



# La variabilité climatique aux "Décodeurs de l'éco" - BFM Business

JEAN-LOUIS BERTRAND

[READ REVIEWS](#)

[WRITE A REVIEW](#)

**CORRESPONDENCE:**

jean-  
louis.bertrand@meteoprotect.com

**DATE RECEIVED:**

September 30, 2015

**DOI:**

10.15200/winn.144361.10896

**ARCHIVED:**

September 30, 2015

**CITATION:**

Jean-Louis Bertrand, La  
variabilité climatique aux  
"Décodeurs de l'éco" - BFM  
Business, *The Winnower*  
2:e144361.10896, 2015, DOI:  
10.15200/winn.144361.10896

© 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 canicule est une des nombreuses anomalies climatiques qui affectent de plus en plus l'activité des entreprises. Obnubilés par l'impact du carbone sur le climat, politiques et ONG focalisent la

communication sur le secteur de l'énergie et articulent le discours autour de l'augmentation de la température moyenne depuis une trentaine d'années. Or si la température moyenne a effectivement augmenté, la variabilité climatique, c'est-à-dire cette sorte d'oscillation des mini et maxi autour de la moyenne, a plus que doublé au cours de la même période. Les anomalies météo sont plus nombreuses, plus intenses, et plus longues.

Quand il fait chaud c'est tout de suite la canicule, quand il pleut ça inonde, quand il arrête de pleuvoir c'est la sécheresse. Et ces anomalies ne touchent pas que le secteur de l'énergie : les entreprises de l'agriculture, la santé, les transports, le tourisme, la distribution, le textile, les boissons sont tout autant concernés par le risque météo que constitue la **variabilité climatique**.

Au total, 70% des secteurs de l'économie françaises sont exposés au risque météo pour un montant représentant 30% du PIB. Compte tenu de la variabilité actuelle, les entreprises sont susceptibles de perdre, chaque année, un montant global égal à 3,5% du PIB soit 63 milliards d'euros !

Pour les États-Unis, le coût de la météo quotidienne dépasse 500 milliards de dollars, alors que le coût des catastrophes naturelles pour 2014 s'est monté à 25 milliards de dollars. Si les événements extrêmes capturent plus facilement l'attention des médias que les anomalies plus fréquentes et moins spectaculaires, il en va autrement pour l'économie. Les catastrophes naturelles ont un impact important mais elles sont rares. Les anomalies ont un impact moins important mais elles sont fréquentes. Dans la mesure du risque, à savoir le produit de l'impact par la fréquence, les anomalies météo pèsent beaucoup plus sur l'économie et les entreprises que les catastrophes naturelles. Et ces anomalies pèsent tout de suite et tous les ans voire tous les trimestres ou tous les mois sur le compte des entreprises.

Il y a là matière à réflexion pour le GIEC qui peine à engager les entreprises dans la lutte contre le changement climatique.

Il est difficile pour une entreprise d'adapter sa stratégie quand l'objectif est à horizon 2050 ou 2100. Si par contre elles sont sensibilisées sur ce que la variabilité climatique, exacerbée par le changement climatique, leur coûte déjà chaque trimestre, on entre dans l'horizon de gestion des entrepreneurs. Il devient possible de les accompagner pour intégrer la météo en tant que risque dans leur stratégie, et la gérer pour que son impact diminue, à l'aide d'outils financiers et d'innovations technologiques.

### **Les outils financiers existent déjà : l'Assurance Météo™**

Il s'agit d'un produit très simple dans son fonctionnement puisqu'il indemnise l'assuré d'un montant prédéterminé dès la survenance de l'événement météo. Son fonctionnement est celui d'un produit financier. Tout est clair et transparent. Il n'y aucune intervention arbitraire d'un expert pour ajuster l'indemnité lorsque le sinistre se produit. Pour en revenir aux températures élevées et à l'impact qu'elles peuvent avoir, un exemple d'utilisation dans le secteur agricole est la couverture du risque d'échaudage. Pour une culture donnée, lorsque la température dépasse un seuil, le rendement baisse d'un certain pourcentage. Si ce seuil est dépassé plusieurs jours consécutivement, le rendement chute davantage.

**Cette année, Meteo Protect a couvert des milliers d'hectares en France contre ce risque. Pour quelques euros à l'hectare, le céréalier est protégé et indemnisé automatiquement si le seuil de température est franchi.**

L'Assurance Météo™ est un outil de gestion qui vise à protéger les finances de l'entreprise en cas d'événement météo défavorable, mais c'est aussi un outil de conquête commerciale. Pour rester sur la canicule, l'un des produits vedette est le climatiseur. Les détaillants les commandent en début de saison, les stockent, et les vendent. En cas de canicule, les stocks disparaissent rapidement et les ventes qui auraient pu se faire ne se font pas faute de produits supplémentaires à vendre. Les détaillants connaissent assez précisément les quantités vendues en année normale. Une stratégie de prise de marché consiste à commander davantage de climatiseurs pour générer des ventes

supplémentaires en cas de canicule et d'assurer le coût incrémental des ces climatiseurs si la canicule ne se produit pas.

Avec l'augmentation des anomalies climatiques, les entreprises doivent rapidement s'adapter et les assurances climatiques sont devenues l'outil idéal et incontournable pour y parvenir.

**Revoir l'émission du 1er juillet 2015**