



Fondation WWF-France

Fonds Mondial pour la Nature

Bois de Boulogne

1 Carrefour de Longchamp

75016 Paris

Siret 302 518 667 000 50

RAPPORT DE GESTION

AU 30 JUIN 2015

I. Activité, résultat et situation financière

I.I Rappel de la mission de la Fondation WWF France

La Fondation WWF France a clairement défini son objet dans ses statuts, conformément aux axes d'orientation déterminés par le WWF international, à savoir : " Enrayer, voire stopper la dégradation de l'environnement dans le monde et construire un avenir dans lequel l'humanité vivra en harmonie avec la nature ".

Depuis sa création en 1973, le WWF France se veut porteur de changement concret. Privilégiant l'action, sa démarche s'appuie sur le dialogue, la concertation et développe le partenariat. La Fondation recherche, avec l'ensemble des acteurs, des solutions techniques, économiques et sociales pour la protection de notre planète et la mise en place d'un développement durable.

I.II Points clés 2014 / 2015

- Les produits d'exploitation augmentent de 1 576 K€ soit +10,4%.
- Les charges d'exploitation baissent de 440 K€, soit -2,77%.
- Le résultat d'exploitation est un excédent de + 1 304 K€, soit 7,8% des produits d'exploitation contre un déficit de - 713 K€ au 30/06/14.
- Le résultat financier est positif de +185 K€.
- Le résultat exceptionnel est de +101 K€.
- Le report des ressources non utilisées est de 63 K€ contre 318 K€ l'année dernière.
- Les engagements à réaliser sur les ressources affectées de l'année s'élèvent à 673 K€ contre 83 K€ en 2013/2014
- L'excédent global de la Fondation est de + 979 K€, soit 5.85 % du total des produits. Sous réserve de la décision du Conseil d'Administration l'excédent sera affecté comme suit :
 - 10% en complément de dotation soit 98K€,
 - 102K€ en « Autres réserves » pour la quote-part 2014/2015 des reprises de subventions d'investissements,
 - le solde de l'excédent soit 779K€ serait réparti entre le report à nouveau et un fonds associatif spécifique « OCEAN ».
- Le total des fonds propres augmente de 877 K€ correspondant à l'excédent de l'exercice déduction faite de la reprise exceptionnelle de subventions d'investissement d'un montant de 102 K€, et représentent cette année 11,3 M€, soit 52% du passif du bilan.

I. I.III Exposé des résultats

A. Analyse des produits et charges sur le plan comptable

Avec 17 millions d'euros de produits (produits d'exploitation + produits financiers + produits exceptionnels + reprise des engagements à réaliser) et 16,1 millions d'euros de charges (dont fonds dédiés), l'exercice 2014/2015 a dégagé un excédent de 979 K€.

Les produits d'exploitation représentent 16,7M€, soit 10% de plus qu'en 2013/2014.

Cette hausse de 1 576 K€ correspond entre autres explications à:

- Une hausse des dons particuliers de 736 K€
- Une hausse des revenus des mécénats de 630 K€
- Une hausse des produits des legs de 305 K€,
- Une baisse des subventions publiques de 309 K€
- Une reprise sur provisions de 309 K€
- Une baisse des transferts de charges (refacturations vers les filiales, Eurl Panda et SAS WWF Domaines de Longchamp, -210K€)

Les charges d'exploitation représentent 15.4 M€, soit -2.77% de moins qu'en 2013/2014.

Les trois postes principaux restent les achats et charges externes (46% du total vs 45% l'année dernière), les charges salariales, (31% vs 28%), et les contributions versées à d'autres organismes (9%, vs 11,6% en 2013/2014).

- Les charges externes, correspondant aux coûts de collecte de fonds auprès des particuliers, aux prestations sous traitées dans le cadre des programmes de conservation et aux prestations de sous-traitance de nature frais généraux
- Les charges salariales augmentent légèrement de 5.65% en lien avec l'augmentation de l'effectif moyen (2 personnes).

Les autres charges (9% du total vs 11.6% en 2013/2014), les dotations amortissements et provisions (4% vs 6%), les impôts et taxes (2,45% vs 2,55% en 2013/2014) complètent les charges d'exploitation.

- Les autres charges comprennent la redevance versée au WWF International
- Les impôts et taxes baissent de 5%. Ce poste intègre des taxes sur les salaires et de la formation continue.

Nous enregistrons cette année un excédent financier de 185K€ vs 255 K€ en 2013/2014

