

## Effets météo sur la consommation

### Bilan de l'été 2011

par Metnext, filiale de Météo France

----

Après un printemps caractérisé par des records de chaleur et d'ensoleillement, la météo a fait de nouveau la Une de l'été, impactant fortement la consommation d'un grand nombre de produits par rapport à l'été 2010. Un été, et surtout un mois de juillet, durablement frais et humide dans de nombreuses régions, entrecoupé par quelques périodes de chaleur en juin et en août. METNEXT, filiale de Météo France et CDC Climat, et NIELSEN, société internationale d'information et d'études sur la grande consommation, font le point.

*(L'étude porte sur les mois de juin-juillet-août 2011)*

**Éléments de météo** : Si le mois de juillet a marqué les esprits, les températures moyennes de l'été sont finalement restées conformes aux normales de saison tout en restant sensiblement inférieures à celles de 2010.

Le temps très estival de fin juin et surtout de la 2<sup>ème</sup> quinzaine d'août a partiellement compensé les semaines très maussades d'un mois de juillet historiquement frais et humide.

*Indices météo moyens sur l'été 2011 par rapport à l'été 2010*

	Juin (S22-S26)	Juillet (S27-S30)	Août (S31-S34)	Total Été (S22-S34)
Températures maximales	-0,6°C	-3,6°C	+0,8°C	-1,1°C
Ensoleillement	-8%	-28%	8%	-10%

- Un mois de juillet exceptionnellement froid, d'autant plus marquant que juillet 2010 avait été chaud
- Un été humide sans être exceptionnel,
- Un ensoleillement dans les normales mais contrasté régionalement.

#### *Les semaines marquantes*

- Semaine 29 (18 au 24 juillet) : Les températures maximales sont 5,1°C en dessous de celles de 2010 avec un déficit d'ensoleillement de plus de 35%,
- Semaine 33 (15 au 21 août) : Les températures maximales sont 2,0°C plus élevées qu'en 2010 et l'ensoleillement supérieur de +22%.

### **Effets sur la consommation : Un été globalement défavorable aux produits d'été, gommant quasiment les gains d'un printemps hors normes.**

Sur la majorité des produits dits d'été, la météo des trois derniers mois a pénalisé les ventes, en particulier en juillet, pour aboutir à un bilan généralement négatif. Les surplus de ventes liés à la météo très favorable du printemps sont souvent perdus ou en tout cas fortement entamés.

#### **FLOP - Les produits météo-perdants de l'été 2011 par rapport à 2010**

Gains/pertes de ventes uniquement liés à la météo\* (en volume) - Indices METEOECO® Total France par rapport 2010

	Juin (S22 à S26)	Juillet (S27 à S30)	Aout (S31 à S34)	Cumul Été (S22 à S34)	Cumul printemps & été (S9 à S34)
<b>Concentrés d'agrumes</b>	<b>-11,5%</b>	<b>-26,3%</b>	<b>+8,6%</b>	<b>-11,4%</b>	<b>-3,0%</b>
<b>Sirops</b>	<b>-9,5%</b>	<b>-21,7%</b>	<b>+2,5%</b>	<b>-10,2%</b>	<b>-4,0%</b>
<b>Glaces</b>	<b>-5,3%</b>	<b>-22,1%</b>	<b>+2,1%</b>	<b>-9,7%</b>	<b>+1,3%</b>
<b>Eaux plates</b>	<b>-6,2%</b>	<b>-16%</b>	<b>+2,1%</b>	<b>-7,0%</b>	<b>-1,3%</b>

\* au final, l'évolution des volumes de ces produits en grandes surfaces diffère de ces seuls impacts météo, cf. impacts marketing et publi-promotionnels.

### TOP – Les produits météo-gagnants de l'été 2011 par rapport à 2010

Gains/pertes de ventes uniquement liés à la météo\* (en volume) - Indices METEOECO® Total France par rapport 2010

	Juin (S22 à S26)	Juillet (S27 à S30)	Aout (S31 à S34)	Total Été (S22 à S34)	Cumul printemps & été (S9 à S34)
<b>Bouillons</b>	+5,4%	+14,2%	0%	+6,2%	-0,4%
<b>Mélanges de légumes surgelés</b>	+3,7%	+15,3%	-4,6%	+4,3%	-1,5%
<b>Féculeux</b>	+0,1%	+10,2%	-2,1%	+2,3%	-2,7%

\* au final, l'évolution des volumes de ces produits en grandes surfaces diffère de ces seuls impacts météo, cf. impacts marketing et publi-promotionnels.

### Les deux semaines les plus marquantes de l'été 2011

**Focus semaine du 18 au 24 juillet (S29) :** températures maximales 5,1°C plus basses en 2011 qu'en 2010 ; déficit de 35% d'ensoleillement.

