



Lettelser i restriksjonene sender forbrukertilliten oppover i mai

CCI har aldri økt så mye fra en måned til en annen

De siste ukene har det vært stemningsskifter i befolkningen i takt med lettelser i restriksjonene som ble innført for å hindre spredningen av koronaviruset. Forbrukertillitsindeksen (CCI) øker markant fra april til mai, fra minus 13,3 poeng til minus 4,4 poeng, viser den siste tillitsmålingen fra Opinion. Dette er den sterkeste økningen i forbrukertilliten fra en måned til annen som er målt i tidsserien fra 2007.

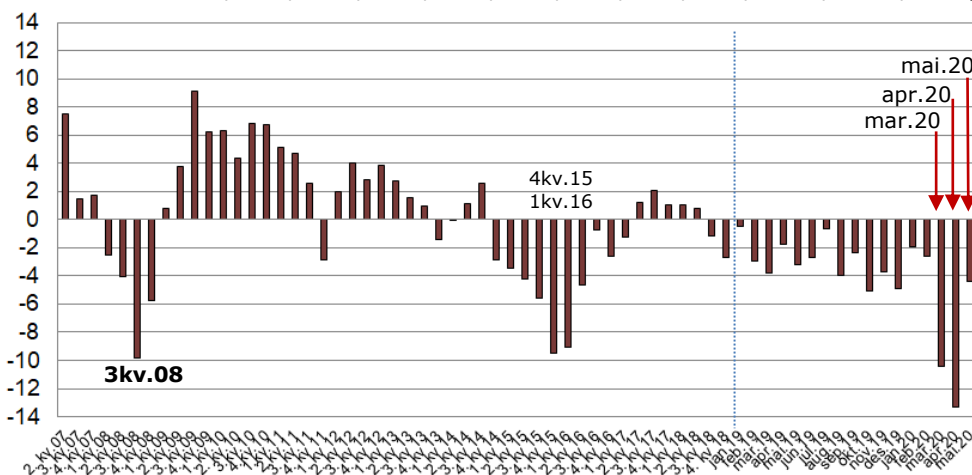
CCI falt dramatisk fra februar til mars, til sitt nest laveste nivå i tidsserien. Indeksen hadde aldri falt så mye på en måned som den gjorde da. I april falt CCI ytterligere, fra minus 10,4 poeng i mars til minus 13,3 poeng, og var med det på sitt laveste nivå i tidsserien. Målingen i mai byr på lyspunkter.

- Alle de fire indikatorene som utgjør CCI øker signifikant fra april til mai, og aller sterkest er økningen for tilliten til landets økonomi om 12 måneder, etterfulgt av sannsynligheten for å kjøpe større forbruksvarer om 12 måneder, sier Henrik Høidahl, seniorrådgiver i Opinion.

- Tilliten til egen økonomi om 12 måneder går fra negativ til positiv i mai, det vil si at det nå er flere som tror at egen økonomi vil være bedre enn dårligere om 12 måneder. 25 prosent i det landsrepresentative utvalget oppgir at de tror at husholdningens økonomiske situasjon vil være litt eller mye bedre om 12 måneder, sammenlignet med i dag, mot 16 prosent i april, mens 19 prosent tror den vil være litt eller mye dårligere, mot 25 prosent i april.

- Den positive endringen for CCI-indikatorene bidrar også til at den samlede kjøpsindeksen, som sier noe om sannsynligheten for kjøp av bil, bolig, større forbruksvarer og oppussing kommende 12 måneder øker markant i mai. I april var kjøpsindeksen lavere enn den var både under finanskrisen og i den ganske lange perioden etter oljeprisfallet i juni 2014, sier Henrik Høidahl.

Siste 12 mnd	jun	jul	aug	sep	okt	nov	des	jan	feb	mar	apr	mai
CCI	-2,7	-0,7	-4,0	-2,3	-5,1	-3,7	-4,9	-1,9	-2,6	-10,4	-13,3	-4,4



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — mai 2020

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 forbruksvarer 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

Utgever: Opinion AS

Vulkan 16, 0178 Oslo