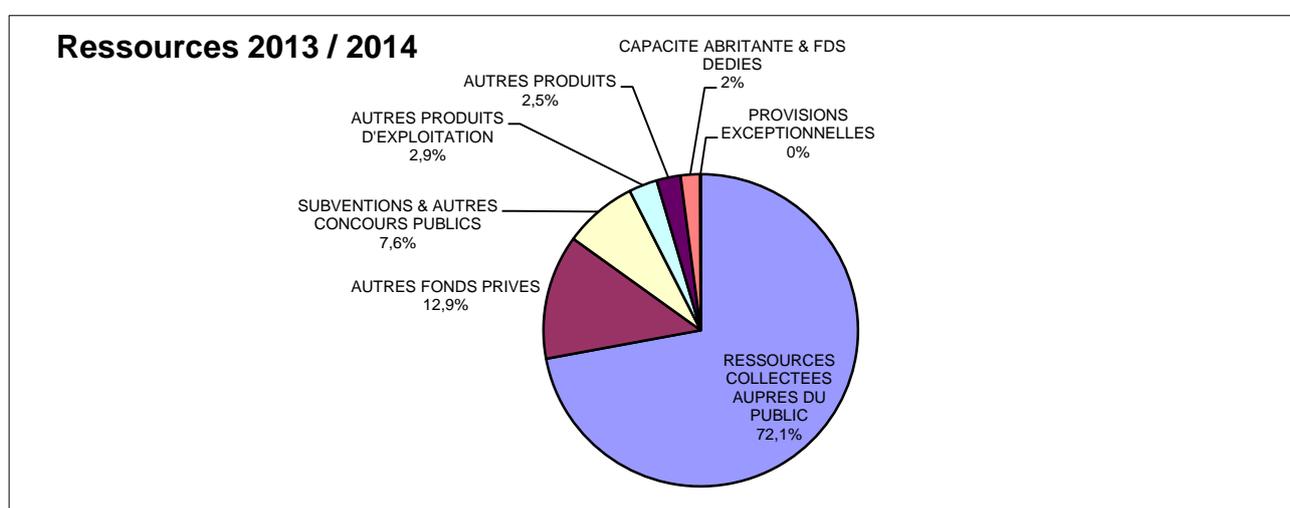
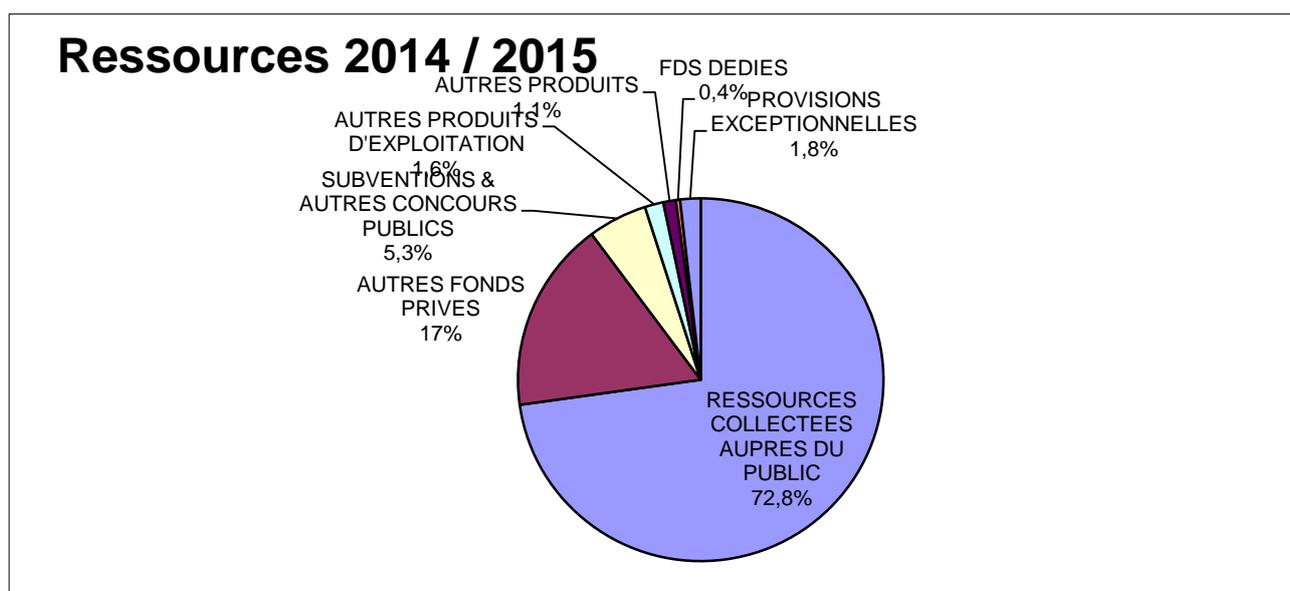
Le résultat exceptionnel est positif, +141K€, et comprend notamment la reprise sur subventions d'investissements sur bien non renouvelables (+ 102K€).

B Analyse des ressources

Le compte des emplois et des ressources, partie intégrante des annexes aux comptes annuels, est ici analysé en distinguant cinq grandes catégories de ressources :

- Produits issus de la générosité du public : dons particuliers et legs,
- Les autres fonds privés : cette rubrique comprend les partenariats « entreprises », les dons du réseau WWF destinés à financer des programmes français ou internationaux, ainsi que des dons ou subventions privés,
- Les subventions et autres concours publics,
- Les autres produits d'exploitation : il s'agit principalement de produits liés au transfert de charges vers Panda EURL, notamment la refacturation d'une partie des coûts de fidélisation et prospection des adresses mailing au niveau de la vente par correspondance,
- Les autres produits : cette rubrique comprend les produits financiers et exceptionnels.

Par rapport à l'exercice antérieur 2013/2014, la répartition des ressources sur l'exercice 2014/2015, comme l'illustrent les deux graphes ci-après, montrent une hausse substantielle du poids des ressources des fonds privés et une stabilité des ressources collectées auprès du grand public.



B.1. Ressources issues de la générosité du public

RESSOURCES COLLECTEES AUPRES DU PUBLIC	exercice 2014/2015	% / total	exercice 2013/2014	% / total	% variation
- Dons manuels non affectés	10 818 786	63,3%	10 323 899	64,9%	4,8%
- Dons manuels affectés	258 527	1,5%	187 263	1,2%	38,1%
- Legs non affectés	1 210 537	7,1%	905 803	5,7%	33,6%
- Legs affectés	0	0,0%	0	0,0%	-
- Autres produits liés à la générosité du public	7 676		43 040		-82,2%
Total	12 295 526	72,0%	11 460 005	72,1%	7,3%

La part des ressources collectées auprès du public reste stable entre 2013/2014 et 2014/2015. En valeur absolue, les ressources collectées auprès du grand public augmentent de 7,3%.

