



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™ kjører 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
 Utgiver: Opinion AS
 Vulkan 16, 0178 Oslo

Oppsving i forbrukertilliten i årets siste måned

Siden juni har det vært flere optimister enn pessimister

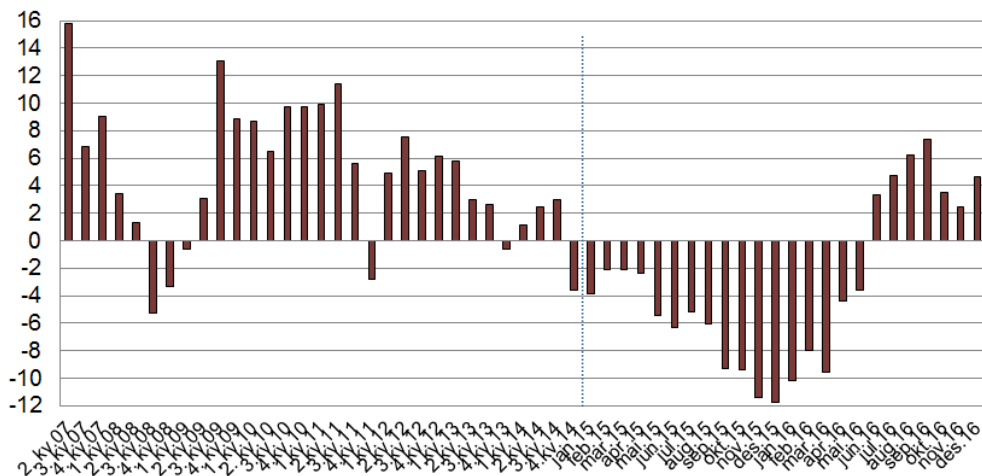
For ett år siden var forbrukertillitsindeksen (CCI) på *minus* 11,7 poeng, og den holdt seg på minussiden til og med mai. Da hadde det i 20 måneder vært flere pessimister enn optimister. I desember er CCI på 4,7 poeng, opp 2,2 poeng fra november, viser desembermålingen til Opinion. For syvende måned på rad er indeksen positiv, hvilket betyr at det er registrert flere optimister enn pessimister.

- Tilliten til *landets* økonomi er den delindikatoren som i størst grad påvirker den samlede forbrukertilliten i desember. Det er kun i august og september i år at tilliten har vært høyere. Og det er kun i juni og juli at tilliten til *egen* økonomi har vært høyere. Det er riktignok noen flere som mener at landets økonomi vil være dårligere enn bedre om 12 måneder, men sammenlignet med de siste månedene av 2015 og de første i 2016, er det langt flere som har tro på at økonomien vil være bedre, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion.

- Oljepris, utsikter for olje- og gassnæringen og arbeidsledighet er sentrale faktorer som påvirker forbrukernes tillit til landets økonomi. Pilene har pekt riktig vei denne høsten. Arbeidsledighetsindeksen er den av de fire CCI-indikatorene som har endret seg mest gjennom 2016, i positiv retning, i takt rapporter om lavere arbeidsledighetstall, sier Henrik Høidahl.

- Sterkere tro på landets og egen økonomi og arbeidsmarkedet synes også å påvirke sannsynlighet for sparing. Spareindeksen er lavere sammenlignet med fjoråret, da også tilliten samlet sett var betydelig lavere, noe som ga motivasjon til å sikre en buffer i dårligere tider, sier Henrik Høidahl i Opinion.

CCI er et gjennomsnitt av forbrukernes forventninger til egen og landets økonomi, arbeidsledigheten og deres muligheter til å spare de kommende 12 månedene.



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — desember 2016