

# Indices METEOECO®

Ne laissez plus la météo décider pour vous

Plus de 30 % du PIB France est sensible aux effets de la météo... Savez-vous quantifier cet impact pour vos marchés et vos marques ? Le partenariat entre Nielsen et METNEXT donne naissance aux indices METEOECO®, indicateurs construits pour optimiser l'analyse de vos catégories, vos systèmes de prévisions des ventes ou de production, vos campagnes de promotions, leur cadencement et les flux financiers associés.

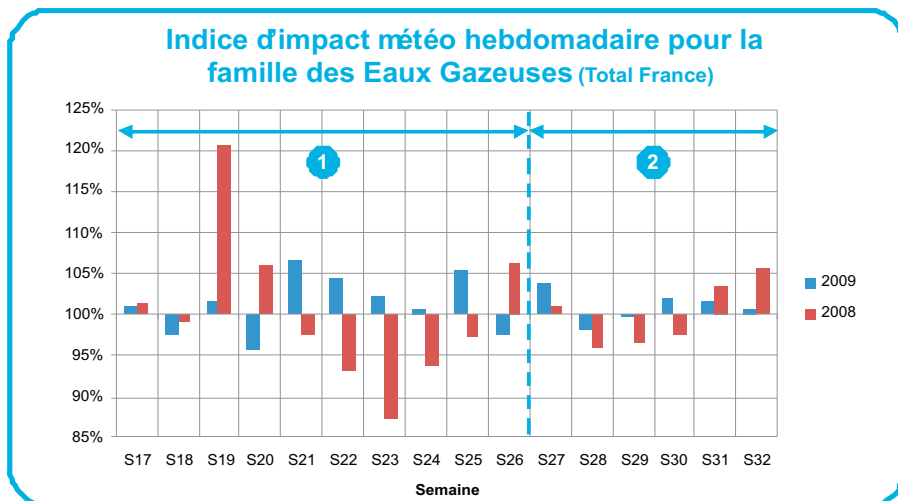


Les indices METEOECO ? L'idée fondatrice est d'exprimer d'une manière simple une modélisation statistique des ventes en fonction de paramètres météo pertinents et adaptés (combinaison de température, ensoleillement, pluie, ...).

L'analyse de la météo-sensibilité d'une catégorie permet tout d'abord d'identifier les variables météo les plus influentes sur les ventes (température, ensoleillement), de déterminer les seuils critiques, et également d'évaluer les disparités entre régions. Le modèle construit lors de l'étude permet de calculer un indice base 100 représentant le rapport entre les ventes réelles et les ventes en conditions météo moyennes sur la semaine.

- L'historique des indices permet de comprendre et isoler l'impact météo dans les tendances de vos marchés.
- Les indices de prévisions des ventes servent à anticiper et agir (communication, approvisionnement, actions force de vente...).

- 1 Au printemps 2009, les ventes ont globalement été favorisées par la météo. Au contraire, le printemps 2008 avait été plus contrasté avec une très bonne semaine 19 (2°C au dessus de la moyenne et +20,7% de ventes) avant un mois de juin plus défavorable.
- 2 L'été 2009 a été globalement favorable, contrairement à un été 2008 plus mitigé: la semaine 27 a été plus chaude que la moyenne avec un impact sur les ventes de +3,9% (et +5,6% à Paris).

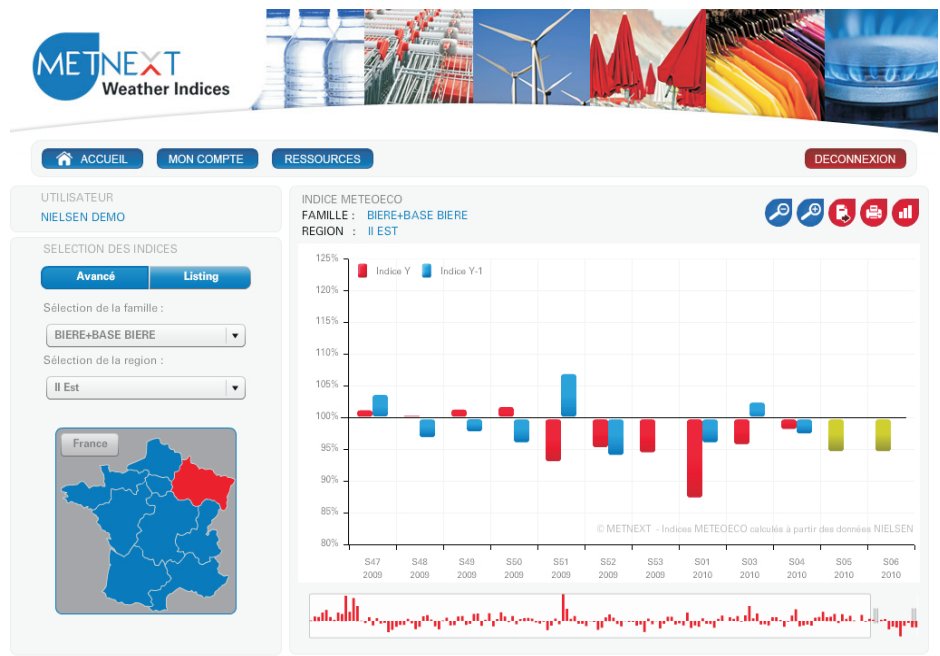


# Une solution simple, déjà modélisée et disponible instantanément pour analyser la météo-sensibilité de vos produits

Pour mettre enfin des valeurs en face de la météo-sensibilité de votre activité, Metnext vous propose plusieurs options :

- Suivi France, incluant 2 ans d 'historique, plus la fourniture d 'un indice actualisé hebdomadaire pour la ou les catégories souhaitées.
- Prévision France, un indice basé sur la prévision météo à 1 et 2 semaines plus la période Nielsen.
- Vous êtes basé en région ou vous souhaitez évaluer l'impact régional de la météo sur vos catégories de produits, vous pouvez accéder en option aux indices de 9 régions Nielsen, que ce soit pour du suivi ou pour de la prévision.

- Abonnement 12 mois minimum
- Accès intuitif aux données sur [www.weatherindices.com/nielsen](http://www.weatherindices.com/nielsen)
- Indices standardisés : historique, suivi et prévisionnels
- 30 catégories déjà disponibles
- Pour chacune : un indice national, 9 indices régionaux (en option)
- Indices prévisionnels S, S+1, P (prévisions Météo France)
- Calcul hebdomadaire, MAJ hebdomadaire
- Outils de visualisation et d'exportation des données



<http://www.weatherindices.com/nielsen>, la plateforme de référence pour les indices d'impact météo des catégories PGC+FLS en HMSM

METNEXT est une filiale de Météo-France, de la Caisse des Dépôts et Consignations et de NYSE Euronext. METNEXT est leader dans l'analyse des effets météo-climatiques sur l'activité des entreprises et la fourniture de solutions opérationnelles pour gérer ces impacts.

Au-delà des indices catégories présentés ci-dessus, Nielsen et Metnext peuvent mettre à votre disposition des indices « sur mesure » via [weatherindices.com](http://weatherindices.com) pour vos marques, vos références, et ce pour toujours plus de précision.

En ad hoc, intégration de l'effet météo dans nos modélisations des leviers marketing marques, ou injection des données météo dans vos outils de datasharing et de supply chain.

Pour plus d'informations, contactez :  
Nielsen au +33 (0)1 34 41 44 44.  
METNEXT au +33 (0)1 40 15 54 02.