Les dons manuels affectés et non affectés sont en augmentation cette année (+566 K€), ainsi que les legs pour (+305K€).

Les donateurs actifs se chiffrent au nombre d'environ 220 000 au 30 juin 2015, et le don moyen est proche de 80 euros.

Evolution depuis 5 ans : la progression des dons des particuliers depuis les 5 dernières années est substantielle, et ce malgré un durcissement de la crise économique.

Progression des dons particuliers sur 5 ans

	les 5 dernières années				
	FY15	FY14	FY13	FY12	FY10
Dons des particuliers en €	11 077 313	10 511 162	9 838 908	9 174 124	9 060 409
Evolution N/N-1	5%	7%	7%	1%	18%

En ce qui concerne les legs, l'évolution est plus erratique d'une année sur l'autre, mais la tendance se situe nettement au-dessus des 500 k€ par an :

Progression des legs sur 5 ans

	les 5 dernières années				
	FY15	FY14	FY13	FY12	FY11
Legs en €	1 210 537	905 803	809 793	1 073 366	722 947
Evolution N/N-1	+34%	12%	-25%	48%	-24%

B.2. Ressources issues d'autres fonds privés

La part des fonds privés est en forte augmentation par rapport à l'année dernière, passant de 12,9 % à 17,3 % du total des ressources de la Fondation.

Cette augmentation doit être analysée en trois sous-ensembles :

- Les dons sociétés correspondent à des contrats de mécénat stratégique et des dons sociétés liées à des projets particuliers. Ils sont cette année en forte hausse, +40%
- Les dons issus du réseau proviennent principalement des Etats-Unis, des Pays Bas et du WWF International. Ils abondent des projets liés à la forêt et à la pêche,
- Les dons des Associations sont en forte baisse (- 53,9%)

AUTRES FONDS PRIVES	exercice 2014/2015	% / total	exercice 2013/2014	% / total	% variation
- Dons sociétés non affectés	1 052 619	6,2%	0	0,00%	-
- Dons sociétés affectés	1 589 560	9,3%	1 880 855	11,83%	-15,5%
- Dons réseau WWF non affectées	0	0,0%	0	0,00%	-
- Dons réseau WWF affectées	288 810	1,7%	130 920	0,82%	120,6%
- Dons Associations non affectées	0	0,0%	0	0,00%	-
- Dons Associations affectées	17 578	0,1%	38 090	0,24%	-53,9%
Total	2 948 566	17,3%	2 049 865	12,9%	43,8%

Evolution depuis 5 ans : Les dons sociétés après une forte baisse en 2013/2014 retrouvent le niveau des exercices 2012/2013 à 2.9M€.

	les 5 dernières années				
	FY15	FY14	FY13	FY12	FY11
Dons des sociétés en €	2 642 178	1 880 855	2 616 191	3 811 013	3 141 667
Evolution N/N-1	40%	-28%	-31%	21%	-3%

(1) les dons sociétés s'entendent hors subventions du réseau

B.3 Subventions publiques

La part des subventions publiques est en forte baisse (5,2 % des ressources totales contre 7.6 %).

SUBVENTIONS & AUTRES CONCOURS PUBLICS	exercice 2014/2015	% / total	exercice 2013/2014	% / total	% variation
- Subventions publiques	896 534	5,2%	1 206 107	7,6%	-25,7%
Total	896 534	5,2%	1 206 107	7,6%	-25,7%

Evolution depuis 5 ans : Une évolution erratique d'une année sur l'autre.

	les 5 dernières années				
	FY15	FY14	FY13	FY12	FY11
Subventions publiques en €	896 534	1 206 107	1 308 992	791 613	1 098 422
Evolution N/N-1	-26%	-8%	65%	-28%	-35%

B.4. Autres produits d'exploitation

La part des autres produits est en forte baisse par rapport à l'année dernière -39,6%. Les autres produits représentent 1,6% des ressources totales contre 2,9%).

AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION	exercice 2014/2015	% / total	exercice 2013/2014	% / total	% variation
- Droits d'auteurs	4 269	0,0%	7 827	0,0%	-45,5%
- Ventes diverses	83 439	0,5%	44 919	0,3%	85,8%
- Prestations de services	0	0,0%	0	0,0%	-
- Produits des activités annexes	0	0,0%	0	0,0%	-
- Produits divers de gestion	146	0,0%	2	0,0%	-
- Transfert de charges	192 594	1,1%	411 940	2,6%	-53,2%
Total	280 449	1,6%	464 688	2,9%	-39,6%

Parmi les autres produits, les montants significatifs portent sur les transferts de charges entre structures.

