

Couvertures climatiques - Les entreprises contre le risque météo

Près de deux entreprises sur trois voient leur chiffre d'affaires fluctuer en fonction des conditions climatiques. Afin de couvrir d'éventuelles pertes financières, un marché des produits dérivés est en train de se développer.



Les directeurs financiers pourraient bientôt suivre avec la même attention les bulletins météorologiques que leur niveau de trésorerie ! En effet, selon plusieurs études concordantes, 70 % des secteurs d'activité seraient affectés par la météo, des conditions climatiques anormales pouvant provoquer une évolution significative du chiffre d'affaires. Le cabinet d'études Nielsen a, par exemple, chiffré à 380 millions d'euros les pertes des groupes de la distribution en France suite aux intempéries de décembre 2010. Un risque qui semble encore largement sous-évalué par les entreprises. «Aujourd'hui, les directeurs financiers surveillent quotidiennement l'évolution des taux d'intérêt et la parité euro/dollar, témoigne Frédéric Bardoux, président de Metnext, société détenue par CDC Climat et par Météo France qui développe des indices météorologiques à destination des entreprises. Cependant, la plupart d'entre eux, en France, ne sont pas toujours conscients qu'une mauvaise saison climatique peut avoir plus d'incidences sur leurs résultats que certains facteurs économiques et financiers.» Certains secteurs plus sensibles commencent toutefois à prendre la mesure du problème, parmi lesquels ceux de l'alimentation et de l'énergie. «Pour ce dernier, 85 % des variations de consommation sont provoquées par des anomalies de température», illustre Jean-Louis Bertrand, professeur de finance à l'Essca et directeur de développement de Météoprotect, société spécialisée dans la

Une dizaine d'entreprises françaises ont déjà souscrit un dérivé climatique.

couverture du risque météo. Il n'est donc pas étonnant que la surveillance du risque météo constitue une priorité au sein de ces sociétés. «Nous travaillons avec une soixantaine de groupes qui opèrent principalement dans la grande distribution et dans l'énergie, à l'instar d'EDF et de GDF Suez», signale Frédéric Bardoux. A ce jour, ces deux derniers sont parmi les seules entreprises françaises à communiquer ouvertement sur l'effet des risques climatiques sur leur chiffre d'affaires et leur excédent brut d'exploitation. Dans son rapport financier annuel 2011, GDF Suez informe ainsi que l'impact du climat en France sur son Ebitda a été de - 480 millions d'euros l'an dernier, contre + 400 millions d'euros en 2010.

Les objectifs financiers actualisés grâce à un logiciel

Pour accompagner les sociétés, les experts climatiques analysent l'historique financier d'une entreprise, puis recourent ces informations avec les statistiques de Météo France portant sur la température, le niveau de précipitations ou la force du vent. «Notre travail consiste à "dépolluer" les ventes des entreprises de l'effet météo, résume Frédéric Bardoux. A l'issue de cette phase de diagnostic, des tableaux de bord sont fournis aux opérationnels ainsi qu'aux directions financières afin qu'ils puissent mieux adapter leurs objectifs.» Pour les entreprises, la connaissance de leur sensibilité au risque météo peut souvent se révéler déterminante. Ainsi, lorsque Gaz de Bordeaux (220 millions de chiffre d'affaires en 2010) fournit ses clients en faisant transiter le gaz qu'elle a acheté sur les réseaux des transporteurs de gaz, elle doit, conformément à la législation, équilibrer les volumes qu'elle commande avec ceux que consommeront ensuite ses clients. «Au-delà d'un certain déséquilibre entre les deux, le transporteur nous applique une pénalité financière, explique Cyril Vincent, ingénieur négoce-tarifs chez Gaz de Bordeaux. Cela nous incite donc à bien évaluer nos besoins et, par conséquent, à bien anticiper la consommation de nos principaux clients.» Pour y parvenir, le fournisseur de gaz a développé en 2009, avec Metnext, un logiciel visant à calculer les volumes de gaz que consommeront quotidiennement ses quarante plus importants clients industriels, en tenant compte des prévisions de températures. «En dépit de la marge d'erreur du logiciel, de l'ordre de 5 % l'hiver et pouvant atteindre 12 % en mi-saison, nous restons toujours en dessous du seuil de déclenchement de la pénalité, poursuit

commencent à s'assurer

Cyril Vincent. Sans cet outil, il nous serait très compliqué d'estimer les volumes vendus avec précision.» Le budget alloué au risque météo représente certes un coût. Outre le prix du logiciel, de «plusieurs dizaines de milliers d'euros», la société souscrit un contrat de maintenance avec Metnext, de quelques milliers d'euros par an. Mais il est largement compensé par les éventuelles sanctions pécuniaires que supporterait Gaz de Bordeaux en cas d'absence de suivi climatique.

