



CL!MPACT

Leader Européen de la Compétitivité Climatique

Dossier de Presse

Weather Competitiveness Services

Convertir les fluctuations météorologiques
en avantages compétitifs

2012

Table des Matières

Edito	3
La Société CLIMPACT	4
L'Impact Climatique sur L'Activité des Entreprises	5
70% de l'économie est « météo-sensible »	5
La Compétitivité Climatique : Les Enjeux pour l'Entreprise	6
Convertir le risque associé aux fluctuations météorologiques en avantages compétitifs	6
Des Partenariats d'Experts	7
SymphonyIRI	7
Médiamétrie	8
CLIMPACT Weather Competitivity Services™	9
Une offre complète de Business Intelligence Climatique	9
Exemples de restitution	10
Les principes techniques.....	11
Exemples d'Applications	12
MÉRIAL	13
LACTALIS	14
BONDUELLE TRAITEUR.....	15
UNILEVER	16
FIDELIA ASSISTANCE	17
Equipe Dirigeante	18

Edito

« La reconnaissance des acteurs du marché et les témoignages de nos clients démontrent aujourd'hui que l'anticipation des fluctuations météorologiques constitue une offre de services à forte valeur ajoutée. Des entreprises leaders sur leur marché, issues de tous les secteurs économiques, ont gagné en compétitivité grâce à la mise en œuvre opérationnelle de nos services de Compétitivité Climatique.

Cependant, croire que le champ d'application et les bénéfices de la Compétitivité Climatique se limitent au plan opérationnel est réducteur. C'est oublier un des plus grands défis de notre siècle, celui du changement climatique, dont les conséquences à venir sont suffisamment connues pour alerter les investisseurs institutionnels.

Depuis 2007, sous l'impulsion du rapport Stern*, le changement climatique est devenu un enjeu économique. Bientôt, les rapports annuels des entreprises cotées devront présenter les résultats « à climat constant » pour tenir compte des fluctuations du chiffre d'affaires engendrées par les aléas climatiques. Inévitablement, l'adaptation au Changement Climatique est en train de devenir un enjeu stratégique et on verra certainement apparaître la fonction de Directeur de l'Adaptation au sein des entreprises.

Or, commencer par s'adapter aux changements actuels, c'est bel et bien se préparer aux changements à venir. Il va de soi que ceux qui adoptent dès aujourd'hui cette vision stratégique auront certainement une belle longueur d'avance ».

Harilaos Loukos

Co-fondateur, Président et Directeur scientifique de CLIMPACT, Docteur en Climatologie, Expert Climat auprès de la Commission Européenne.

*Rapport Stern : Nicholas Stern, ancien vice-président de la Banque Mondiale, chiffre l'impact économique du réchauffement climatique dans son rapport : « [Stern Review on the Economics of Climate Change](http://www.hm-treasury.gov.uk/sternreview_index.htm) » www.hm-treasury.gov.uk/sternreview_index.htm.

La Société CLIMPACT

CLIMPACT est un essaimage de l'Institut Pierre-Simon-Laplace des Sciences de l'Environnement.

Partant du constat que 70% de l'économie est « météo-sensible », CLIMPACT s'appuie sur l'expertise d'une équipe de 23 personnes pour proposer son offre, Weather & Climate Competitiveness Services, permettant aux entreprises de convertir pour chacun de leurs produits ou services, les fluctuations météorologiques et climatiques en avantages compétitifs.

L'offre CLIMPACT s'adresse à tous les secteurs économiques sensibles au climat : la grande consommation, la distribution, l'agriculture, le transport, l'assurance, l'industrie, les services, l'énergie, le textile, le tourisme, les loisirs, la santé... Des entreprises leaders de leur secteur ont mis en œuvre, dans le cadre de leur stratégie d'optimisation des processus et de réduction des coûts, les services de compétitivité climatique de CLIMPACT. Basée à Paris, la société CLIMPACT est capable de mettre en œuvre ses services dans le monde entier.

