



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen 25. november 2022

Forbrukertilliten øker for første gang siden april

CCI er fortsatt historisk lav til tross for oppgang i november

For første gang siden april øker forbrukertillitsindeksen (CCI), men den er negativ for trettende måned på rad. CCI er på minus 27,7 poeng i november, viser den siste målingen fra Opinion. Det er en oppgang på 4,3 poeng fra oktober, som betyr at endringen er statistisk sikker.

De fire siste månedene, fra august til november, har gjennomsnittet av CCI vært minus 29,0 poeng. De foregående fire månedene, fra april til juli, var gjennomsnittet 19,4 poeng. Det forteller noe om den økende usikkerheten som mange har følt på utover sommeren og høsten.

- Det har vært langt mellom lyspunktene når det gjelder forbrukertillit så langt i år, og den lenge nedadgående kurven har vært brutt kun to ganger i år, i april og nå i november. Det må påpekes at forbrukertillitsindeksen fortsatt er historisk lav, sier Henrik Høidahl, fagsjef for politikk og samfunn i Opinion.

- Det er for tidlig å si om bunnen ble nådd i oktober, men at vi i november måler vesentlig større tro på både husholdningens og landets økonomi om 12 måneder, sammenlignet med i dag, kan være et tegn på at norske forbrukere ser et lite lys i enden av det mange opplever som en lang, mørk tunell. Vi er imidlertid inne i usikre og urolige tider, sier Henrik Høidahl i Opinion.

- En indikator på forbrukertillit som ikke går i positiv retning, er synet på husholdningens økonomi i dag, sammenlignet med for ett år siden. Den faller ytterligere i november, og med det til et nytt historisk bunnpunkt. Stor prisvekst og flere renteøkninger gjennom året har satt sine tydelige spor, noe som har påvirket forbrukernes sannsynlighet for kjøp av større forbrugsgoder, bil og bolig, sier Høidahl. Kjøpsindeksen, som sier noe om kjøpsplaner og – sannsynlighet, har vært rekordlav denne høsten. Den øker riktignok noe i november, i likhet med CCI, men nivået er vesentlig lavere nå enn det var før sommeren, og særlig i månedene før det igjen.



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 web-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

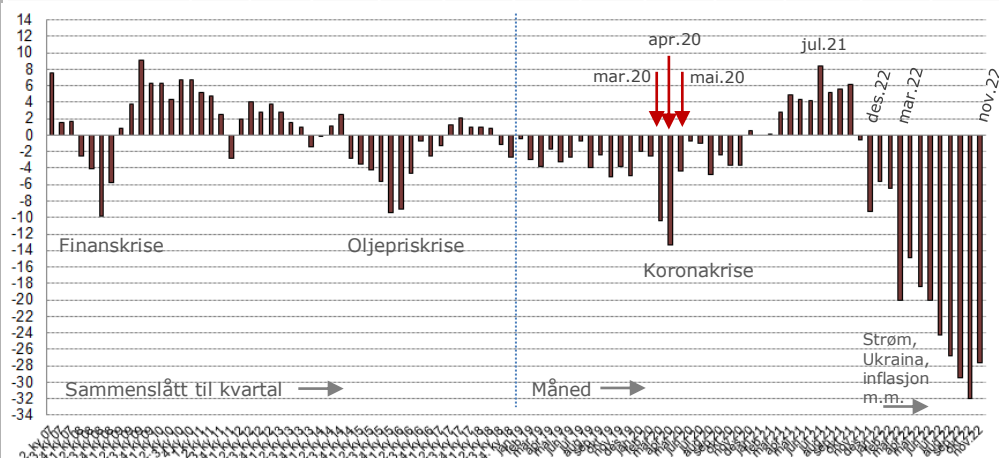
Mobil: 992 61 015

E-post: hh@opinion.no

Utgever: Opinion AS

Vulkan 16, 0178 Oslo

Siste 12 mnd	des	jan	feb	mar	apr	mai	jun	jul	aug	sep	okt	nov
CCI	-9,2	-5,6	-6,5	-20,0	-14,9	-18,4	-20,1	-24,2	-26,8	-29,4	-32,0	-27,7



Forbrukertillit—CCI. Veide nettotal for perioden mai 2007 – november 2022