B.5. Autres produits

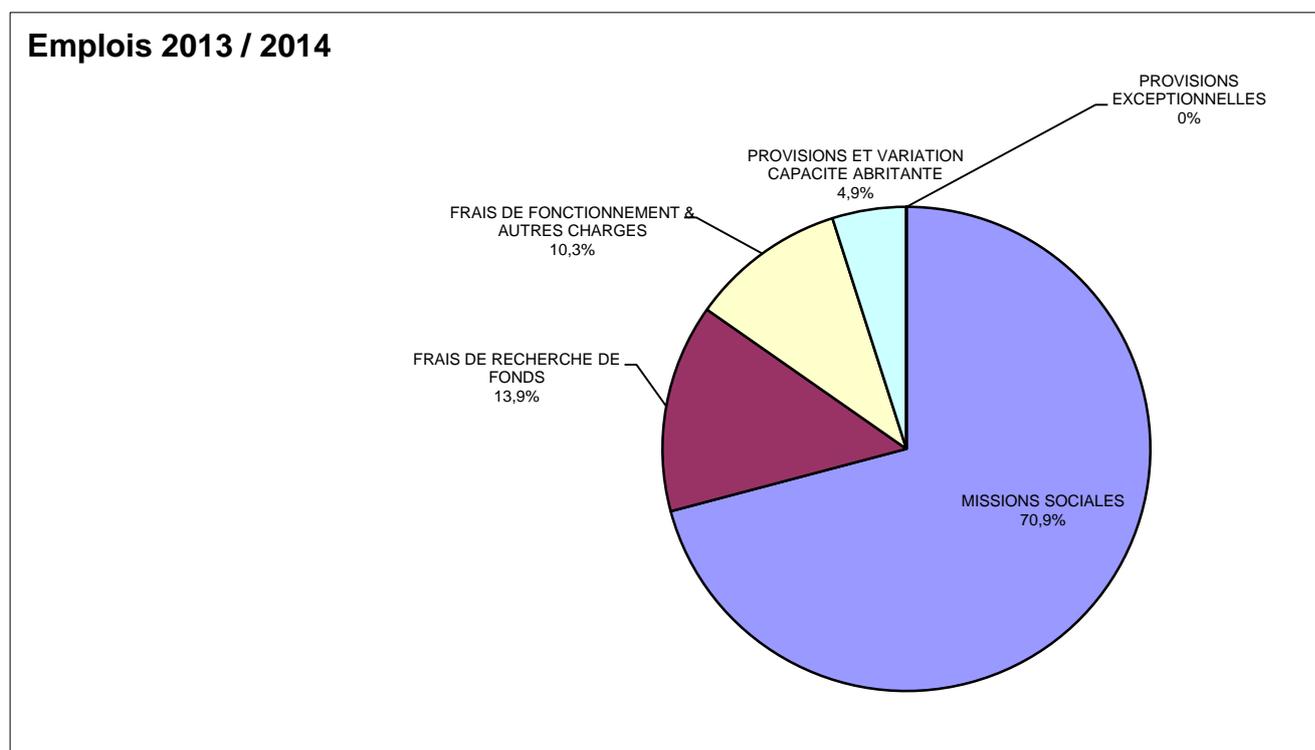
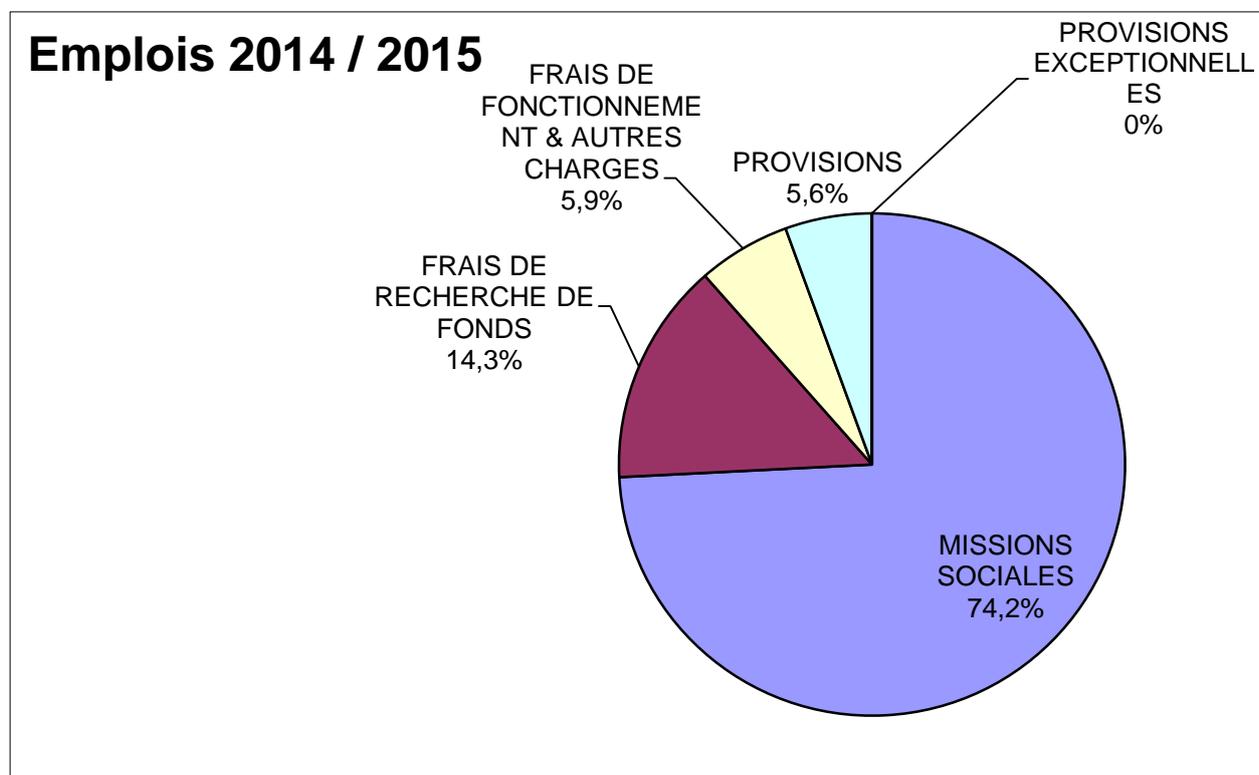
AUTRES PRODUITS	exercice 2014/2015	% / total	exercice 2013/2014	% / total	% variation
- Produits financiers	179 214	1,0%	211 757	1,3%	-15,4%
- Produits exceptionnels	109 789	0,6%	180 646	1,1%	-39,2%
Total	289 003	1,7%	392 402	2,5%	-26,4%

La part des autres produits sur le total des ressources baisse par rapport à l'exercice précédent, principalement en raison des produits exceptionnels de l'exercice 2013/2014.