Une entreprise récompensée

Depuis sa création, la société CLIMPACT bénéficie du statut de Jeune Entreprise Innovante (JEI) et a été récompensée lors de nombreux concours. Membre du Comité Richelieu et du Pacte PME, signé entre OSEO et le Comité Richelieu pour la mise en œuvre du programme d'accès des PME à la commande des grands donneurs d'ordre publics et privés, CLIMPACT bénéficie du soutien de l'OSEO Ile-de-France depuis 2004 et fait également partie des pôles de compétitivité Finance Innovation et CapDigital.

Quelques dates

- 2002** Lauréat du concours national de la Création d'Entreprises de Technologies Innovantes, organisé par le ministère de la Recherche.
- 2003 Création de CLIMPACT par une équipe d'experts climat
- 2004 Lauréat du Prix Jacques et Françoise Douce en 2004, décerné au Sénat lors des journées Tremplin Entreprises
- 2007 Lauréat Innov-IT Services Financiers et Assurance

Première levée de fonds de près de 1 million d'euros auprès d'Elaia Partners

Lancement de l'Indice Météo Conso™
- 2009** **Seconde levée de fonds de 4 millions d'euros** réunissant son actionnaire historique Elaia Partners et un nouvel investisseur Nextstage, société de gestion de fonds de capital investissement
- 2009 Lauréat du Net20 « Solutions Technologiques » du Journal du Net

L'Impact Climatique Sur L'Activité des Entreprises

70% de l'économie est « météo-sensible »

Ainsi, une vague de froid peut doper les ventes de vêtements chauds comme celles des soupes prêtes à l'emploi. A contrario, une brusque montée de la température, comme celle du mois d'avril 2011, marque une rupture des tendances de consommation et voit bondir les ventes de bière et de barbecue, les sports de glisse sur neige laissent la place au ski sur gazon, l'anorak est remplacé par la robe à bretelles. Un été maussade et les ventes d'eau minérale s'effondrent... De fait, le climat influence le comportement d'achat des consommateurs et constitue un facteur déterminant pour l'activité saisonnière des entreprises.

Selon le Département Américain du Commerce, 70% de l'économie seraient « météo-sensibles », c'est à dire sensibles aux aléas météorologiques.

Si la « météo-sensibilité » des commodités agricoles (blé, maïs, coton..) et de la consommation de l'énergie (pétrole, gaz, électricité, émission de carbone..) paraît évidente, de nombreux secteurs sont météo-sensibles « à leur insu », tels que l'assurance, l'industrie, les services, les loisirs, la santé...

Sur certains marchés, les fluctuations météorologiques peuvent impacter jusqu'à 100% des variations de chiffres d'affaires, notamment dans un contexte de réchauffement climatique où il existe moins d'une chance sur cinq de voir se reproduire la météo d'une année sur l'autre.

Par exemple, l'étude de l'impact des fluctuations météorologiques sur 300 catégories de produits de grande consommation, réalisée par CLIMPACT et SymphonyIRI au printemps 2010, montre que 58% de ces catégories ont été affectés par les fluctuations météorologiques ; 30% ont vu leur volume varier de plus de 1% (en positif ou en négatif) du seul fait des changements météorologiques.



Plus récemment, CLIMPACT a quantifié l'impact des températures des 4 dernières semaines d'août 2010 sur la consommation de soupe chaude et de glace, par rapport au mois d'août 2009. L'étude a révélé que les températures ont favorisé la consommation des soupes chaudes, à hauteur de +41% (sur la semaine du 16 août à Paris) et a pénalisé la consommation des glaces, à hauteur de -35% (sur la semaine du 16 août à Paris).

Ces exemples démontrent que l'analyse de l'évolution d'une activité ne peut donc être dissociée de la quantification précise de l'impact des fluctuations météorologiques.

Les enjeux économiques et stratégiques liés au changement climatique sont devenus une problématique incontournable pour les entreprises qui doivent s'adapter. Il est impossible de maîtriser le risque climatique mais l'identifier précisément permet d'en limiter les impacts et d'optimiser les décisions opérationnelles et stratégiques. Un métier est en train de s'inventer qui consiste à assister les entreprises dans la gestion stratégique de l'impact du changement climatique sur leurs activités.

La compétitivité climatique est une stratégie adaptée pour répondre aux nouvelles attentes des entreprises qui souhaitent comprendre, mesurer et anticiper l'impact des aléas météorologiques sur leurs activités afin de gagner en compétitivité et performance.

