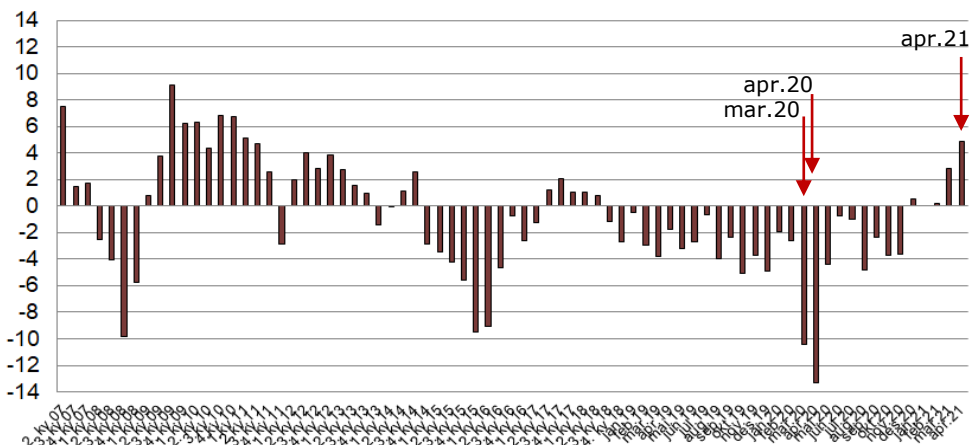
- Etter et år preget av usikkerhet og pessimisme, spesielt i mars og april i fjor, passerte indeksen nullstreken i desember til et positivt nivå for første gang i 2020. I januar og februar i år lå den rundt nullpunktet, før den i mars styrket seg markant. Den utviklingen fortsetter videre i april, sier Henrik Høidahl, fagsjef for politikk og samfunn i Opinion.

- En styrket forbrukertillit i april kan forklares ved at de to indikatorene landets økonomi og husholdningens økonomi om 12 måneder, sammenlignet med i dag, er vesentlig styrket. Også i mars økte disse indikatorene. Troen på landets økonomi har økt måned for måned i år, og er sterkere enn på lenge.

- Denne økte optimisme på vegne av Norges økonomiske situasjon henger sammen med at stadig flere er og blir vaksinert og at mange enten har sett eller begynner å se slutten på koronasituasjonen med strenge restriksjoner for handels- og næringslivsaktører. For første gang på over ti år er det flere som tror på bedre tider for landets økonomi enn for egen økonomi, sier Høidahl.

- Hånd i hånd med forbrukertillitsindeksen går ofte kjøpsindeksen, som sier noe om sannsynligheten for kjøp av større forbruksvarer, bil, bolig og oppussing kommende 12 måneder. Den samlede kjøpsindeksen er i april på sitt høyeste på fire år, og ikke siden juni 2019 er det flere som har sagt at de vil kjøpe flere større forbrugsgoder de kommende 12 månedene, sammenlignet med de 12 siste månedene, sier Henrik Høidahl.

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



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

Utgiver: Opinion AS

Vulkan 16, 0178 Oslo