- Boissons sans alcool gazeuses (softs, sodas): **-14,8%**
- Bières: **-21,7%**
- Infusions : **+13%**

**Focus semaine du 15 au 21 aout (S33) :** températures maximales 2,0°C plus élevées en 2011 qu'en 2010; excédent de +22% d'ensoleillement.

- Boissons sans alcool, gazeuses (softs, soda) : **+14,4%**
- Bières : **+8,2%**
- Infusions : **-6,7%**

### Des différences géographiques peu marquées cette année

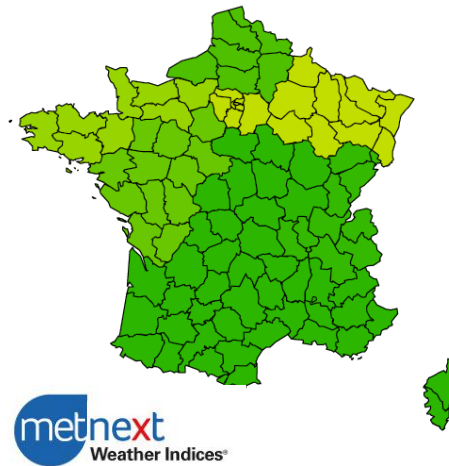
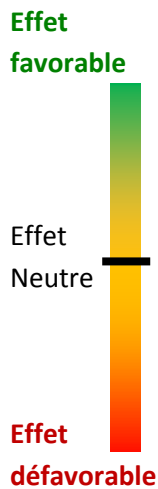
Dans toutes les régions et en considérant l'ensemble des 3 mois, les produits d'été ont souffert de la météo et les produits d'hiver connu un surplus de ventes.

- Une meilleure résistance des régions du Nord et du Nord-Est, plus coutumières des périodes maussades en été
- Des effets importants dans les régions Sud en juillet, peu habituées aux périodes maussades, non totalement compensés par un meilleur mois d'Août

Exemples sur un produit d'hiver et un produit d'été :

**INFUSIONS** - Surplus de ventes lié à la météo – été 2011 par rapport à la moyenne saisonnière – Analyse régionale

---

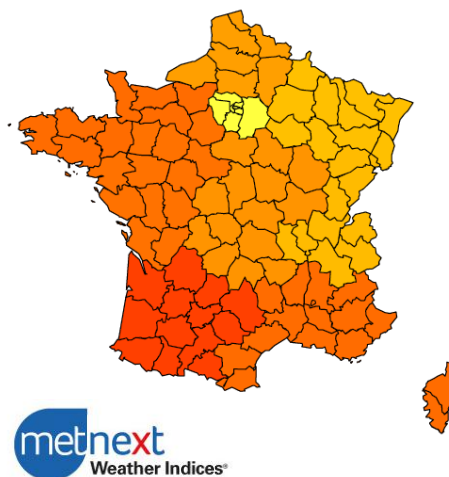
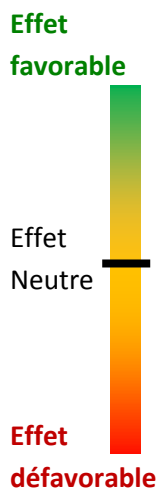


La moins impactée :  
le Nord-Est **+1,3%**

La plus impactée :  
le Sud-Ouest **+2,9%**

**BOISSONS GAZEUSES SANS ALCOL (softs, sodas)** - Manque à gagner lié à la météo – été 2011 par rapport à la moyenne saisonnière - Analyse régionale

---



La moins impactée (jaune):  
l'Île-de-France **-0,1%**

La plus impactée (rouge) : Le  
Sud-Ouest **-3,9%**



**A propos de METNEXT : [www.metnext.com](http://www.metnext.com)**

Filiale de Météo-France et de CDC Climat, METNEXT est spécialisé dans l'analyse de l'impact météo-climatique sur les entreprises et la fourniture de solutions opérationnelles.

Les outils et indices conçus par METNEXT modélisent les relations entre les paramètres météo et l'activité des entreprises pour les aider à quantifier et analyser l'impact climatique sur leur activité.

Les experts METNEXT accompagnent des sociétés de référence de toutes tailles dans les secteurs de l'énergie, de l'agroalimentaire, des produits de grande consommation, de la distribution, des loisirs, de l'assurance et de la finance.

METNEXT : 17, rue de la Banque 75002 Paris

**Pour toute information, contactez notre attachée de presse : EquiLibrE**

Florence Dapoigny : Tél 01 39 25 00 33 - 06 60 49 83 95 - [equilibre.dapoigny@club-internet.fr](mailto:equilibre.dapoigny@club-internet.fr)

**A propos de NIELSEN : [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)**

NIELSEN Holdings N.V. (NYSE: NLSN) est une société internationale d'information et d'études, leader dans l'information marketing et consommateur, la mesure d'audience TV et autres media, l'intelligence online, la mesure sur mobile, les événements commerciaux.

Nielsen est présent dans une centaine de pays, son siège réside à New York, Etats-Unis, et Diemen, aux Pays-Bas.