La Compétitivité Climatique : Les Enjeux pour l'Entreprise

Convertir le risque associé aux fluctuations météorologiques en avantages compétitifs.

Des outils météorologiques, statistiques et d'analyse de la météo-sensibilité de produits ou services permettent aux entreprises de comprendre, mesurer et anticiper l'impact des fluctuations météorologiques sur leur activité afin de gagner en compétitivité et en performance.

En isolant l'impact climat de leurs historiques de vente (pour un groupe de références donné), les entreprises bénéficient alors d'une vision réelle, hors effet climat, de leur performance commerciale et marketing ; elles peuvent ainsi adapter leurs stratégies en fonction des scénarios météorologiques.

La compétitivité climatique concerne tous les départements d'une entreprise : administration et finances, marketing, vente, supply chain, logistique et ressources humaines.

De la gestion du risque climatique résultent de multiples leviers d'amélioration de la performance des entreprises météo-sensibles :

- Un Marketing géo-localisé, la compréhension et la quantification de la météo-sensibilité pour préparer la saison, le « nettoyage » de l'historique et le cycle d'activité de l'effet climat afin de réduire les risques associés,
- Meilleures prévisions de la demande, optimisation du support à la force de vente, suivi de la performance et augmentation du taux de service,
- Planification de la production, réduction des stocks de sécurité, optimisation du transport, diminution des ruptures de stock,
- Gestion des ressources humaines adaptée aux besoins de l'activité durant les périodes de démarrage, de pic et « d'atterrissage » d'activité d'une saison donnée,
- Optimisation des plannings et des investissements budgétaires associés : intégrer l'influence des fluctuations météorologiques dans la réflexion stratégique, analyser la saison passée et identifier les tendances.

Solution « clés en main », pouvant être déployée en moins de 3 semaines, CLIMPACT Weather Competitiveness Services permet un retour sur investissement dès le troisième mois de sa mise en œuvre.

Des Partenariats d'Experts

- Industrie Agroalimentaire**



CLIMPACT et SymphonyIRI ont développé un partenariat d'experts afin de répondre aux problématiques nouvelles des clients concernant la météo-sensibilité de leurs produits.

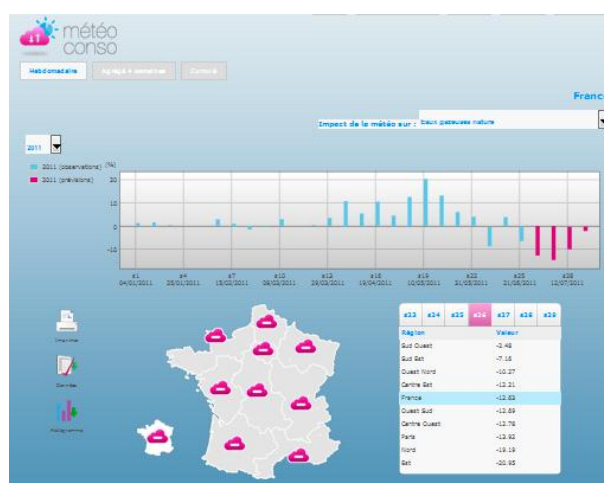
SymphonyIRI Group, précédemment IRI (Information Resources, Inc.), est le leader de solutions innovantes à destination des Industriels et Distributeurs de la Grande Consommation (PGC). SymphonyIRI offre deux types de services complémentaires : les solutions IRI pour la mesure des marchés, et les solutions Symphony Advantage pour dégager les nouvelles opportunités de croissance dans les domaines du marketing, des ventes, du *category management* et du comportement des *shoppers*.

Pour plus d'information : www.symphonyiri.fr

Fruit de cette collaboration :

- La réalisation de bilans de performances de saison sur 300 catégories de produits de grande consommation donnant lieu à l'édition d'un baromètre saisonnier.
- Les indices MétéoConso™ permettent aux industriels et distributeurs de produits de grande consommation de suivre et d'anticiper la tendance du marché sur plus de 60 catégories de produits.

www.meteoconso.com



Des Partenariats d'Experts

- **Médias**



Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs du marché.

Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2008, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 58 M€.