Une assurance contre des risques de court terme

Si la plupart des entreprises se contentent de la création d'indicateurs sur mesure, d'autres vont au-delà en souscrivant une couverture. Celle-ci, créée à partir du profil de la société et des risques que cette dernière souhaite couvrir, prend la forme d'un produit dérivé. Contrairement à un contrat d'assurance classique, sa vocation est de prévenir des risques sur le court terme. «Il ne s'agit pas de s'assurer contre des événements extrêmes comme des tempêtes qui sont, eux, couverts par des contrats d'assurance ou de réassurance, souligne Nordine Choukar, responsable du pôle ingénierie financière de Mazars Actuariat. Le dérivé permet juste un transfert de tout ou partie du risque météorologique supporté par une société, afin que celle-ci puisse sécuriser ses résultats sur une courte période en cas de conditions météorologiques défavorables à son activité.» Ainsi, après un mois de décembre 2010 marqué par un effondrement des ventes en raison du fort enneigement, le groupe de bricolage Brico Dépôt a fait



Olivier De Brueker,
responsable risques financiers,
Brico Dépôt

«Au cours de l'hiver 2009-2010, notre chiffre d'affaires quotidien pouvait reculer jusqu'à 30 % à cause de la neige. Depuis, nous préférons nous couvrir.»

le choix de souscrire un tel dérivé. «Au cours de l'hiver 2009-2010, notre chiffre d'affaires quotidien pouvait reculer jusqu'à 30 % à cause de la neige, qui dissuadait les clients de venir dans certains de nos magasins, témoigne Olivier De Brueker, responsable risques financiers de Brico Dépôt. Nous avons donc préféré nous couvrir contre un tel risque durant l'hiver 2010-2011 ainsi que durant les mois de décembre 2011 et de janvier et février 2012.» En collaboration avec Metnext, l'enseigne a développé une couverture climatique, laquelle doit se déclencher lorsqu'un certain seuil de précipitations et un niveau de température déterminé seront atteints. «Nous avons couvert plusieurs régions, comme l'Aquitaine, où nos ventes souffrent le plus en cas de neige», indique Olivier De Brueker. Un choix qui s'est révélé judicieux puisque la couverture s'est déclenchée courant février. ■

Arnaud Lefebvre

Comment fonctionne une couverture climatique

● Après une évaluation de la sensibilité de ses résultats au facteur météo, l'entreprise choisit la part du chiffre d'affaires et la zone géographique qu'elle souhaite couvrir, ainsi que les seuils de déclenchement de l'indemnité (température, niveau de neige, vitesse du vent, etc.). Une fois les différents critères retenus, un indice permettant de vérifier ces derniers est constitué. «Comme Météo France ne tient pas à jour des données sur l'épaisseur de neige sur les routes, Metnext nous en a élaboré un à partir des relevés de température et des mesures des précipitations», explique Olivier De Brueker, responsable risques financiers de Brico Dépôt.

● Le marché des dérivés climatiques en Europe repose sur le gré à gré. L'entreprise va donc présenter la couverture et l'indice à des preneurs de risques, qui sont généralement d'importants assureurs ou réassureurs. Mais il ne s'agit pas pour autant d'assurer un sinistre déterminé. Le déclenchement de la couverture sera en effet totalement décorrélié de... l'évolution du chiffre d'affaires ! Seules les hypothèses climatiques retenues sont prises en compte. Si, par exemple, le dérivé prévoit un versement de l'indemnité lorsque la température tombe en dessous de 6 degrés, l'entreprise percevra le montant fixé si cette condition est réunie, que ses

ventes en aient pâti ou non. A l'inverse, si le chiffre d'affaires s'écroule en raison de la neige mais que la température reste supérieure aux - 5 degrés prévus dans le contrat, la couverture ne sera pas activée.

● «La fabrication du produit relève du sur-mesure, souligne Xavier Larrieu, actuaire et météorologue, senior chez Mazars. Mais le coût peut vite devenir prohibitif.» Plus la probabilité de déclenchement de la couverture se révèle importante, plus son prix grimpe : celui-ci peut rapidement atteindre 10 % du chiffre d'affaires couvert, voire plus.