C. Analyse des emplois

La part des missions sociales augmentent fortement d'une année sur l'autre (74.2% vs 70,9%)

La part des frais de fonctionnement et autres charges diminuent d'une année sur l'autre (10,3% à 5.9%)



C.1. Dépenses affectées aux missions

Les missions sociales ont été ventilées conformément au compte emplois ressources entre opérations par missions réalisées à l'étranger et opérations réalisées en France.

MISSIONS DES PROGRAMMES	exercice 2014/2015	% / total	exercice 2014/2015	% / total	% variation
- Opérations missions réalisées en France :	5 760 639	35,8%	3 958 124	24,8%	45,5%
- Mise en œuvre des programmes	88 114	0,5%	821 896	5,1%	-89,3%
- Education et Sensibilisation	3 999 888	24,8%	4 161 847	26,0%	-3,9%
Sous Total	9 848 641	61,2%	8 941 867	55,9%	10,1%
- Opérations missions réalisées à l'étranger :	1 144 585	7,1%	1 350 073	8,4%	-15,2%
International - Autres	1 129 729	7,0%	1 035 217	6,5%	9,1%
Sous Total	2 274 314	14,1%	2 385 290	14,9%	-4,7%
Total	12 122 955	75,3%	11 327 157	70,9%	7,0%

Outre les charges directes des missions, une partie des frais généraux (présents dans le département administration et finances), est réallouée aux missions sociales au prorata des effectifs respectifs.

La part des missions sociales progresse dans le total des emplois (75,3% vs 70,9%) et augmente globalement de 7% (essentiellement missions France).

L'essentiel des missions concerne des projets nationaux (61,2%) en forte augmentation de 908K€. La part des projets internationaux est en légère baisse cette année à -111K€.

En termes de taille respective, les principales missions sociales sont par ordre décroissant :

- Les opérations réalisées en France avec 5,8 m€.
- L'Education et surtout la Sensibilisation, avec 4 m€, qui intègre notamment une partie des actions Marketing et Communication,
- Les programmes internationaux, avec 2,3m€, comprenant les activités internationales liées aux priorités du réseau, ainsi qu'au financement de programmes prioritaires via la contribution réseau

En termes de méthode de comptabilisation du Compte d'Emplois des Ressources, la définition des missions sociales, actée par le Bureau et le Conseil d'Administration, inclut :

1. l'ensemble des programmes de conservation, menés en France ou à l'étranger, incluant la participation aux programmes du réseau WWF.
2. l'ensemble des actions menées par le service Mobilisation Bénévolat. Ces actions correspondent en effet à un travail de sensibilisation du grand public.
3. la partie sensibilisation des actions menées par le département Marketing. En effet, le grand public est sensibilisé par des actions menées dans la rue, aussi bien que par la réception à domicile ou sur internet d'informations expliquant ce que fait le WWF.

4. la partie sensibilisation menée par le département des Relations Entreprises. La volonté de ce département est de travailler de concert avec les entreprises pour que celles-ci mènent des démarches de développement durable. A ce titre, le département Relations Entreprises consacre des moyens.

5. une partie des actions menées par le département Communication du WWF France portant sur un soutien aux programmes, en terme de visibilité auprès du grand public.

6. une partie des actions menées au niveau de la Direction Générale correspondant à des opérations de lobbying auprès des collectivités locales, des pouvoirs publics et des institutions européennes et/ ou internationales pour transformer les législations en vigueur ou les faire appliquer. Par ailleurs, toutes les actions visant à étendre une stratégie d'influence sont considérées comme des missions sociales à part entière.

C.2. Frais d'appel à la générosité du public

FRAIS DE RECHERCHE DE FONDS	exercice 2014/2015	% / total	exercice 2013/2014	% / total	% variation
- Frais d'appel à la générosité du public :	2 012 523	12,5%	1 921 009	12,0%	4,8%
- Frais de recherche des autres fonds privés	319 008	2,0%	300 289	1,9%	6,2%
- Charges liées à la recherche de subventions publiques		0,0%		0,0%	
Total	2 331 530	14,5%	2 221 297	13,9%	5,0%

La part des dépenses des frais d'appel à la générosité du public est cette année de 14,5%, est en légère hausse par rapport à n-1.

Les frais d'appel à la générosité du public comprennent une partie des charges du département marketing, et une part des frais généraux au prorata des effectifs concernés.

Les frais de recherche des autres fonds privés comprennent une partie des charges du département partenariat entreprises et une part des frais généraux au prorata des effectifs concernés.

C.3. Frais de fonctionnement

FRAIS DE FONCTIONNEMENT & AUTRES CHARGES	exercice 2014/2015	% / total	exercice 2013/2014	% / total	% variation
- Frais d'information et de communication	353 331	2,2%	469 576	2,9%	-24,8%
- Frais administratifs et services communs	622 454	3,9%	1 182 082	7,4%	-47,3%
Total	975 785	6,1%	1 651 658	10,3%	-40,9%

La part des dépenses des frais de fonctionnement dans le total des emplois (6,1% contre 10,3% au 30 juin 2014) diminue fortement -40,9% par rapport à l'exercice précédent.