Fruit de cette collaboration :

- CLIMPACT et Médiamétrie ont uni leurs expertises pour étudier scientifiquement l'incidence de la météo sur l'audience TV et la fréquentation des salles de cinéma.

Extrait de l'étude portant sur l'impact des conditions météorologiques sur la fréquentation du cinéma entre 2007 et 2010 par CLIMPACT et Médiamétrie.

« En moyenne en France, jusqu'à 30% des variations de la fréquentation sont liés au temps qu'il fait.

L'étude révèle que c'est dans la région lyonnaise que l'impact du climat sur la fréquentation des salles de cinéma est le plus marqué : près de 10% des entrées lui sont imputés. A l'inverse, les habitants de Nice, Marseille, Lille et Strasbourg sont moins influencés par le temps.

Parmi les différents éléments climatiques - pluie, ensoleillement et température, l'étude révèle que le public regarde d'abord l'ensoleillement : autrement dit, moins il y a de soleil, plus on fréquente les salles obscures.

La température compte également, mais de manière secondaire : à Lyon, Marseille et Nice, on va se réchauffer dans les salles de cinéma.

Etonnamment, la pluie n'est pas un facteur déterminant, sauf... à Strasbourg : les Alsaciens se démarquent ainsi puisque leur région est la seule où la pluie favorise la fréquentation du cinéma.

Le climat a un impact différent sur la télévision, puisque ce sont la température et la pluie – et moins l'ensoleillement - qui sont les facteurs climatiques prépondérants pour regarder le petit écran (en référence à l'étude Médiamétrie / CLIMPACT menée de 2006 à 2009). »

CLIMPACT Weather Competitiveness Services®

Une offre complète de Business Intelligence Climatique

CLIMPACT Weather Competitiveness Services permet pour chacun des produits ou services de l'Entreprise de convertir le risque associé aux fluctuations météorologiques en avantages compétitifs.

CLIMPACT Weather Competitiveness Services Insight permet de nettoyer de l'effet climat l'historique d'activité afin de mesurer la performance réelle d'une entreprise, d'un département, ou d'un portefeuille produits au travers de missions ponctuelles de nettoyage de données (« data cleansing »).

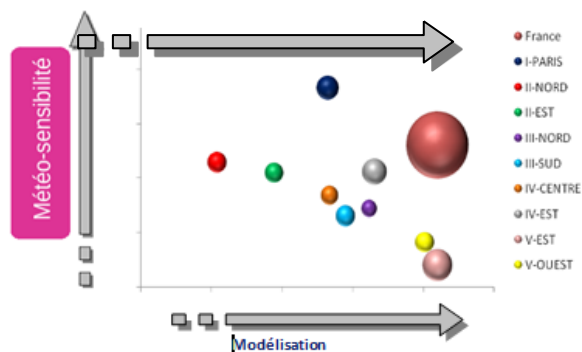
CLIMPACT Weather Competitiveness Services Diagnostic est une analyse approfondie de la « météo-sensibilité » d'un échantillon représentatif de produits ou services de l'entreprise. Pour chacun d'entre eux, les relations entre les paramètres météorologiques - températures, précipitations ou ensoleillement - et l'activité économique sont établies puis modélisées. Il en résulte une quantification objective des enjeux associés aux fluctuations météorologiques.

CLIMPACT Weather Competitiveness Services Abonnement est un service en ligne personnalisé et sécurisé permettant aux décideurs de prendre en compte l'impact des fluctuations météorologiques. Le service leur apporte l'information ciblée dont ils ont besoin pour analyser leur performance et optimiser leurs prévisions :

- Sur les gammes de produits/services et les régions qui les concernent et sous une forme adaptée à l'objectif de leur métier : volumes de ventes, de production, niveau de la demande marché, planification budgétaire et tendances,
- A travers un portail accessible sur le Web ou directement intégrée dans leur système d'information ou de prévision.

