

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

Fruit de cette première collaboration : un bilan de performances concernant 300 catégories de produits de grande consommation sur l'été 2009

Les données de quantification de l'impact météorologique sur les activités, intégrées au panel InfoScan Census® d'IRI, permettent aux industriels et distributeurs de comprendre et quantifier l'influence de la météo sur les catégories, les campagnes promotionnelles, les processus marketing et la Supply Chain au travers d'offres packagées et d'études ad hoc. Leader européen de la Business Intelligence Climatique, CLIMPACT apporte son expertise scientifique et technique dans l'identification et l'analyse de l'impact climat sur une activité, un produit ou un marché.

En collaboration avec CLIMPACT, IRI a réalisé une étude intitulée « Comment faire la part des choses entre effet météo et reprise des marchés », de décembre 2008 à septembre 2009. L'expertise de CLIMPACT a permis d'apprécier plus précisément la part du phénomène purement météorologique dans les performances de 300 catégories de produits de grande consommation durant l'été 2009.

Bilan de l'été 2009*

L'exploitation des données IRI montre que le rythme de croissance de la consommation en volume en hypermarché et supermarché s'est accéléré sur le quadrimestre allant de juin à septembre 2009, à hauteur de +2.8%, par rapport à la même période de 2008. L'étude de CLIMPACT a permis de démontrer que plus d'un quart (+28%) de cette croissance des ventes est imputable au climat.

En effet par rapport à l'été 2008, l'été 2009 a bénéficié de conditions météorologiques plus favorables (température/ensoleillement/hydrométrie) expliquant pour partie cette accélération spectaculaire.

Le palmarès des produits les plus météo-sensibles en croissance :

- Produits solaire – Croissance de +29,2% dont 11,7% dû à l'impact météo
- Insecticides – Croissance de +24,9% dont 23,2% dû à l'impact météo
- Spécialités glacées individuelles – Croissance de +16,3% dont 16,2% dû à l'impact météo
- Eaux gazeuses nature – Croissance de +15,2% dont 12,6% dû à l'impact météo
- Légumes de salades appertisés (conserves ou bocaux) – Croissance de +9,3% dont 8,7% dû à l'impact météo

Le palmarès des produits les plus météo-sensibles, en baisse

- Soupes et potages – Baisse de -14,5% dont -13,6% dû à l'impact météo
- Plats cuisinés appertisés français – Baisse de -6,3% dont -5,6% dû à l'impact météo
- Légumes surgelés – Baisse de -7,6% dont -4,9% dû à l'impact météo
- Tablettes de chocolat – Baisse de -7% dont -4,6% dû à l'impact météo
- Pâte à tartiner – Baisse de -7,5% dont -3% dû à l'impact météo

Etude complète disponible sur demande auprès de l'agence.

* Evolution des ventes volume sur le total de 302 catégories de produits de grande consommation, en hypermarché et supermarché, dans 9 grandes régions de France.

À propos d'IRI

IRI (Information Resources, Inc.) est un des leaders mondiaux des études de marché, qui intervient dans les domaines du marketing, des ventes, de la publicité, des promotions, de la logistique, du merchandising et du comportement d'achat en magasin auprès de 95% des plus importantes entreprises du secteur des PGC. (Classement FORTUNE 500).

Grâce à sa capacité unique à réunir données de ventes, analyses, expertise software et conseil, IRI délivre l'information essentielle à la compréhension des marchés de Grande Consommation. Ses solutions guident ses clients, Industriels et Distributeurs, dans l'optimisation de leurs actions.

Pour plus d'informations, www.informationresources.fr

À propos de CLIMPACT

Fondé en 2003 par une équipe d'experts Climat, CLIMPACT est le leader européen de la **Business Intelligence Climatique**. Partant du constat que 80% de l'économie est « météo-sensible », l'offre **CLIMPACT Weather Competitivity Services** permet aux entreprises de convertir, pour chacun de leurs produits ou services, les fluctuations météorologiques 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, 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.

Basé à Paris, CLIMPACT s'appuie sur l'expertise d'une équipe de 23 personnes. En juin 2009, CLIMPACT a réalisé une 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.

Plus d'informations sur www.climpact.com