



PANDA EURL
1 Carrefour de Longchamp
Bois de Boulogne
75016 Paris

RAPPORT DE GERANCE
AU 30 JUIN 2010

I. Activité, résultat et situation financière

I.1) Rappel de l'objet et des activités de PANDA EURL

La forme juridique de la société Panda est une Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée, créée en 1992 par la Fondation WWF France qui en est l'associé unique.

Panda EURL a pour objet le développement de la marque en France et dans tous les pays, à savoir, conformément à ses statuts :

« toutes activités de promotion et communication se rapportant à la protection de la nature et de l'environnement ».

« L'achat, vente, location, commission, conception, fabrication, distribution, commercialisation de tous produits et services relevant de tous domaines et notamment ceux fabriqués ou commercialisés dans le cadre de la protection de la nature et de l'environnement ».

Les activités de Panda sont tout à fait conformes aux statuts.

I.2) Evénement significatif de l'exercice

Le 30 Novembre 2005 la Fondation WWF-France a décidé d'effectuer un abandon de créances envers la société Panda Eurl de 235 K€ assorti d'une clause de retour à meilleure fortune et comptabilisé sur l'exercice clôturant au 30 juin 2005. Il était convenu que Panda Eurl rembourse la Fondation lors d'un retour à meilleure fortune. Au cours de l'exercice, des performances excédant les prévisions budgétaires ont pu être constatées et permettent dans le cadre d'un avenant à la convention initiale daté du 30 septembre 2010, prenant effet sur l'exercice, de comptabiliser une charge à payer vis-à-vis de la Fondation pour un montant de 60 K€.

I.3) Exposé des résultats

Les recettes sur 2009/2010 sont de **2,77** millions d'euros et les dépenses sont de **2,70** millions d'euros, ce qui donne un résultat positif de **+64 K€**

Le résultat se décompose en un résultat d'exploitation largement positif (+184 k€), un résultat financier négatif (-67 k€) lié à la reprise partielle d'un abandon de créances consenti en 2005 par la Fondation WWF France et un résultat exceptionnel négatif (-56k€).

Sur le plan de l'activité, les produits d'exploitation sont globalement stables cette année par rapport à l'année dernière (-2%). Cette stabilité masque en fait une hausse des licences liées aux produits partage et par ailleurs l'absence d'une opération exceptionnelle de communication sur le climat présente l'année dernière dans les comptes de Panda.

Les charges ont quant à elles été réduites (-11%), conformément au souhait de rééquilibrage des comptes de la filiale.

➤ **Répartition des produits de l'exercice 2009/2010 :**

La décomposition des produits par département et par code analytique permet de bien appréhender l'origine des revenus de cette année et comparer leur décomposition par rapport à celle de l'année dernière.

PRODUITS	Montant en K€ 10	%	Montant en K€ 09	%	Evolutio n n/n-1
Licence et prestations de service partenariat entreprises	1 729	62	1 603	56	8%
Vente par correspondance Ivoire	207	7	230	8	-10%
Vente à distance (e boutique)	133	5	44	2	300%
Institut de formation et évènementiel (1600 pandas)	75	3	88	3	-15%
Panda Mag	75	3	100	4	-25%
Produits des refacturations et produits exceptionnels	427	15	311	11	+37%
Autres	122	5	370	16	-67%
TOTAL	2768	100	2841	100	-3%

Le revenu est en majorité composé de revenus de licences des produits partage développés par le partenariat entreprises. Cette année, environ 40 contrats ont généré des revenus, principalement au niveau des licences. Cette source de revenus est en croissance par rapport à l'année passée, en dépit de la crise économique.

Les produits issus de la vente par correspondance classique (canal Ivoire) enregistrent pour leur part de faibles performances, même si la rentabilité de ce canal reste bonne, et les risques extrêmement limités. En effet, nous ne gérons pas les stocks des ventes. En ce qui concerne la vente à distance, les ventes progressent.

Les produits liés à la vente de formation et à l'évènementiel sont en légère décroissance par rapport à l'année dernière, dans la mesure où nous n'avons pas réalisé de prospection active. Il est prévu une relance de la prospection sur le projet Institut de Formation pour l'année à venir.

Le magazine Panda Mag enregistre pour sa part une année médiocre, en baisse par rapport à l'année dernière. Un plan d'équilibrage des comptes est en cours de finalisation.

Les produits de refacturations et produits exceptionnels sont liés aux opérations de refacturation entre structures, ainsi qu'à des reversions liées aux contrats aidés. Ils sont en hausse par rapport à l'année dernière, et évoluent avec le développement de l'activité.

Les autres produits (liés aux opérations de communication) sont cette année limités, dans la mesure où ils correspondaient l'année dernière à une opération exceptionnelle de communication menée sur le climat, en partenariat avec European Climate Foundation.

- **Répartition des charges de l'exercice 2009/2010 :**

Les charges de l'exercice s'élèvent à 2 704 323 € et se décomposent comme suit :

Charges	Contenu	Montant en K€ 10	%	Montant en K€ 09	%	Evolutio n n/n-1
Achats de marchandises	Achat de produit pour revente par la VPC	165	6	119	4	39%
Variation de stock	Stock des produits achetés	-50	-2	-72	-2	-30%
Autres achats et Charges externes	Ensemble des prestations de service (comm., dév., frais généraux)	1 264	47	1541	53	-18%
Salaires	Frais salariaux	490	18	576	20	-15%
Charges sociales		264	10	314	11	-15%
Impôts et taxes	Taxe d'apprentissage, formation continue, taxe professionnelle	32	1	33	1	+0%
Autres charges	Part de la redevance à l'international, dotation aux amortissements liés à la concession	289	11	319	11	-9%
Dotation aux amortissements	Amortissement des immos (équipement, informatique)	62	2	39	1	+59%
Dotation aux provisions	Provision pour clients douteux	60	2	26	1	130%
Charges financières		67	2	10	-	+570%
Charges exceptionnelles		61	2	4	-	+1425%
Impôt sur les bénéfices				4	-	
TOTAL		2 704	100	2 913	100	

La répartition des dépenses connaît peu d'évolution par rapport à l'année 08/09.