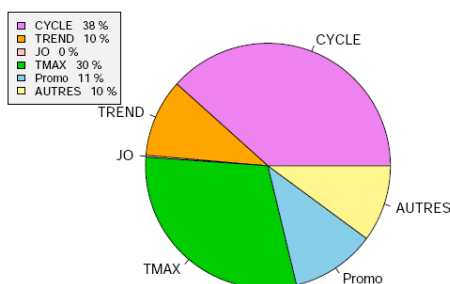
CLIMPACT Weather Competitiveness Services®

Exemples de restitutions



Cartographie de la météo-sensibilité

Comparaison de la météo-sensibilité de différentes régions françaises pour un même produit



Analyse statistique du comportement du produit

Contribution de chaque variable dans l'historique du produit



Analyse de l'impact de différentes variables sur l'activité du produit

Impact de la météo et de la promotion par rapport à une période précédente

CLIMPACT Weather Competitiveness Services®

Les principes techniques

L'infrastructure technologique de CLIMPACT permet de traiter des flux quotidiens de données qui se chiffrent en Téraoctets ; et ceci avec de très fortes contraintes de fiabilité, de robustesse, de sécurité et de traçabilité de l'information.

1. Analyse à partir de données météo et business

Les données "business" (données économiques ou d'activité) et météo constituent la matière première des analyses de CLIMPACT. Les données business sont propres à chaque client suivant une précision géographique (point de vente/production, département, région, pays...) et temporelle (quotidienne, hebdomadaire...). Les données météo (températures, précipitations, vent...) sont issues de centres opérationnels européens et nord-américains. Un système breveté permet de comparer et d'optimiser les données météorologiques (observations et prévisions) en temps réel afin de garantir la meilleure prévision.

2. Algorithmes de modélisation et d'analyse statistique uniques

L'analyse de corrélation entre les données "business" et les données météorologiques permet d'extraire la dépendance de chaque activité aux fluctuations climatiques pour quantifier de manière précise leur « météo-sensibilité ». La modélisation et l'analyse statistique sont effectuées par les experts de CLIMPACT avec des méthodes et techniques de pointe grâce à ses (leurs rapports si experts ou rapports privilégiés de la société) rapports privilégiés avec le monde de la recherche.

3. Définition d'indices permettant de calculer les impacts CLIMPACT

Le résultat permet d'obtenir des Indices et des Impacts. Les indices sont utilisés pour une lecture directe de la météo-sensibilité : plus l'indice est élevé, plus l'activité liée au climat est forte. L'impact climat est quant à lui dans l'unité opérationnelle du client (soit en litres, kilos, KWh, ...). Il permet de comparer la demande liée au climat à d'autres variables pouvant avoir un impact sur le même produit (soit le cycle de vente, la promotion, la conjoncture, la tendance, etc.).

4. Un flux opérationnel de données d'impact B2B/B2C

CLIMPACT offre à ses clients l'accès aux prévisions des impacts climatiques, de 1 jour à 1 an, à leur mise à jour ainsi qu'à l'historique. L'entreprise peut ainsi évaluer sa performance en temps réel. Pour mieux anticiper et affiner leur plan d'action en fonction des conditions climatiques futures, CLIMPACT met également à disposition de ses clients des prévisions géographiques - locales, régionales, nationales - et temporelles- à la journée, à la semaine ou au mois.

5. Une plateforme web d'outils d'aide à la décision

L'ensemble des données, leur dépendance ainsi que leurs caractéristiques, sont ensuite stockées dans une base de données géographique. Cette base est accessible au travers d'une interface web qui fournit pour chaque donnée d'activité, de manière locale, l'information de dépendance au climat, et propose une palette d'outils d'analyse et d'aide à la décision. CLIMPACT propose deux types d'accès à ce flux de données :

- Sur son portail client : Les indices CLIMPACT sont fournis au travers d'une plateforme Internet. Le portail sécurisé donne accès à différents outils d'analyse et d'aide à la décision pour analyser, évaluer et couvrir les risques climatiques. Il propose également le téléchargement de ces indices sous différents formats (graphiques, Excel, PDF ou XML).
- En intégration dans le système d'information du client : Pour une exploitation opérationnelle directe d'un grand volume de données (ERP, ASP, Intranet, etc...).

Exemples d'Applications

L'offre CLIMPACT s'adresse à tous les secteurs économiques sensibles au climat : la grande consommation, la distribution, l'agriculture, le transport, l'assurance, l'industrie, les services, l'énergie, le textile, les loisirs, la santé...