Les frais d'information et de communication comprennent une partie des dépenses du service communication non affectées à des programmes spécifiques et une part des frais généraux au prorata des effectifs concernés.

Les frais administratifs et services communs comprennent les charges du service Administration Finance et Personnel ainsi que les charges de la Direction Générale non répartis dans les frais généraux et une part des frais généraux au prorata des effectifs concernés.

C.4. Dotation aux provisions

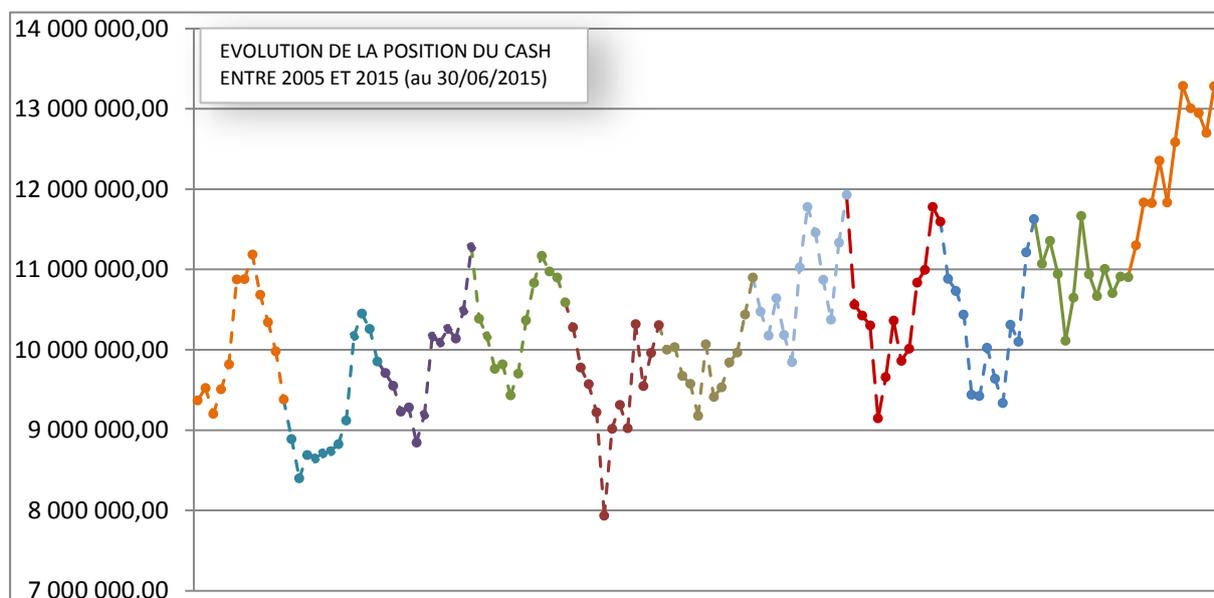
Dotations aux provisions et variation fonds dédiés	exercice 2014/2015	% / total	exercice 2013/2014	% / total	% variation
- Capacité abritante et fonds dédiés	0	0,0%	83 832	0,5%	-100,0%
- Frais de fonctionnement exceptionnel	0	0,0%	0	0,0%	0,0%
- Dotation provision	673 328	4,2%	699 942	4,4%	-3,8%
Total	673 328	4,2%	783 774	4,9%	-14,1%

La part des dotations aux provisions baisse fortement (4,2% vs 4,9%) ainsi qu'en valeur absolue (-110K€)

I.IV Situation financière

A. Analyse des placements financiers et de la trésorerie

L'évolution des placements et de la trésorerie disponible du WWF France et de ses deux filiales au cours des douze derniers mois montre une saisonnalité de nos encaissements. Fin juin 2015, la trésorerie globale est de 13,2M€ en forte progression (11 M€ au 30/06/2014).



Les placements de la Fondation WWF se décomposent comme suit.

Au 30 Juin 2015, la contrepartie de la dotation mobilière et du complément de dotation (7,07m€) est investie dans :

- 2 comptes à terme Caisse d'Epargne sur une échéance de 2 ans pour la somme de 7M€
- 1 compte sur livret pour 70K€

Les autres placements sont repartis sur :

- 3 comptes à terme Caisse d'Epargne, échéance 10/2019 pour la somme de 2M€
- 1 livret Associatis pour la somme de 2,9M€

B. Commentaires sur le bilan

Passif

1. **Les fonds propres** de la Fondation représentent 52 % du passif ou 11,3 m€.

Pour rappel, à la clôture du 30/06/2014, les subventions d'investissement perçues par la Fondation d'un montant total de 1 525 673€ pour l'acquisition de terrains ont été reclassées en « subventions affectées à un bien non renouvelable » (changement de méthode).

Par décision du conseil d'administration du 18 novembre 2014, l'impact du changement de méthode d'un montant de 1 056 658€ enregistré en report à nouveau et le produit de 101 802€ ont été affectés en autres réserves (soit un montant total de 1 158 460 €).

Le solde des « subventions affectées à un bien non renouvelable » restant à reprendre au 30/06/2015 en résultat s'établit à 265 411€.

Cf tableau de variation des fonds propres dans l'annexe des comptes au 30/06/2015.

