

COMMUNIQUE DE PRESSE

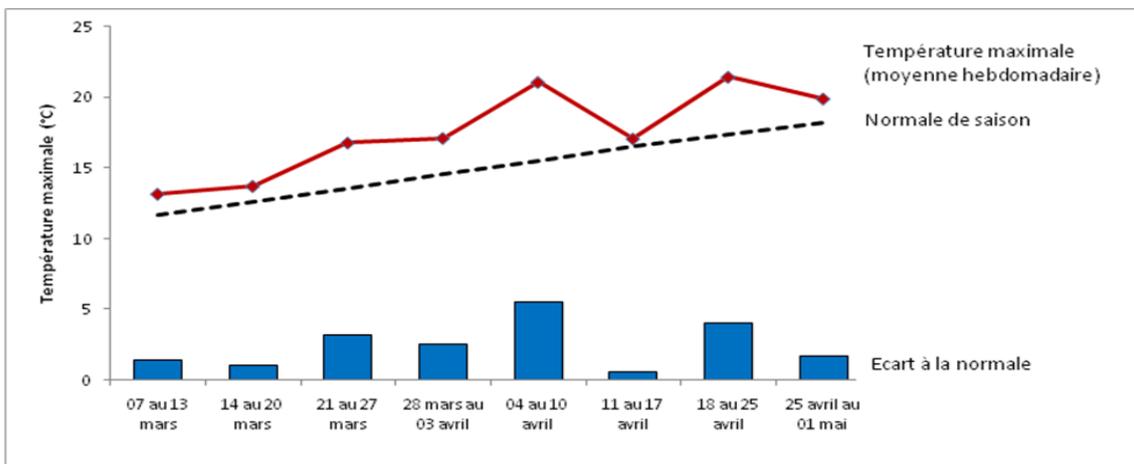
Paris, le 6 Mai 2011

## Mars/avril 2011 – Une météo exceptionnelle, un effet notable sur la consommation

### Un temps durablement ensoleillé et chaud, atypique pour le printemps:

Avril 2011 est annoncé comme le **deuxième mois d'avril le plus chaud depuis 1900** avec une température moyenne supérieure de 4°C aux normales saisonnières (source Météo France). Et parmi le plus sec depuis 1959.

Du 7 mars au 1<sup>er</sup> mai 2011, nous venons de vivre **8 semaines consécutives avec des températures moyennes hebdomadaires supérieures aux normales saisonnières.**



### Un impact notable sur la consommation : *Un lancement des produits d'été réussi !*

Les experts de METNEXT spécialisés dans l'analyse de l'impact météo-climatique, et NIELSEN, spécialiste de l'analyse des ventes en Grandes et Moyennes Surfaces, **ont mesuré un effet important sur la consommation de certains produits d'été en ce début de saison.**

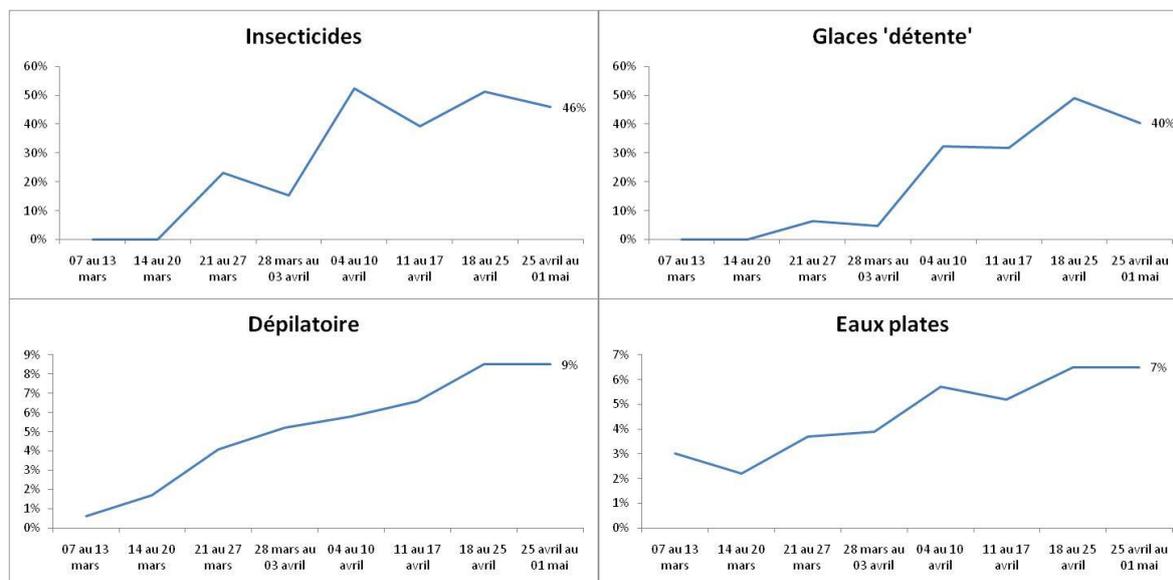
Cette configuration météorologique exceptionnelle a permis de lancer, bien plus tôt que prévu, la consommation des produits dits d'été.