Des entreprises leaders de leur secteur ont mis en œuvre, dans le cadre de leur stratégie d'optimisation des processus et de réduction des coûts, les services de compétitivité climatique de CLIMPACT. Quelques exemples...



MERIAL

Axé sur l'innovation, Merial est un leader mondial en santé animale proposant une gamme complète de médicaments et de vaccins destinés à améliorer la santé, le bien-être et les performances d'un grand nombre d'espèces animales. Merial emploie environ 5 700 personnes et est présent dans plus de 150 pays dans le monde. En 2009, son chiffre d'affaires a dépassé 2,6 milliards de dollars. Merial est la division Santé Animale de sanofi-aventis.

→ Prévisions des infestations parasitaires

Problématique – Santé

- Expliquer la distribution, la densité et l'activité des tiques et des puces en France et en Europe
- Un outil au service des vétérinaires pour la mise en place de traitements et de mesures de prévention



Solution

- Utilisation de modèles météorologiques haute résolution en temps réel – température et humidité : prise en compte d'un modèle bioclimatique permettant de visualiser les risques d'infestation par les tiques et les puces et estimation de la densité de ces parasites
- Fourniture de cartes d'activité hebdomadaire et cumulée sur 10 semaines
- Intégration dans un site web dédié aux vétérinaires www.fleatickrisk.com

Résultats

- Fourniture d'un service d'explication et de prévision aux vétérinaires, permettant d'optimiser leurs conseils aux propriétaires d'animaux

LACTALIS

3e Groupe Laitier Mondial, 1er Groupe Fromager Européen, 1er Groupe Laitier Européen, 1er Collecteur Européen, 2e Groupe Agro alimentaire Français, 1er fromager Français.

→ Amélioration de la qualité de la prévision d'activité de ses divisions « Fromages » et « AOC »

Problématique – Agroalimentaire

- Disposer d'un outil d'aide à la prévision pour les produits dits « météo-sensibles » (produits pour lesquels les variations de température ont un effet sur la demande).
- Mieux anticiper le début et la fin de saison pour assurer le meilleur taux de service et réduire les pertes et dégagements.
- Mesurer quantitativement les effets météo sur la demande des produits afin de mieux positionner les campagnes publicitaires et promotionnelles et d'alerter les clients d'effets climatiques à venir pour une anticipation optimisée des commandes.

Solution

- Réalisation d'une étude approfondie.
- Mise en œuvre des indices de compétitivité climatique.
- Quantification des gains opérationnels attendus.
- Définition d'une méthodologie.



Résultats

- Amélioration moyenne de 1 à 6 points sur la saison avec des pics d'amélioration à plus de 13 points sur des prévisions hebdomadaires.

BONDUELLE TRAITEUR

Bonduelle est le leader mondial de la transformation des légumes. La filiale Bonduelle Traiteur (taboulés, carottes, etc.) est co-leader du marché français avec une activité en forte croissance (+10% en moyenne par an).

→ Amélioration des prévisions quotidiennes

Problématique – Agroalimentaire

- Analyser et prévenir des ruptures clients et des excédents produits
- Optimiser les coûts de production
- Améliorer la fiabilité des prévisions quotidiennes et hebdomadaires via la dépollution des historiques de ventes



Solution

- Fourniture de l'indice climatique par référence (130) à l'horizon journalier et hebdomadaire
- Intégration automatique des prévisions dans FutureMaster

Résultats

- Amélioration de la fiabilité de la prévision opérationnelle : elle est passée en un an de 86,5 à 89% - gain de 0,20% en taux de service qui est passé à plus de 99,5%
- Diminution du taux d'excédent produits de 0,25% permettant d'atténuer les conséquences des événements climatiques extrêmes générateurs de surcoûts importants.

UNILEVER

Acteur majeur de la grande consommation, de l'hygiène, des soins de la personne et de la nutrition, le groupe Unilever dispose d'un large portefeuille de marques leaders en France. Les Analyses de CLIMPACT ont révélé que les ventes d'une vingtaine de produits des marques Carte d'Or, Magnum, et Knorr étaient fortement liées aux conditions météorologiques.

