

Avis d'expert

Par Harilaos Loukos, Président et Directeur Scientifique de CLIMPACT

*Paris, le 14 septembre 2011*

## **Nécessité d'inclure la météo et le climat dans la veille économique**

Selon le Département américain du commerce, les conditions météorologiques ont une influence sur le PIB mondial à hauteur de 70 %, soit approximativement 61 000 milliards USD. Cet impact considérable s'explique de deux façons : la puissance destructrice des phénomènes climatiques extrêmes et les effets déterminants de la variabilité météorologique et climatique.

L'impact économique des catastrophes naturelles paraît évident. Qu'il s'agisse d'un événement neigeux qui bloque les aéroports ou de l'ouragan Irène qui vient de frapper la côte Est des Etats-Unis, les dommages se comptent en millions d'euros, voire en milliards.

Moins spectaculaires, les fluctuations météorologiques non destructrices jouent, elles aussi, un rôle significatif, au travers de leur influence directe sur le comportement des consommateurs. Pourtant, de nombreuses entreprises en sous-estiment les conséquences alors que la mise en œuvre, de manière proactive, de nouvelles solutions de veille économique et de business intelligence climatique offrent aux organisations un levier supplémentaire de croissance.

### **Climat et météo, quels impacts ?**

Le temps, ou la météo, est une donnée locale, que nous ressentons concrètement à un moment donné. La pluie ou les températures ont un impact immédiat sur le comportement d'achat des consommateurs et déterminent ce qu'ils achètent, quand et où ils l'achètent et le prix payé pour un produit ou un service. Selon les secteurs, les fluctuations météorologiques expliquent jusqu'à 40 % de l'activité annuelle d'une entreprise et 100 % de son activité hebdomadaire. Les entreprises doivent par conséquent faire face à un degré de volatilité de la demande très élevé, où les conditions météorologiques constituent l'un des facteurs les plus importants, aussi significatif que la hausse des prix ou l'évolution du pouvoir d'achat.

Le climat quant à lui désigne l'ensemble des conditions atmosphériques moyennes, couvrant des périodes plus longues. De nombreux secteurs économiques sont fortement tributaires des conditions climatiques, celui du bâtiment par exemple. Des mesures nationales ont été prises pour s'adapter au changement climatique, au niveau notamment des économies d'eau, de l'aménagement du territoire, de l'énergie et de l'urbanisme. Tous les établissements, publics ou privés, vont devoir intégrer les risques climatiques dans l'évolution des bâtiments de demain.

Tandis que les risques associés aux événements extrêmes sont généralement pris en compte par les assurances, les effets de la variabilité météorologique et climatique ne sont, le plus souvent, pas suffisamment pris en considération dans les entreprises, bien que ceux-ci puissent avoir une incidence directe sur leurs résultats.

### **La veille économique climatique, un axe de développement stratégique**

Dans une économie de la demande, tous les départements d'une entreprise doivent faire face à une pression accrue pour améliorer leurs performances. Un planificateur de la demande, par exemple, doit non seulement pouvoir quantifier l'augmentation de la consommation si la température augmente de 1°C, mais il doit également intégrer la dimension locale et la perception du temps qu'il fait sur place. Un autre exemple nous est fourni par le marketing qui dépasse le cadre d'une communication efficace pour faire partie intégrante de la stratégie de l'entreprise ; son challenge : mieux comprendre le comportement des consommateurs en prenant en compte le plus grand nombre d'influences possible, dont le profil de météo-sensibilité. L'expérience montre que dans de nombreux cas, les fluctuations météorologiques influencent la demande dans les mêmes proportions que les opérations de promotion.

Plus globalement, le climat s'invite dans le management des entreprises et le monde de la finance. A l'heure où les états s'engagent à une réduction des gaz à effet de serre, les entreprises doivent inscrire les impacts climatiques dans leur stratégie de gouvernance et adopter des mesures d'adaptation concrètes aux changements climatiques pour préparer le futur.

Il est aujourd'hui possible de comprendre et de définir le degré d'impact des fluctuations météorologiques sur une entreprise. L'identification des produits les plus sensibles à la météo, l'évaluation et la prévision de l'impact de la météo sur la demande de chaque produit, puis l'intégration de ces informations dans les processus décisionnels, constituent un avantage concurrentiel très significatif avant, pendant et après la saison.

De même, l'analyse de la vulnérabilité d'une entreprise ou d'une collectivité locale face au changement climatique et la mise en place d'une politique d'adaptation seront fondamentaux pour l'expansion et la pérennité des organisations.

S'inscrivant au cœur d'une démarche de veille économique, la Business Intelligence Climatique est un outil d'aide à la décision permettant aux entreprises et aux collectivités territoriales de mieux gérer les enjeux liés aux fluctuations météorologiques et climatiques sur leurs activités. Elle permet, notamment, d'avoir une vue d'ensemble à court, moyen et long terme de l'impact de la météo et du climat sur les activités et le développement d'une entreprise.