



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen

28. januar 2022

Forbrukertilliten markant opp, men er fortsatt lav historisk sett Troen på egen og landets økonomi er vesentlig styrket

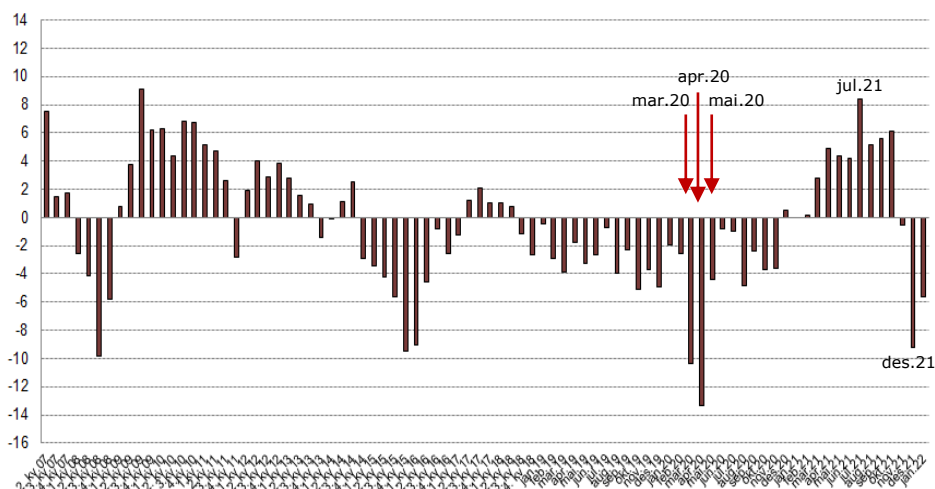
I årets første måned stiger forbrukertillitsindeksen (CCI) til minus 5,6 poeng, fra minus 9,2 i desember, viser januar-målingen til Opinion. Det er en statistisk signifikant økning fra forrige måling. Vi må imidlertid tilbake til mars og april 2020 for å finne et lavere CCI-nivå enn det vi så i desember, og ser nå i januar. CCI falt i desember til sitt laveste nivå siden april 2020, måneden etter at Norge stengte ned som følge av koronapandemien.

- Etter stigende smitte- og innleggelsestall i november og desember, med påfølgende inngripende tiltak, og også høye strømpriser og signaler om økte boliglånsrenter utover i 2022, var reaksjonen fra forbrukerne tydelig. I januar synes noe av troen på egen og norsk økonomi å ha kommet tilbake, men fortsatt er det flere pessimister enn optimister, og det er et stykke igjen til de de positive tallene som ble registrert gjennom sommermånedene og inn i høsten i fjor, sier Henrik Høidahl, fagsjef for politikk og samfunn i Opinion.

- På spørsmålet om hvordan forbrukerne synes den økonomiske situasjon for Norge er i dag, sammenlignet med for 12 måneder siden, er det langt flere som svarer at den er dårligere nå i januar enn i desember. Vi må tilbake til perioden mars 2020 til mai 2021 for å finne en lavere skår. Det er denne indikatoren som bidrar til at CCI ikke er høyere i januar, en måned der forbrukerne har blitt servert mer oppløftende nyheter om alvorlighetsgraden til omikronvarianten og lettelser i restriksjonene, sier Henrik Høidahl i Opinion.

- Den samlede kjøpsindeksen, som sier noe om sannsynligheten for kjøp av større forbruksvarer, bil, bolig og oppussing kommende 12 måneder, falt i likhet med CCI markant i desember. I januar øker indeksen moderat, og er nå på samme nivå som den var for ett år siden.

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



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — januar 2022



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