



Ce que vos concurrents font déjà !

JEAN-LOUIS BERTRAND

READ REVIEWS

WRITE A REVIEW

CORRESPONDENCE:

jean-
louis.bertrand@meteoprotect.com

DATE RECEIVED:

June 10, 2015

DOI:

10.15200/winn.142960.01628

ARCHIVED:

April 21, 2015

CITATION:

Jean-Louis Bertrand, Ce que vos concurrents font déjà !, *The Winnower* 2:e142960.01628, 2015, DOI: 10.15200/winn.142960.01628

© Bertrand This article is distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#), which permits unrestricted use, distribution, and redistribution in any medium, provided that the original author and source are credited.



La conférence européenne de l'association de la gestion du risque météo s'est déroulée du 8 au 10 octobre à Munich dans les locaux du réassureur Munich Re. Elle a réuni les acteurs principaux du marchés que sont les assureurs, réassureurs, courtiers et fournisseurs de données météo. Elle a aussi fait la part belle aux météorologues, aux climatologues et aux entreprises météo-sensibles venues expliquer comment elles gèrent le risque météo au quotidien à l'aide de produits de couverture financière. Deux constats s'imposent :

1. La variabilité climatique augmente et fait peser un risque financier plus lourd sur les entreprises
2. Si vous ne gérez pas encore le risque météo, dépêchez-vous... vos concurrents ne vous ont pas attendu !

L'Association mondiale de la gestion du risque météo, la **Weather Risk Management Association** (WRMA) est née en 1999.

Cette année, la conférence annuelle européenne s'est déroulée à Munich. Pour la petite histoire, c'est à Munich qu'a été signé le premier dérivé climatique allemand en 2000. Il portait évidemment sur Oktoberfest ! Il faut savoir que le 25% des places assises sont à l'extérieur et en cas de pluie, le chiffre d'affaires chute. Le contrat s'est fait entre la ville et la Société Générale. Il a consisté à proposer une indemnité par jour de pluie au-delà d'un certain seuil. Un jour de pluie était caractérisé par des précipitations supérieures à 5mm, et le seuil a été fixé à 4 jours de pluie. Au-delà, une indemnité de 25 000 euros par jour supplémentaire de pluie était versée à la ville pour un maximum de 250 000 euros. En 2014, Oktoberfest a grandi : **le chiffre d'affaires direct et indirect d'Oktoberfest atteint près d'un milliard d'euros !**

Dr Eberhard Faust, qui dirige les activités de recherche du réassureur Munich Re et qui a participé à la rédaction du 5ème rapport du GIEC a ouvert la conférence en explicitant les faits scientifiques qui montrent clairement que la variabilité climatique augmente avec le changement climatique. Il a également révélé une augmentation importante du nombre d'anomalies météo « persistantes », c'est-à-dire des systèmes météo qui ont tendance à s'installer pour des périodes anormalement longues. Pour illustrer ce propos, on se souvient par exemple qu'en France, il a plu davantage que la normale tous les mois consécutivement de septembre 2012 à mai 2013. En Angleterre, l'hiver 2013-2014 a été le plus arrosé depuis qu'il existe des relevés météo (1765). Les énergéticiens européens ont également remarqué ce phénomène et le printemps 2014 marqué par une douceur persistante a laissé des traces sur les résultats des entreprises du secteur, certaines d'entre elles ayant subi des pertes de chiffres d'affaires de plus de 30%.

Dans ce contexte, des entreprises allemandes ont accepté de présenter leur manière d'appréhender la gestion du risque météo. L'énergéticien EWE distribue du gaz à 1,6 millions de clients et de l'électricité à 1,4 millions de clients pour un CA de 8,9 milliards d'euros. Le risque météo est un risque de température pour la distribution et le transport de gaz et d'électricité et un risque de vent pour les fermes éoliennes du groupe. Pour gérer ces risques, l'entreprise a fait un « pilote » avant d'implémenter en grande nature. Après avoir analysé et quantifié les risques, elle a étudié des couvertures optionnelles permettant de se protéger contre des températures hivernales anormalement douces tout en se laissant la possibilité de bénéficier de ventes supplémentaires en cas d'hiver anormalement rigoureux. Les périodes de couvertures envisagées ont été T4 2014, T4 2014 + T1 2015 et T1 2015. Les gestionnaires de risque d'EWE ont consenti des efforts de communication importants en interne pour sensibiliser les dirigeants à la nécessité de gérer le risque de perte financière liée à une météo défavorable pour recueillir leur approbation et leur soutien. Le pilote a permis de rassurer tout le monde sur la liquidité du marché et l'homogénéité des prix des couvertures financières d'un réassureur à l'autre.