→ Gagner en taux de service et en compétitivité

Problématique – Agroalimentaire

- Adapter le volume de production des produits météo-sensibles en fonction des conditions météorologiques
- Optimiser les flux d'approvisionnement vers la distribution
- Dimensionner au juste le niveau de stock
- Améliorer la présence en linéaire en réduisant les ruptures



Solution

- Disposer d'un outil d'aide à la décision à la prévision à court terme et intégrer les indices dans le système de prévisions
- Mieux comprendre l'impact météo par référence et par région grâce à des modèles différenciés

Résultats

- Amélioration moyenne de la fiabilité prévisions de ventes de 5 à 15 points sur la saison
- Anticipation de l'impact direct des fluctuations des ventes sur la gestion des stocks
- Visibilité de l'évolution de la sensibilité des produits à la météo mois par mois et d'une région à l'autre.

FIDELIA ASSISTANCE

FIDELIA Assistance, société d'assistance du Groupe Covéa (MAAF, MMA, GMF), est le 1er groupe français d'assurance sur le marché des particuliers.

→ Amélioration de la qualité de service

Problématique – Assurance

- Dimensionner au plus juste les effectifs de ses centres d'appels afin de garantir aux assurés un taux de service optimal et optimiser les coûts
- Apporter de la flexibilité aux équipes en les prévenant suffisamment à l'avance des modifications de planning, afin que ces réorganisations soient vécues positivement
- Anticiper la disponibilité des services de dépannage



Solution

- Mise à disposition au travers d'un portail Client de nombreux indices, utilisés quotidiennement (tableaux de bords, cartes régionalisées, ? axes de suivi de l'information climatique par typologie de client, prévisions à court et moyen terme du « staffing » du centre d'appels, des alertes en cas de dépassement de seuils...).
- Analyses précises permettant d'extraire et d'analyser le facteur climat de l'activité passée de l'entreprise, de prévoir l'impact climatique de 1 à 5 mois (en comparaison avec une climatologie à 10 ans).

Résultats

- Amélioration du taux de prise d'appels de plus de 10% lors des périodes critiques

Equipe Dirigeante



Harilaos Loukos

Co-fondateur, Président et Directeur scientifique de CLIMPACT, Docteur en Climatologie, Expert Climat auprès de la Commission Européenne, Lauréat de Challenge Plus de l'Institut HEC Start-Up.

Avant de créer CLIMPACT, Harilaos était en charge de recherches sur le Climat à l'institut Pierre Simon Laplace (IPSL) des Sciences de l'Environnement et aux Etats-Unis auprès de l'Université de Washington et de la National Oceanic and Atmospheric Administration. Harilaos apporte plus de 15 ans d'expérience et de recherche sur le climat..

Harilaos est également administrateur du *Comité Richelieu*, l'Association française des PME de Hautes Technologies, membre du Comité de Pilotage des Instituts Carnot de l'*Agence Nationale de la Recherche*, et membre du comité Scientifique de *Finance for Entrepreneurs*, un cercle de réflexion pour le développement du facteur humain en capital investissement.

