



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen

25. juni 2021

Flere optimister enn pessimister for fjerde måned på rad

Fortsatt optimisme, men en nedgang i troen på landets økonomi bidrar at forbrukertilliten faller noe i juni

Etter den solide økningen i framtidstro knyttet til landets og egen økonomi i april måned, der forbrukertillitsindeksen (CCI) gikk kraftig opp, har CCI hatt en svak tilbakegang i mai og juni, viser den siste målingen til analyseselskapet Opinion. Nå er CCI på 4,2 poeng, ned 0,2 poeng fra mai og ned 0,7 fra april.

- Etter at koronapandemien preget forbrukertilliten gjennom store deler av 2020, med det dramatiske fallet i fjor vår, har CCI styrket seg utover i 2021, og spesielt i andre kvartal, der vi har sett de høyeste verdiene på mange år, sier Henrik Høidahl, fagsjef for politikk og samfunn i Opinion.

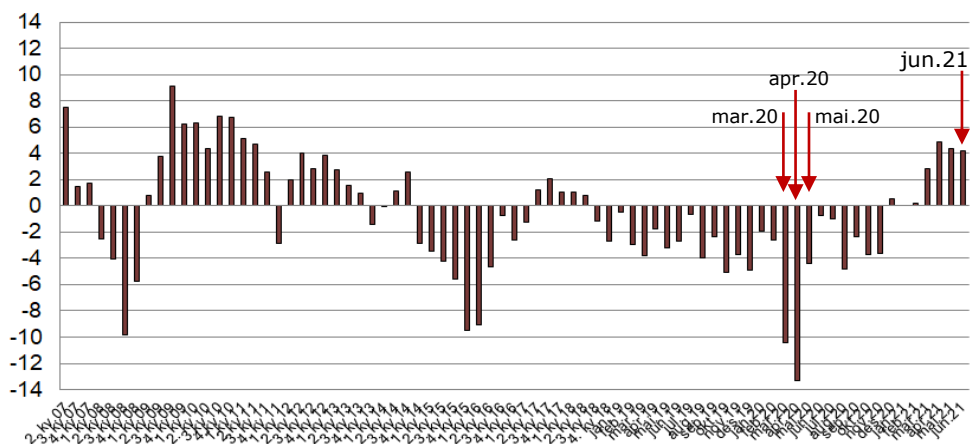
- Ser vi på indeksen over et litt lengre tidsrom, var gjennomsnittet for CCI i første halvår i fjor på minus 5,6 poeng, i andre halvår økte det til minus 2,5 poeng, mens gjennomsnittet etter første halvår i år ligger på pluss 2,7 poeng.

- Indeksen er i juni 4,9 poeng høyere enn på samme tid i fjor, og den ligger 8,2 poeng over gjennomsnittet av de tolv målingene i 2020. Det sier noe om den markerte oppgangen forbrukertilliten har hatt de siste månedene og de høyere forventningene som er knyttet til landets økonomi, egen økonomi og kjøpsplaner de kommende 12 månedene, sier Henrik Høidahl i Opinion.

- Tilliten til landets økonomi om 12 måneder går riktignok tilbake i juni, men så har denne indikatoren ligget på et historisk høyt nivå de to siste månedene, og den ligger fortsatt på et høyt nivå. Indikatoren egen økonomi nå, sammenlignet med for ett år siden, øker på sin side, og er på sitt høyeste nivå siden februar i fjor, måneden før Norge «stengte ned».

Den samlede kjøpsindeksen, som sier noe om sannsynligheten for kjøp av større forbruksvarer, bil, bolig og oppussing kommende 12 måneder, øker og har de tre siste månedene ligget vesentlig høyere enn de to foregående årene.

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



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 forbrugsgoder 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

Utgiver: Opinion AS

Vulkan 16, 0178 Oslo