

CLIMPACT METNEXT SENSIBILISE LES ENTREPRISES AUX ENJEUX CLIMATIQUES

CONTEXTE

Climpact, société pionnière fondée à Paris en 2003 par une équipe d'experts climat, devenue Climpact –Metnext, en 2012 après la fusion avec Metnext (filiale de CDCclimat et Météo France, créée en 2007), est leader en Europe du business de l'intelligence climatique. Avec ses 25 salariés en Recherche et Développement, la société sensibilise les industriels et notamment les entreprises du secteur agro alimentaire aux enjeux climatiques.

OBJECTIF(S)

- Analyser, anticiper et quantifier les impacts météo sur l'activité des entreprises
- Permettre aux entreprises météo-sensibles de gagner en compétitivité
- Sensibiliser entreprises et consommateurs aux enjeux climatiques

DÉMARCHE

Aux Etats Unis, entre 1998 et 2000, les sociétés d'assurances prennent conscience, avec El Nino, de l'impact des phénomènes climatiques sur l'activité des entreprises. Le climatologue Hari Laos Loukos, alors en stage aux US, réfléchit au concept.

En 2003 à Paris, il crée la société Climpact, avec une équipe d'experts climat.

Partant du principe que 70% des produits consommés sont météo sensibles c'est à dire dépendants des fluctuations météorologiques, l'idée est de transformer cette dépendance en avantage compétitif pour les entreprises.

La démarche de Climpact repose sur l'intelligence de l'analyse des données, à la fois météorologiques et économiques :

- analyse des variations météorologiques, région par région, sur une durée de 30 ans, en corrélation avec les ventes de différentes catégories de produits ; construction progressive d'un indice de météo sensibilité des produits.
- affinement de l'analyse de météo-sensibilité avec les données de ventes de l'entreprise cliente sur plusieurs années, selon les points de vente, les formats (exemples : les boissons, les chips...).
- Introduction dans le modèle ainsi créé des variations météorologiques attendues sur 1 à 4 semaines pour anticiper les ventes, les décisions de production, de stocks et de commercialisation
- Les indices climato économiques sont accessibles pour les entreprises via une plate forme Software as a Service.

Climpact, soutenu au démarrage par l'Institut Pierre Simon Laplace, élargit ses fonds propres en 2007 avec les apports d'Elaïa Partners, en 2009 avec Nextstage, et en 2012 avec CDC Climat (filiale de la Caisse des Dépôts), lors de la fusion avec Metnext.

FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- Innovation /traitement croisé des données climat (expertise) et économiques (entreprises)
- actionnaires apporteurs de fonds propres : Elaïa Partners, Nextstage, CDC climat

ANNEE
2014

CATEGORIE
Environnement

RUBRIQUE
Energie GES

SOUS-RUBRIQUE
Sensibiliser les parties prenantes pour réduire les consommations d'énergie

SECTEUR D'ACTIVITE
Services

TAILLE DE L'ENTREPRISE
<100

PAYS (DE LA PRATIQUE)
_

ENTREPRISE

CLIMPACT
MAKE WEATHER YOUR BEST PARTNER

Chiffres d'Affaires (2013):

Effectif (2013) : 25

Pays (siège social) :
France

Site internet :
www.climpact.com

Contact:
79 bd poissonnière – 75004
Paris

Fiche rédigée par :
Marie Noëlle DUFORST

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE

- clients Climpact dans l'agroalimentaire, ex : Nestlé, Bonduelle, Coca Cola
- fusion 2012 avec Metnext, présent dans le secteur énergie (Edf, GrtGaz)
- compétitivité pour les clients (anticipation des variations de consommation)
- potentiel de développement du marché: 70% des consommations météo sensibles

BÉNÉFICES ENVIRONNEMENTAUX, SOCIAUX ET/OU DE GOUVERNANCE

- prévisions des besoins permettant de limiter les produits inutiles et les déchets liés aux stocks de produits périssables (agro alimentaire)
- prise de conscience de l'impact climat par les entreprises
- incitation à des comportements éco responsables (limitation d'émissions CO2)

- http://www.metnext.com/images/metnext/MEDIAS/cp_metnext_fusionne_avec_climpact.pdf
- 06/12 BFM : Good Morning Business - Harilaos ... - YouTube