



Om CCI = Consumer Confidence Index

Indeksen (CCI) er et anerkjent internasjonalt mål på forbrukernes tillit, og brukes i alle EU-land.

Beregningsmetode fra januar 2019:

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, 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

Etter to måneder med fall: Forbrukertilliten øker i april Troen på landets økonomi på sitt sterkeste siden juli 2018

Forbrukertillitsindeksen (CCI) falt i februar og mars, men øker markant i april, til minus 1,7 poeng, viser den siste tillitsmålingen til Opinion. CCI er nå 3,1 poeng lavere enn for ett år siden, og den er 1,2 poeng under gjennomsnittet av de tolv målingene i 2018. Forbrukertillitsindeksen var markant lavere i andre enn i første halvår i fjor.

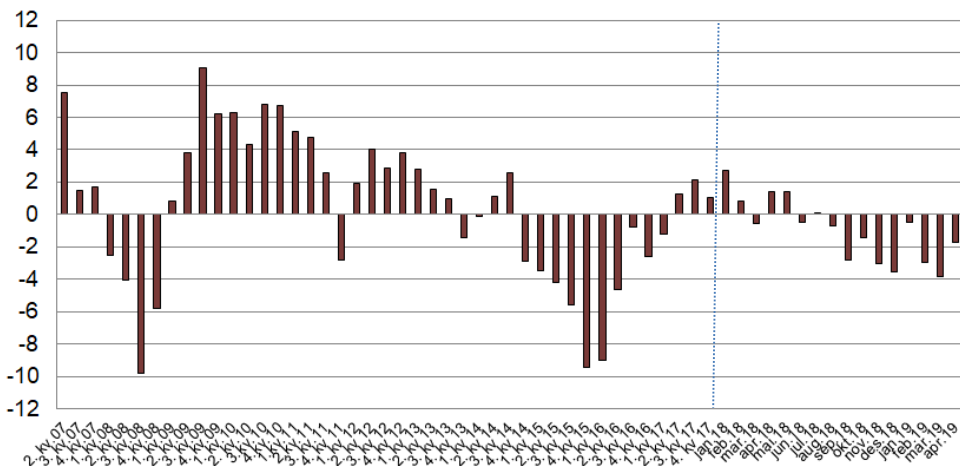
- Tre av fire indikatorer har en positiv utvikling, og det er særlig tilliten til landets økonomi om 12 måneder som bidrar til å trekke den samlede forbrukertilliten opp i april, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion. Kjøpsindeksen, som sier noe om sannsynligheten for å kjøpe større forbruksgoder, bil og bolig, samt oppussingsplaner, øker i likhet med CCI i april.

Ny beregningsmetode: CCI er et gjennomsnitt av forbrukernes vurdering av husholdningens økonomi nå og om 12 måneder, forventninger til landets økonomi om 12 måneder og husholdningens kjøp av større forbruksgoder om 12 måneder.

MERK om ny beregningsmetode:

EU-kommisjonen har publisert CCI for medlemsland (og senere kandidatland) siden 1970-tallet. Nåværende beregningsmetode ble etablert i 2001, og det er denne metoden Opinion har støttet seg på for å utarbeide CCI for Norge – sammenlignbar med land i EU/eurosonen. Fra og med januar 2019 har EU-kommisjonen, etter en evaluering av fem mulige alternativ, kommet fram til en ny beregningsmetode for CCI («Micro-and-Expectations-Mix»). Til grunn for ny CCI ligger de fire indikatorene landets økonomi om 12 måneder, egen økonomi nå, egen økonomi om 12 måneder og kjøp av større forbruksgoder om 12 måneder. EU-kommisjonen har oppdatert historiske CCI-data i henhold til ny beregningsmetode. Fra og med april har Opinion gått helt over til å bruke ny CCI-metode. Historiske CCI-tall er oppdatert i henhold til ny metode.

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



Forbrukertillit—CCI. Veide nettotal for perioden mai 2007 — april 2019