2. **Les provisions pour risques et charges** augmentent de 141K€ d'une année sur l'autre. Les risques identifiés au 30/06/2015 ont été provisionnés par mesure de prudence sur la base des réclamations de tiers ou de salariés.
3. **Les fonds dédiés** s'élèvent à 927 k€ et correspondent aux fonds dédiés du département Conservation et aux fonds des grands donateurs non intégralement consommés. Ces fonds dédiés intègrent la création d'un fonds spécifique COP 21 pour 430 000€.
4. **Les dettes** sont à 8,6 M€ contre 7.2M€ au 30/06/2014. L'augmentation portant essentiellement sur les produits constatés d'avance.

Actif

L'actif immobilisé représente 44% du total actif vs 52% l'année précédente.

L'actif circulant est composé de la trésorerie disponible (6 259K€) ainsi que des mécénats et subventions à recevoir (4 142K€).

I.V Perspectives d'avenir

Prévisions

Les prévisions 2014/2015 ont été analysées et revues lors du Conseil d'Administration du 20 septembre 2015. Le budget 2015/2016 intègre le développement des partenariats avec des entreprises privées, la signature d'un contrat ponctuel avec la Française des Jeux et une augmentation des ressources grand public. Les dépenses prévisionnelles intègrent les moyens à mettre en œuvre pour atteindre ces objectifs. Les estimations 2015/2016 telles que présentées le 20 septembre 2015 sont les suivantes :

K€	Budget 2015/2016	Réel 2014/2015	%
Produits d'exploitation	20 200	16 412	+23%
Générosité du public	13 500	12 386	
Partenariats entreprises	4 000	2 576	
Partenariat FDJ	1 000	-	
Conservation	1 500	1 242	
autres	-	18	
interco	200	190	
Dépenses			
Salaires chargés	5 228	5 117	+2.2%
Autres charges	13 567	10 276	+32%
Impôts et taxes	40	33	+21%
Dotation Amortis. et Prov	-35	186	-
	18 800	15 612	+18.3%
Résultat d'exploitation	1 400	800	+75%
Résultat financier	150	179	-16%
Résultat net	1 550	979	+58%

II Les dirigeants

Monsieur Philippe Germa était le Directeur Général de la Fondation WWF depuis le 4 février 2013. Suite à sa disparition en août 2015, le conseil d'administration a lancé le recrutement d'un nouveau Directeur général et mis en place pendant la période intérimaire, un mode de fonctionnement permettant à la fondation de continuer ses activités dans des conditions normales.

Le conseil d'administration se compose de 11 membres élus, pour une durée de 4 ans, un Président honoraire et 3 représentants des Ministères de tutelle, à savoir le Ministère de l'Intérieur, le Ministère des Finances et le MEEDTL. Au 30 juin 2015, la liste des Administrateurs est la suivante

Isabelle Autissier - Présidente - 03/2012 - 03/2016
Luc Hoffmann - Président Honoraire - 03/2012 - 03/2016
Antoine Housset - Vice-Président - 03/2012 - 03/2016
Hervé de Rocquigny – Trésorier – 05/2014-03/2016
Matthieu Rambaud - Secrétaire - 03/2012 - 03/2016
Jean-Paul Paddack - 03/2012 - 03/2016
Jean-Paul Taris - 03/2012 - 03/2016
Monique Barbut- 05/2014 - 03/2016
Brice Lalonde-05/2014-03/2016
Philippe Cannard - Représentant du Ministère de l'Intérieur – 03/2015 - 03/2019
Fabienne Allag Dhuisme - Représentant du Ministère de l'Environnement 09/2014 -09/2018
Bernard Gaudillère - Représentant du Ministère l'Economie et des Finances 05/2013-05/2017

III Impact social de l'activité

Mouvements du personnel

Au 30/06/15, l'effectif incluant les congés maternité, parental et sabbatique, est en hausse par rapport à l'année antérieure.

30/06/2015	30/06/2014	30/06/2013	30/06/2012	30/06/2011	30/06/2010	30/06/2009	30/06/2008
75	74	79	99	85	72	74	67

En moyenne sur l'ensemble de l'année, l'effectif est de 75 salariés.

IV Impact environnemental de l'activité

Les activités de la Fondation, notamment par le biais de ses programmes, ont pour objet de lutter contre la sur-utilisation des ressources naturelles. La Fondation publie chaque année un rapport d'activité présentant les projets de l'année écoulée.

Au niveau des salariés travaillant au sein de la Fondation, le calcul d'empreinte carbone est réalisé pour les transports avec une compensation par rachat de CO2.

V. Filiales et Participations

V. I La Fondation WWF France détient des participations dans les structures suivantes :

Sociétés	n° siren	% titres détenus	valeur comptable brute	valeur comptable nette	% dépréciation	montant capitaux propres
PANDA eurl	388 499 188	100%	7 622	7 622	0%	96 655
WWF Domaine de Longchamp	479 342 397	100%	1 137 000	0	100%	57 228
TOTAL			1 144 622	7 622		153 883

La Fondation WWF détient également une participation au conservatoire national du saumon sauvage (CNSS) d'une valeur de 2 000€.

V.II. Activité, résultat et perspectives des filiales

1°) Panda Eurl

Cette société a pour objet le développement de la marque et la mise en œuvre de toutes activités de promotion et de communication se rapportant à la protection de la nature et de son environnement.

Les résultats de cette société au 30 juin 2015 sont les suivants :

Produits d'exploitation : 2 069 K€ versus 2 084 K€ en n-1

Charges d'exploitation : 1 962 K€ versus 1 957 K€ en n-1.