L'impact de cette météo particulière sur les ventes en GMS est quantifié par les indices METEOECO: ils mesurent le **surplus de consommation** d'un produit sous le seul effet de la météo.

## Indices cumulés du 7 mars 2011 au 1<sup>er</sup> mai 2011 par rapport à 2010 :

- Surplus de consommation de **+5% à +15% pour les boissons**, dont 7% sur les **eaux plates** et 6% sur les **eaux gazeuses**
- Surplus de consommation de **+ 13 % pour les concentrés d'agrumes**
- **+9%** pour les **crèmes dépilatoires** en France avec des surplus de presque **20%** la semaine la plus ensoleillée du 24 avril 2011. On note dans le Nord une hausse spectaculaire atteignant les **+28%** cette même semaine.
- Surplus de consommation de **+ 46% pour les insecticides**
- Surplus de consommation de **+ 40% sur les glaces détente**
- A l'inverse, **les féculents** enregistrent de leur côté un manque à gagner de 5% (impact négatif)
- Les **légumes surgelés** et les **biscuits pâtisseries** rejoignent eux aussi le baromètre des flops avec des manques à gagner de -6% et -3% respectivement sur la période.

**« Depuis Juin 2006, nous n'avions pas rencontré deux mois ininterrompus au-dessus des normales saisonnières. Ensoleillement, chaleur, vacances de Pâques : tous ces facteurs ont été favorables au lancement précoce des produits d'été »** explique Frédéric Bardoux – Président de METNEXT.



Graphique des surplus de ventes cumulés entre le 7 mars et le 1<sup>er</sup> mai 2011

La météo et les variations climatiques ont une influence déterminante sur l'activité de nombreux secteurs économiques, les indices METEOECO® traduisent l'impact de la météo sur les ventes en Grandes et Moyennes Surfaces.

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

Filiale de Météo-France et CDC Climat, METNEXT est spécialisé dans l'analyse de l'impact météo-climatique sur les entreprises et est leader dans 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 analyser, quantifier et couvrir l'impact climatique sur leur activité.

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

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

The Nielsen Company est une société internationale d'information et de médias, leader sur plusieurs marchés. Nielsen est active dans les secteurs de l'information marketing et consommateur, de l'information sur les médias, de l'information en ligne, de la mesure de la téléphonie mobile, des salons commerciaux et des publications commerciales. Cette société privée est active dans environ 100 pays. Son siège social est à New York, USA.

**Pour toute information, contacter :**

**POUR METNEXT :**

**EquiLibrE** : Florence Dapoigny (attachée de presse)

20, rue Victor Bart – 78000 Versailles – Tél : 01 30 25 00 33 / 06 60 49 83 95 - Mail : [equilibre.dapoigny@club-internet.fr](mailto:equilibre.dapoigny@club-internet.fr)

**POUR NIELSEN :**

Sylvie Zuliani : Responsable Communication - Tél : 01 34 41 41 13 - Mail : [sylvie.zuliani@nielsen.com](mailto:sylvie.zuliani@nielsen.com)

Sébastien Monard – Insights Manager - Tél : 01 34 41 41 82 - Mail : [sebastien.monard@nielsen.com](mailto:sebastien.monard@nielsen.com)