



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen 24. februar 2023

Lav forbrukertillit, men svak stigende trend siden i høst Positive utslag på de fire indikatorene som utgjør CCI

Utover fjoråret falt forbrukertilliten til rekordlave nivåer, og bunnpunktet ble nådd i oktober. Siden da har tilliten blitt noe styrket. I februar er forbrukertillitsindeksen (CCI) på minus 26,5 poeng, opp 1,2 poeng fra januar, viser februar-målingen til Opinion. CCI er markant høyere enn i oktober, men den er historisk sett fortsatt lav. Den har vært negativ siden november 2021.

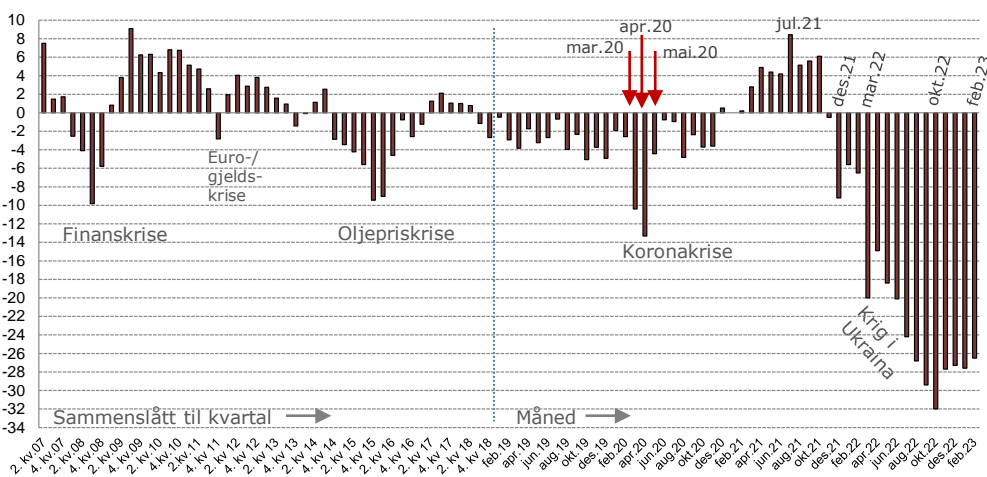
Siste 12 mnd	mar	apr	mai	jun	jul	aug	sep	okt	nov	des	jan	feb
CCI	-20,0	-14,9	-18,4	-20,1	-24,2	-26,8	-29,4	-32,0	-27,7	-27,3	-27,6	-26,5

- Det at forbrukertillitsindeksen (CCI) har vært rekordlav siden Russlands invasjon av Ukraina for ett år siden, er et klart uttrykk for alvorlighetsgraden i de utfordringene som har rammet mange. Vi står i en ny økonomisk virkelighet, sier Henrik Høidahl, fagsjef for politikk og samfunn i Opinion.

- Vi registrerer riktignok positive utslag fra januar til februar på alle de fire indikatorene som utgjør CCI. I likhet med forrige måling, er det indikatoren troen på landets økonomi i dag, sammenlignet med for 12 måneder siden, som har størst positiv endring. Ingen av de andre CCI-indikatorene har hatt en like sterk økning de siste månedene. Men det er fortsatt langt flere som tror at landets økonomiske situasjon vil være dårligere enn bedre om ett år, påpeker Henrik Høidahl.

- I februar er det 46 prosent som tror at den økonomiske situasjonen for Norge vil være litt eller mye dårligere om 12 måneder, mot 50 prosent i januar. I oktober i fjor var andelen hele 66 prosent. Det er 19 prosent som tror at situasjonen vil være bedre, mot 20 prosent i januar.

- Troen på egen økonomi er noe høyere i februar enn i januar. Prisvekst og høyere kostnader på boliglån og strøm påvirker i høyeste grad indikatoren husholdningens økonomi nå sammenlignet med for ett år siden. Det er også langt flere som tror at husholdningens økonomi om ett år, sammenlignet med i dag, vil være dårligere enn bedre, sier fagsjefen i Opinion.



Om CCI = Consumer Confidence Index

Indeksen (CCI) er et anerkjent internasjonalt mål på forbrukernes tillit. Det 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 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

Utgiver: Opinion AS

Vulkan 16, 0178 Oslo