



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen 25. februar 2022

Svak nedjustering av forbrukertillitsindeksen (CCI) i februar

Troen på egen økonomi er svekket siden januar

Februarmålingen til Opinion viser at forbrukertillitsindeksen (CCI) er på minus 6,5 poeng. Det er en svak nedgang på 0,9 poeng fra januar. Tillitsindeksen falt til sitt laveste siden koronakrisens start i desember i fjor, da som en kraftig reaksjon på konsekvensene av omikronvarianten av koronaviruset.

- For fjerde måned på rad er CCI negativ. Det vil si at det er flere som er pessimistiske enn optimistiske på vegne av egen og landets økonomi. Vi må tilbake til 2020 for å finne en lengre periode med en negativ indeks. I 2020, året for det verdensomspennende utbruddet av koronaviruset, var indeksen negativ i 11 av 12 måneder. Deretter var den positiv fram til oktober i fjor, sier Henrik Høidahl, fagsjef for politikk og samfunn i Opinion.

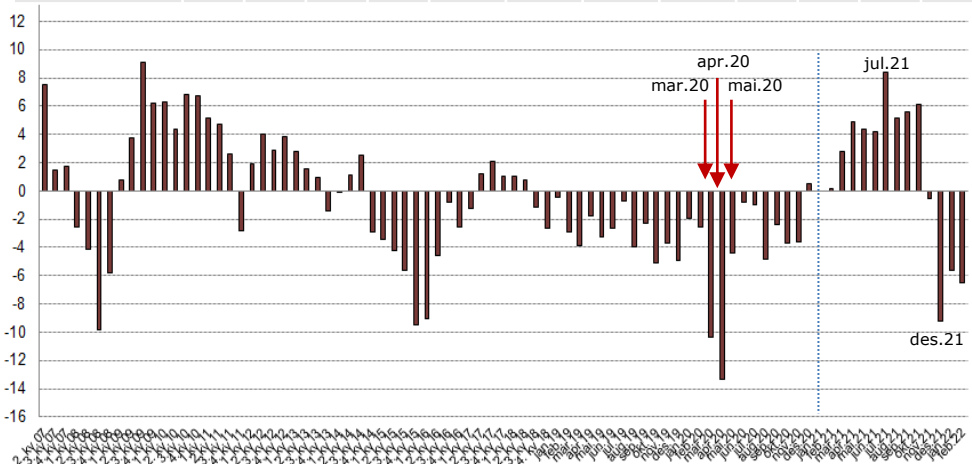
- Et markant fall i indikatoren egen økonomi om 12 måneder, sammenlignet med i dag, bidrar til nedjusteringen av CCI i februar. Utsikter til vedvarende høye strømpriser, men også inflasjon og varsler om høyere boliglansrenter for mange, bidrar nok langt på vei til å forklare nedgangen, sier Henrik Høidahl.

- Samtidig er vurderingen av husholdningens økonomi i dag, sammenlignet med for 12 måneder siden, på et nesten rekordlavt nivå. Igjen er det trolig høye strømpriser og høyere inflasjon som er hovedforklaringen til fallet.

- Troen på landets økonomi om 12 måneder får et lite oppsving i februar og har trolig sammenheng med at koronarestriksjonene er fjernet, og dermed forventninger til at en normalisert hverdag vil sette fart på økonomien igjen.

- Den fjerde og siste indikatoren som utgjør forbrukertillitsindeksen, sannsynligheten for kjøp av større forbruksgoder de kommende 12 månedene, øker svakt i februar, men ligger markant lavere enn for ett år siden og er også vesentlig lavere enn gjennomsnittet av de 12 målingene i 2021.

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



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