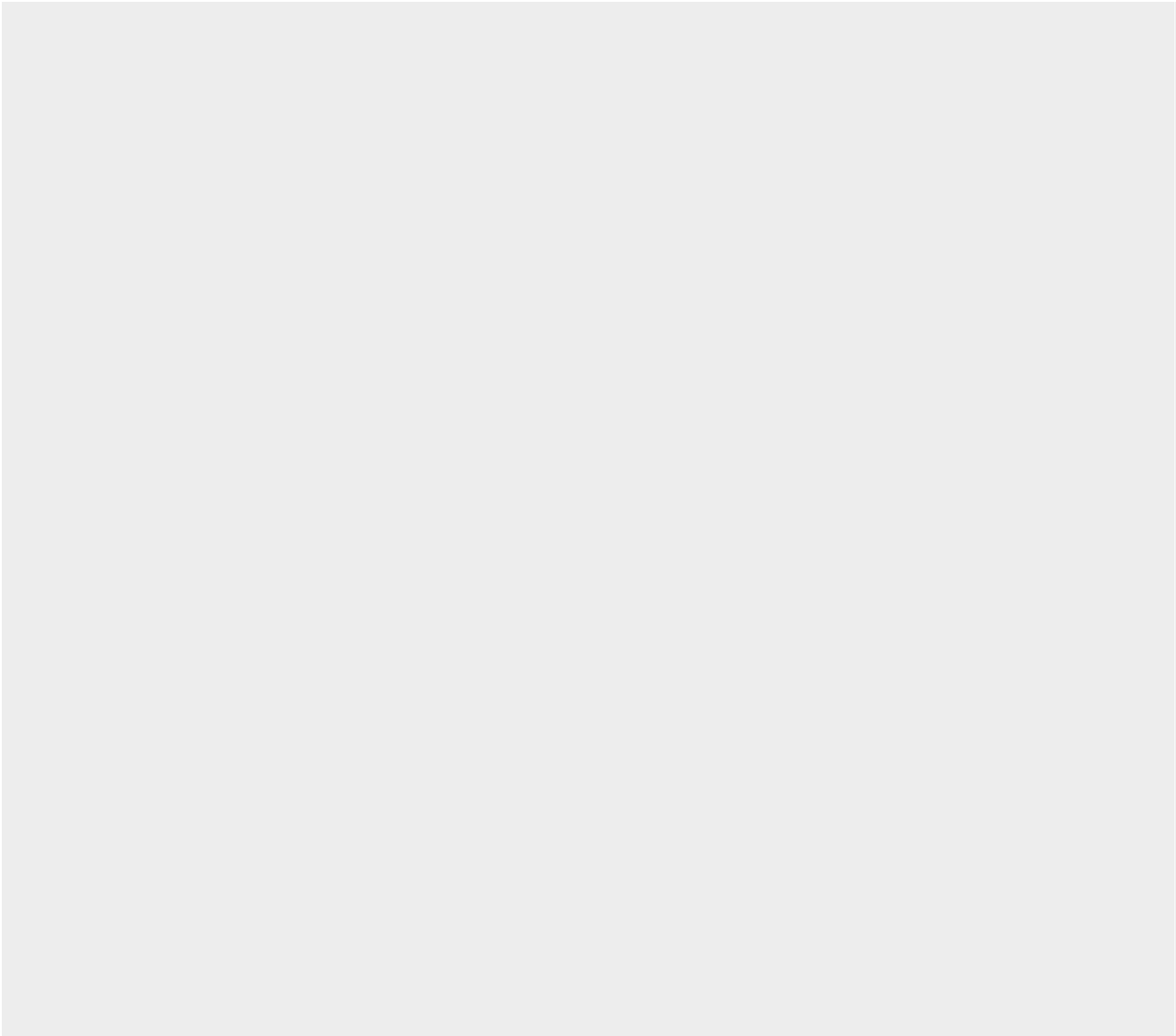


Patrice Roussel

Directeur Général

Diplômé de l'ESIEA, Patrice apporte 20 années d'expérience et de connaissance du marché des solutions d'entreprise au service du développement stratégique de la société.

Avant de rejoindre CLIMPACT, Patrice Roussel a occupé le poste de Vice-président, Directeur des Opérations au sein de Reportive, un éditeur de logiciel français spécialiste du reporting. Précédemment, il a exercé en tant que Directeur Général de Ajilon IT Consulting, une SSII filiale d'Ajilon France (Groupe Adecco). Après avoir débuté sa carrière en tant qu'Ingénieur Commercial chez Interleaf (éditeur américain de logiciels), il a passé 13 ans chez Sun Microsystems où il a successivement occupé les fonctions d'Ingénieur Commercial, de Directeur d'Agence et de Directeur des Ventes.



Legal Disclaimer

France +33 1 55 07 85 75
Email info@climpact.com
Web www.climpact.com

Marque: CLIMPACT, Logo CLIMPACT, et/ou tout produit ou marque CLIMPACT référencés dans ce document sont des marques déposées ou des marques de CLIMPACT en France et/ou dans d'autres pays. L'absence de symbole marque, produit, nom de service ou logo de cette liste ne constitue pas un abandon de la marque CLIMPACT ou d'autres droits de propriétés intellectuelles concernant les noms ou logos. Les noms de sociétés, marques déposées, marques de services, noms de commercialisation, images et/ou produits mentionnés dans ce document peuvent être des marques appartenant à leurs propriétaires respectifs. Tout droit réservé.