Autres exemples avec Eon toujours en Allemagne ou npower, la filiale anglaise de RWE. Eon distribue de l'énergie à 35 millions de clients et est le 3ème acteur mondial de l'éolien. Npower a 5,4 millions de clients au Royaume-Uni et possède également un portefeuille important de fermes éoliennes. Toutes deux gèrent activement le risque météo.

Dans le domaine de l'énergie et du gaz en particulier, le risque météo a un effet double sur la rentabilité. Le résultat net n'est ni plus ni moins que la multiplication d'un volume et d'une marge, différence entre prix de vente et prix d'achat. Beaucoup d'énergéticiens ont des contrats à prix fixe avec une grande partie de leurs clients sur lesquels il leur est difficile d'agir. En cas d'hiver anormalement doux, la consommation d'énergie chute et le prix aussi. L'énergéticien se retrouve contraint de vendre du gaz au moment où personne n'en veut. En cas d'hiver anormalement froid, la consommation s'envole et le prix du gaz aussi. L'énergéticien se retrouve alors contraint de fournir de l'énergie à ses clients en l'achetant au pire moment et sans pouvoir transférer ce surcoût.

Eon et RWE gèrent avec succès ce risque à l'aide d'instruments financiers appelés Quanto ou PCWS (Price Contingent Weather Swaps). L'indemnité est une multiplication entre la température normale et la température observée et la différence entre le prix observé du gaz et le prix de référence choisi par

l'entreprise. L'entreprise perçoit une indemnité si le produit des deux différences est positif. Autrement dit, si l'hiver est anormalement chaud et le prix bas, elle est indemnisée (moins par moins égal plus). Si au contraire, l'hiver est anormalement rigoureux et le prix élevé, elle est également indemnisée (plus par plus égal plus !). Dans les deux autres cas de figure, c'est l'entreprise qui reverse une partie du bénéfice supplémentaire lié à la météo. L'hiver 2013/2014 a été particulièrement doux en Allemagne avec une température observée de +1,6°C au-dessus de la normale. Le prix de l'énergie s'est effondré et la couverture a parfaitement joué son rôle. Eon a calculé que l'efficacité de la protection financière a été de 99% !

Les entreprises qui font la sourde oreille ou qui continuent de penser que la météo est une fatalité contre laquelle on ne peut rien feraient bien de se remettre en question très vite. Quand un concurrent se met en mouvement et se dote d'outils de gestion lui permettant de lisser son résultat quelle que soit la situation, il a un avantage compétitif certain qui lui permet d'être plus résilient, d'offrir à ces clients de meilleurs prix et de meilleurs produits et de gagner des parts de marché au détriment de ceux qui restent passifs. Ce que la conférence de Munich a montré, c'est qu'il y a de nombreuses entreprises qui sont déjà en mouvement !

A tous les sceptiques qui hésitent de peur que la couverture ne soit « trop chère » ou ne soit « pas parfaite » ou encore qui reculent car ils pensent être « les premiers à utiliser ces produits », le sourire de satisfaction des gestionnaires de risque qui ont accepté de partager leurs expériences au cours de ces deux jours apporte une réponse sans équivoque. Un conseil utile est de débiter par la couverture d'une petite partie du risque (baby-steps) pour que chacun dans l'entreprise se familiarise avec ces nouveaux outils de gestion.

En guise de conclusion, je retiendrai ce commentaire unanimement salué par l'audience : **une couverture même imparfaite vaut mille fois mieux que pas de couverture du tout !**