



### 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](mailto:hh@opinion.no)

Utgiver: **Opinion AS**

Vulkan 16, 0178 Oslo

## CCI holder seg på et relativt høyt nivå i mai

### Optimismen har fått et fotfeste utover våren

Forbrukertillitsindeksen (CCI) gjorde et solid hopp fra februar til mars og videre fra mars til april. I mai går den kun beskjedent tilbake, fra 4,9 poeng i april til 4,4 poeng denne måneden, viser den ferske tillitsmålingen til Opinion.

- Optimismen som ble registrert utover vinteren og våren samsvarte godt med stadig flere vaksinerte og signaler om lysere utsikter for koronasituasjonen i 2021. Til tross for nye nasjonale og lokale smittevernrestriksjoner de siste månedene, synes forbrukerne å ha god og økende tro på norsk og egen økonomi ett år fram i tid, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion.

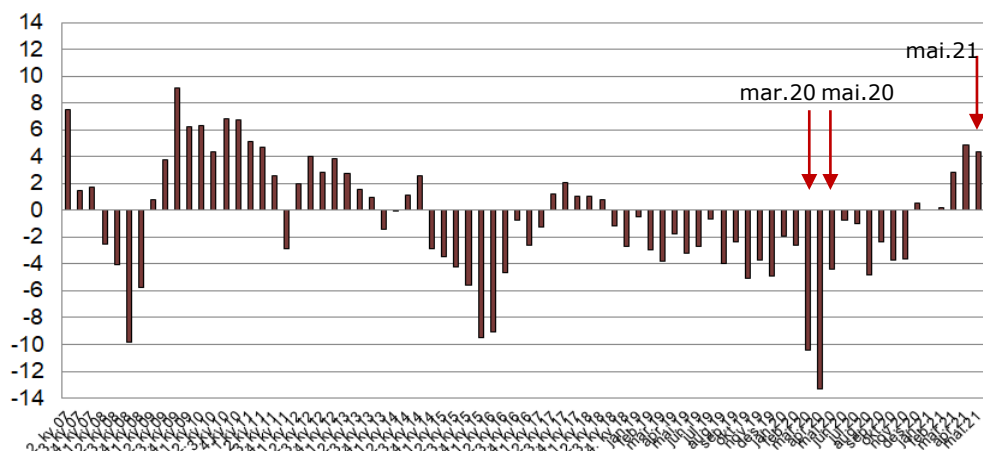
- Store deler av 2020 var preget av til dels sterk usikkerhet knyttet til landets og egen økonomi, spesielt den første tiden etter at Norge stengte ned i mars, da CCI falt dramatisk. Den kraftige nedturen for indeksten ble derimot nokså kortvarig. I januar og februar hadde CCI klatret til rundt nullpunktet, før den i mars og april styrket seg markant. Optimismen holder seg i mai, sier Høidahl.

Av de fire indikatorene som utgjør forbrukertillitsindeksen, er det indikatoren for innkjøp av større forbruksgoder de kommende 12 månedene, sammenlignet med de siste 12 månedene, som øker markant. Den er nå på sitt høyeste nivå på over seks år.

- Selv om indeksten for arbeidsledighet ikke er en del av hovedindikatoren (CCI), er det verdt å merke seg at den faller for femte måned på rad og er på et rekordlavt nivå. Det vil si at stadig flere tror at arbeidsledigheten i landet vil være lavere om ett år. Det illustrerer den rådende optimismen, sier Høidahl.

- Den samlede kjøpsindeksen, som sier noe om sannsynligheten for kjøp av større forbruksvarer, bil, bolig og oppussing kommende 12 måneder, går noe ned fra april til mai, men den ligger høyere enn gjennomsnittet av målingene de siste fem månedene, og høyere enn hver av de 12 enkeltmålingene i 2020.

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



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