L'évolution des postes achat de marchandises et variation de stock montre que nous avons acheté cette année pour vendre et avons également reconstitué une partie de notre stock.

Les achats et charges externes ont baissé en raison de l'absence de l'opération spéciale de communication d'une part et de la maîtrise des coûts des actions menées dans le cadre des produits partage.

Les salaires et charges associées ont diminué en raison de la réduction de l'effectif au sein de Panda.

Les dotations aux amortissements ont augmenté en raison de l'achat de nouveaux logiciels (logiciel comptable CEGID, nouveau système de messagerie électronique).

Les charges financières correspondent cette année à une reprise partielle de l'abandon de créances consenti par la Fondation à Panda EURL au moment de la réhabilitation du siège social par Panda.

- **Ratios charges sur produits par code analytique**

Les ratios charges/ produits des principaux produits analysés ci-dessus donnent les résultats suivants :

PRODUITS	Montant en K€ 10	Montant en K€ 09
Licence et prestations de service partenariat entreprises	27%	34%
Vente par correspondance Ivoire	17%	78%
Vente à distance (e boutique)	136%	254%
Institut de formation et évènementiel (1600 pandas)	61%	67%
Panda Mag	243%	161%

Cette année, les produits dégagant une rentabilité intéressante sont les produits sous licence, la vente par correspondance Ivoire et les produits liés à l'Institut de formation et l'évènementiel. Concernant les autres lignes de produits, un plan d'action de redressement de leur rentabilité respective est en cours.

I.4) Situation financière

- **Analyse du bilan:**

Les fonds propres, historiquement constitués du capital social de 7 622 €, ont progressivement augmenté en raison de résultats positifs depuis plusieurs années et totalisent en fin de période **222 k€**.

Le passif exigible est principalement constitué de dettes vis à vis de la Fondation WWF. La dette à long terme est remboursée selon un échéancier de paiement pré établi et défini jusqu'en 2013 pour les emprunts. Les produits constatés d'avance, c'est à dire devant être pris en compte dans le chiffre d'affaires de l'année prochaine, est un peu supérieur à celui de l'année dernière (416 k€).

Une part importante de l'actif est représentée par les immobilisations corporelles du nouveau siège et les immobilisations informatiques.

Concernant l'actif circulant, les créances sont en baisse, résultat de l'effort de recouvrement porté cette année.

- Règlements sur les actifs :

Les comptes de l'exercice 2009/2010 sont établis conformément au règlement CRC 2004-06 du 23 novembre 2004 homologué par arrêté du 24 décembre 2004 (JO 1.1.2005) entraînant la modification du Plan Comptable Général (PCG résultant du CRC 99-03). Panda eurl a pris en compte les modifications affectant les actifs l'année précédente.

- Partenariats commerciaux et abonnements à Panda Mag :

Pour la cinquième année, dans le cadre des partenariats commerciaux, les revenus minima garantis ont été ajustés et étalés selon la période couverte par le contrat et non plus selon les versements. Sur l'exercice 2009/2010 l'impact en produits constatés d'avance s'élève à +416 K€, et en factures à établir s'élève à 81 K€.

- **Analyse des investissements effectués :**

Les principaux investissements réalisés ont été :

- L'achat de quelques ordinateurs et meubles de bureau
- L'investissement en logiciels (CEGID, nouveau logiciel de messagerie)

- **Analyse de la trésorerie :**

La trésorerie disponible au 30 juin 2010 s'élève à 62 K€

Au cours de l'année 2009/2010, la dette de Panda Eurl envers la Fondation WWF-France est passée à 727 k€. Une convention de trésorerie retrace les mouvements entre Panda et la Fondation.

I.5) Perspectives d'avenir :

Le budget FY11 est un budget de prudence par rapport à l'année FY10. Il prévoit 2 m€ de recettes et 2 m€ de dépenses.

II. Les dirigeants

La gérance est exercée par Monsieur Serge Orru.

III. Impact social de l'activité

La structure compte 12 salariés présents au 30 Juin 2010, dont onze cadres et un non cadre.

La situation est en légère diminution par rapport au 30 Juin 2009 (16 salariés).

III. Impact environnemental de l'activité

De part son objet même, Panda favorise la promotion et les ventes de produits « écologiques », tant au niveau du catalogue de vente par correspondance que par l'intermédiaire des partenariats entreprises.

Sur le plan de ses activités même, Panda a financé la réhabilitation du nouveau siège social de la Fondation WWF, chargé d'accueillir les salariés de Panda et de la Fondation WWF. Des critères écologiques ont été pris en compte dans tous les corps de métiers concernant cette réhabilitation.

Au niveau des salariés, un calcul d'empreinte écologique a été fait et un plan d'action est mis en place pour proposer des actions d'amélioration en terme de gestion des consommables, des déchets, de l'énergie et de l'eau et des modes de transport.

IV. Filiales et participations

Aucune filiale ni participation n'est enregistrée.