Résultat financier : 0 K€ versus 0K€ en n-1

Résultat exceptionnel : - 29 K€ versus 41 K€ en n-1.

Résultat net : 77 K€ versus 168K€ en n-1.

Les comptes, annexes et rapports de gestion sont tenus à la disposition des Administrateurs.

2°) SAS WWF Domaine de Longchamp

Cette société a pour objet l'exploitation de toute concession du domaine public, l'organisation d'activités ou de manifestations exceptionnelles en relation avec le développement durable et la protection de l'environnement.

Les résultats de cette société au 30 juin 2015 sont les suivants :

Produits d'exploitation : 389 K€ versus 409K€ en n-1

Charges d'exploitation : 396 K€ versus 443 K€ en n-1.

Résultat financier : 0 K€ versus 0 K€ en n-1

Résultat exceptionnel : 222K€ versus -6 K€ en n-1.

Impôt Société : 0K€ versus 0K€

Résultat net : 215 K€ versus -40K€ en n-1.

La Mairie de Paris a autorisé en date du 1er juillet 2015 la cession de la convention d'occupation du domaine public du 14 Mai 2004 concernant le Domaine de Longchamp à l'Association Goodplanet. En conséquence, la liquidation de la filiale sera effectuée sur l'exercice fiscal 2015/2016.

VI. CAMPAGNES D'APPEL A LA GENEROSITE DU PUBLIC

- De Juillet 2014 à Juin 2015, 23 campagnes d'appels à don par mailing ont été réalisées, et peuvent se répartir ainsi :
 - 3 campagnes de « prospection » (été 2014, automne 2014 et printemps 2015),
 - 6 campagnes de « fidélisation » (juillet, septembre, novembre et décembre 2014 et mars et avril 2015)
 - 1 mailing scolarisé « testateurs » auprès de nos donateurs avec un questionnaire
 - 1 mailing anniversaire pour les donateurs n'ayant pas encore effectué leur 2nd don
 - 4 mailings Grands Donateurs déposés en septembre, novembre et mars et avril.
 - 4 éditions de lettres d'information « Traces du Panda » (1 par trimestre),
 - 1 mailing calendrier en décembre 2014.
 - 1 mailing Carte de Donateurs en février 2015 pour remercier les donateurs de leur don effectué sur l'année précédente
 - 1 mailing envoyé aux donateurs en Prélèvement Automatique pour qu'ils augmentent le montant de leur don.
 - 1 envoi de reçus fiscaux en mars 2015 considéré comme une campagne de fidélisation,

Pour la réalisation des campagnes, le WWF-France a eu recours aux sous-traitants principaux suivants :

- Excel pour les campagnes de fidélisation et prospection
- Arturo&co pour les lettres d'information et reçus fiscaux
- Evérial pour le « fulfilment », à savoir la gestion des versements reçus (hors ventes) et de la base donateurs / abonnés,
- B&C (ex Bisnode) pour la gestion de notre base de données (base des dons et marketing en lieu et place de MD2)

5 campagnes par téléphone : deux pour transformer nos donateurs ponctuels en donateurs réguliers via le Prélèvement Automatique de nos donateurs réalisées en août 2014 et en janvier 2015 et trois pour transformer les nouveaux donateurs ponctuels en donateurs en prélèvement automatique, réalisées en août 2014, février 2015 et avril 2015. Des campagnes d'accueil par téléphone sont également réalisées au fil de l'eau pour tous nos nouveaux donateurs recrutés dans la rue (campagnes de street marketing).

Le WWF fait appel à la fois à Pro Ventes et à Fidélis pour ces opérations télémarketing.

Concernant le recrutement, en face à face dans la rue, de donateurs en Prélèvement Automatique, des campagnes de collecte ont été réalisées tous les mois. 15 missions ont eu lieu en Province (Chambéry/Annecy, Lille, Toulouse, Metz/Nancy, Strasbourg, Lyon, Grenoble, Caen, Clermont Ferrand, Nantes, et 3 missions itinérantes) et 10 missions à Paris.

Pour la réalisation de ces campagnes, le WWF a eu recours au prestataire ONG Conseil. En parallèle des campagnes via le téléphone, les SMS, la poste et Internet sont réalisées tout au long de l'année pour fidéliser les donateurs recrutés. Pour ces campagnes, nous faisons appel aux mêmes prestataires avec lesquels nous travaillons sur les autres campagnes.

2 campagnes majeures ont été réalisées par e-mailing : une en novembre-décembre 2014 sur la thématique de notre programme Traffic (stopaumassacre.wwf.fr) et une autre en avril 2015 sur les forêts menacées (urgence.wwf.fr). Des envois systématiques d'information et de demande de dons sont réalisés également tout au long de l'année hors ces 2 grandes campagnes. Enfin, 2 opérations de crowdfunding ont eu lieu sur Ulule : les éléphants d'Indonésie en octobre 2014 et les lémuriens de Madagascar en avril 2015.

Pour la réalisation de ces campagnes, le WWF a eu recours aux sous-traitants principaux suivants :

- Excel pour les campagnes d'e-mailing
- IRaiser pour la plateforme de dons et le système de paiement
- Octelio pour l'achat d'espace

Un événement de collecte, le Pandathlon, a eu lieu le week-end du 27 et 28 juin 2015 à Saint Gervais. Le WWF a fait appel à KCO Organisation pour l'organisation même de l'événement et à IRaiser pour la plateforme de paiement.

Les actions des programmes réalisés au cours de l'exercice avec les fonds reçus se répartissent sur les missions de Biodiversité au sens large.