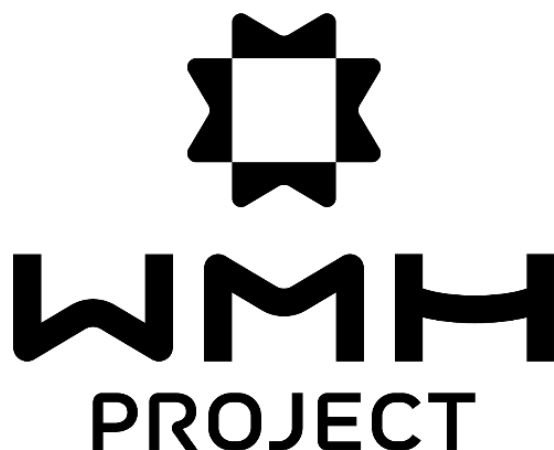




COMUNICADO DE PRENSA
París, 25 de febrero de 202c.

WMH PROJECT PRESENTA SU NUEVA IDENTIDAD VISUAL Y UNA PLATAFORMA DE MARCA REDISEÑADA



WMH Project presenta su nueva identidad visual y el rediseño de su plataforma de marca. Se trata de un hito clave en la evolución de la agencia, en línea con la integración de Double2, agencia especializada en «Brand Experience».

En conjunto, estas iniciativas refuerzan la ambición de WMH Project: consolidar su posicionamiento como **«Global Experience Agency»**, capaz de idear y poner en marcha plataformas de experiencias audaces, cuantificables y responsables. Experiencias capaces de dar vida y hacer crecer a las marcas, movilizar al público, involucrar a consumidores y ciudadanos, y generar un impacto positivo y duradero.

UNA AGENCIA, UN COLECTIVO, UNA AMBICIÓN

La agencia basa su enfoque en tres principios fundamentales: AUDACIA, IMPACTO Y RESPONSABILIDAD. Filtros estratégicos que se aplican a cada proyecto, desde la concepción hasta la producción: la AUDACIA para hacer surgir y crear atractivo; el IMPACTO para buscar la eficacia y la medición; y la RESPONSABILIDAD para diseñar experiencias más sobrias, más justas y más sostenibles, sin renunciar a la fuerza creativa.

Gracias a su trayectoria, la agencia reúne ahora a 550 profesionales de todas las especialidades de la comunicación y los medios no tradicionales bajo un mismo techo, lo que alimenta esta visión única del



el mercado de la experiencia al servicio de los retos de las marcas y las instituciones. Un colectivo que imagina y produce experiencias ambiciosas, útiles y eficaces.

Convertirse mañana en la «Global Experience Agency» más deseable de Europa: esa es la ambición de WMH Project. Deseable para las marcas que buscan plataformas de experiencia capaces de transformar a los públicos en comunidades activas. Deseable para los profesionales que quieren crear, producir, innovar y superarse. Deseable, por último, por la coherencia entre la narrativa, las acciones y el impacto real de las iniciativas.

UNA IDENTIDAD VISUAL REDISEÑADA PARA ACOMPAÑAR LA DINÁMICA Y EL INFLUENCIA EN FRANCIA Y A NIVEL INTERNACIONAL

Esta plataforma de marca se traduce en una nueva identidad visual, concebida para mostrar lo que hace única a la agencia WMH Project: una energía en movimiento, capaz de unir y de irradiar influencia.

La nueva tipografía es simétrica, flexible y dinámica. Refleja la fluidez y la adaptabilidad de la experiencia: una marca que se despliega y se expresa en todas partes, desde el ámbito digital hasta el terreno, desde el contenido hasta el evento.

Por último, el símbolo central de esta identidad, el SKWARE —«cuadrado que irradia»—, representa la misión de WMH Project: iluminar, hacer brillar y unir. Sencillo y distintivo, sirve de referencia gráfica para unificar las comunicaciones y expresar el resplandor de las marcas, los equipos y las experiencias diseñadas para dejar una huella duradera.

Acerca de WMH Project:

WMH Project es una «Global Experience Agency» líder que despliega, en más de 100 países, plataformas de experiencias audaces, medibles y responsables, capaces de dar vida y hacer crecer a las marcas, de hacer que el público se exprese, de motivar a los consumidores a actuar y de generar un impacto positivo y duradero.

Con una facturación en 2025 de 225 millones de euros, la agencia cuenta con más de 500 empleados repartidos por Francia y a nivel internacional (París, Lyon, Marsella, Burdeos, Bruselas, Milán, Dubái y Los Ángeles) y ofrece cinco áreas de especialización: Eventos, Viajes, Diseño, Contenidos e Influencia.

WMH Project fue elegida en 2025 «Agencia de comunicación responsable del año» y «Agencia internacional de comunicación de eventos del año».



✚- ☐ ☐ ☐ **Contacto de prensa:** Elisa LABBE – +33(0)6 14 95 62 26 – e.labbe@wmhproject.fr