



### Om CCI = Consumer Confidence Index

Indeksen (CCI) er et anerkjent internasjonalt mål på forbrukernes tillit, og brukes i alle EU-land. Forbrukertilliten er et gjennomsnitt av forbrukernes forventninger til a) egen økonomi og b) landets økonomi de kommende 12 måneder, samt forventninger til c) egen sparing og d) arbeidsledigheten. Jo høyere CCI, jo mer villige vil forbrukerne være til å bruke penger på større innkjøp og investeringer som bil, bolig og fritidsbolig.

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, 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

## Vedvarende lav forbrukertillit

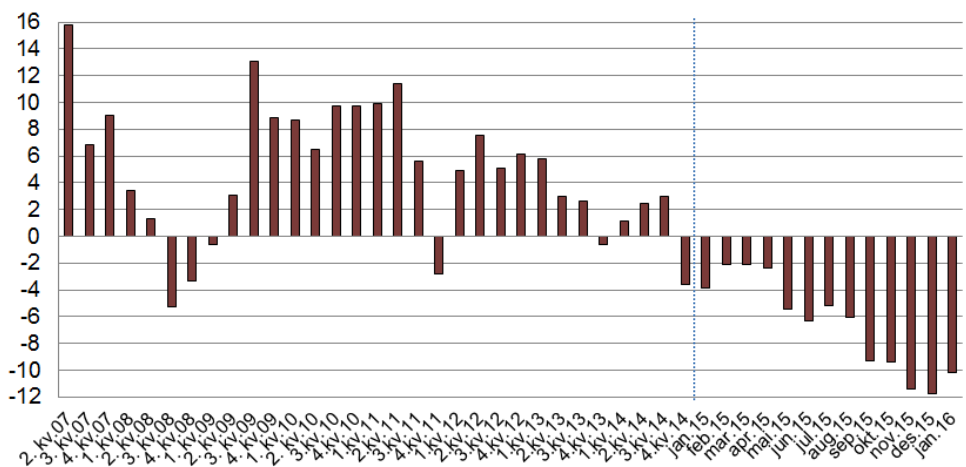
### CCI fortsatt lav etter markant fall gjennom 2015

Forbrukertillitsindeksen (CCI) er på minus 10,1 poeng i januar, opp 1,6 poeng fra desember, som da var på sitt laveste nivå siden denne tidsseriemålingen ble startet i 2007. Indeksen har vært negativ i 16 måneder på rad og ligger 3,8 poeng under gjennomsnittet av 12 undersøkelser i 2015, viser den ferske tillitsmålingen til Opinion.

- Siden forbrukertillitsindeksen gikk fra positiv til negativ i oktober 2014, etter flere år med en overvekt av optimister, har tillitsfallet vært betydelig. Ikke siden Opinion begynte sine månedlige målinger i 2007 har tillitsindeksen vært på et lavere nivå enn den har vært de siste månedene. Selv ikke under finanskrisen i 2008 var det en så lang, sammenhengende periode med svake forventninger til landets økonomi, arbeidsmarkedet, samt egen økonomiske situasjon, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion.

- I den toårsperioden vi har lagt bak oss, er det spesielt ett forhold som er verdt å merke seg. Tillitsfallet knyttet til Norges økonomi om 12 måneder har vært tydeligere enn fallet knyttet til forventningene til egen økonomi. Etter flere år med solid lønnsvekst, lave renter og privat sparing, synes forbrukerne å være tryggere på utsiktene for egen økonomi enn for landets økonomi, men også tilliten til egen økonomi har de siste månedene fått seg en knekk, sier Henrik Høidahl.

- Det er en stadig synkende oljepris, mer krevende tider for deler av norsk industri, økende arbeidsledighet – spesielt i oljeindustrien på Vestlandet – og vedvarende uro i internasjonal økonomi som gir grunnlag for usikkerhet hos forbrukerne, noe som har ført til at de sparer mer, delvis for å stå bedre rustet til å tåle trangere økonomiske tider, delvis for å redusere gjeld nå som boliglånsrenten er historisk lav, sier Henrik Høidahl i Opinion.



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 – januar 2016