



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen

26. november 2021

Markant fall i forbrukertilliten fra oktober til november

Forbrukertillitsindeksen (CCI) er på sitt laveste på ett år

Etter en periode med en historisk høy forbrukertillitsindeks (CCI), registrerer Opinion et markant fall fra oktober til november. CCI er på minus 0,5 poeng, som er på nivå med målingene ved inngangen til 2021. Det innebærer at det denne måneden er omtrent like mange pessimister som optimister, mens det siden vårparten i år har vært en overvekt av optimister i befolkningen.

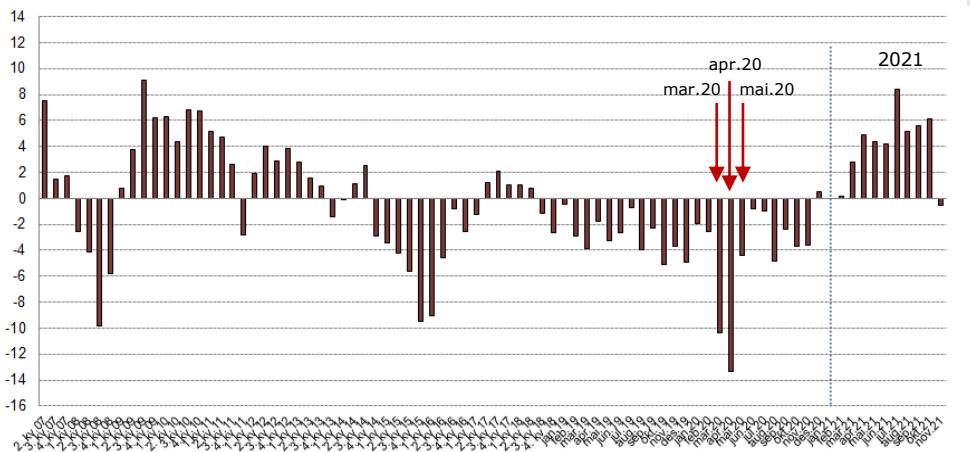
- Alle de fire indikatorene som ligger til grunn for hovedindeksen CCI går markant tilbake i november, og sterkeste er tilbakegangen for indikatoren knyttet til landets økonomi om 12 måneder. Nordmenns vurdering av egen økonomi nå, sammenlignet med for ett år siden og troen på egen økonomi om 12 måneder, sammenlignet med i dag, får seg også en tydelig knekk i denne målingen, sier Henrik Høidahl, fagsjef for politikk og samfunn i Opinion.

- Så skal det legges til at gjennomsnittet for de 12 foregående månedene er minus 4,0 poeng, at CCI i november er 3,1 poeng høyere enn for ett år siden, og at den ligger 3,5 poeng over gjennomsnittet av de 12 målingene i 2020.

- Det har vært noen kraftige utslag i CCI siden koronapandemien ble erklært i mars 2020 og Norge også ble stilt overfor en økonomisk unntakstilstand. Vi opplevde at forbrukertilliten falt til et historisk bunnivå i april 2020, og for så å stige til en historisk høy toppnotering i juli i år, sier Henrik Høidahl.

- De siste månedene har vi vent oss til høye indeksverdier og registrert en økende optimisme på vegne av egen og norsk økonomi i takt med lettelser i smitteverntiltakene og en gradvis gjenåpning av samfunnet. Samtidig har økende smitte- og innleggelsestallene nasjonalt og internasjonalt den senere tiden vist at nye inngripende tiltak og restriksjoner fortsatt kan forstyrre denne trenden og sette både egen og norsk økonomi på prøve igjen. Vi synes CCI fallet i november er oppsiktsvekkende, men leser det som en reaksjon på den utviklingen vi har fanget opp de siste ukene, kommenterer Høidahl.

Siste 12 mnd	des	jan	feb	mar	apr	mai	jun	jul	aug	sep	okt	nov
CCI	0.5	0.0	0.2	2.8	4.9	4.4	4.2	8.4	5.1	5.6	6.1	-0.5



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — november 2021



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 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, 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