WMH PROJECT

2026

Rapport de Mission

Créateurs et réalisateurs
de rencontres durables au service
d'une économie et d'une société
plus respectueuses, plus justes
et plus solidaires.

Le sens de la transformation

30 mois après avoir inscrit sa mission dans ses statuts, WMH Project poursuit sa transformation avec une conviction intacte : dans un monde plus fragmenté, plus instable et plus exigeant, notre métier ne se limite pas à produire des dispositifs de communication. Il contribue à créer du sens, du lien, de la confiance et de l'engagement.

Depuis notre adoption de la qualité de Société À Mission, le Groupe a profondément évolué. WMH Project a grandi, diversifié ses expertises, intégré de nouvelles structures, élargi son empreinte géographique et renforcé son rôle d'acteur européen de la communication hors média. Cette dynamique de développement nous impose de faire grandir simultanément notre impact, notre cohérence et notre responsabilité.

L'année 2025 marque une étape importante : celle du passage progressif d'une logique de structuration à une logique d'opérationnalisation. Après un premier cycle consacré à poser les fondamentaux (gouvernance, outils, référentiels, acculturation des équipes), ce nouveau chapitre vise désormais à rendre la mission plus concrète, plus mesurable et plus intégrée au quotidien de nos métiers.

Cette évolution se traduit dans plusieurs dimensions de notre activité.
D'abord, par une volonté de mieux mesurer les impacts réels de nos actions. Le travail engagé autour de l'éco-conception, des aménagements responsables ou de la restauration durable nous permet aujourd'hui de documenter plus précisément les effets concrets de certaines pratiques sur notre trajectoire carbone.
Ensuite, par une ambition forte : faire de la mission un outil de pilotage opérationnel et non un simple cadre déclaratif.

Enfin, par la conviction que cette transformation ne peut être uniquement interne. Notre mission n'a de sens que si elle irrigue également notre écosystème : collaborateurs, freelances, fournisseurs, partenaires, associations, entrepreneurs engagés et territoires avec lesquels nous travaillons.

Nous savons aussi que cette trajectoire s'inscrit dans un contexte paradoxal. Alors même que les urgences environnementales, sociales et démocratiques s'intensifient, les dynamiques de court terme, les tensions économiques ou certains revirements réglementaires peuvent parfois fragiliser les engagements responsables. Mais nous pensons précisément que c'est dans ces périodes d'incertitude que les entreprises doivent clarifier leur cap.

Être société à mission n'est pas, pour WMH Project, un exercice de communication.
C'est une manière de penser le rôle d'une entreprise de communication dans la société contemporaine.
Une manière d'interroger l'utilité de ce que nous produisons.
Une manière aussi de faire évoluer progressivement nos pratiques, nos modèles et nos responsabilités.
Il témoigne d'une ambition constante : faire de la communication un levier de rencontres durables et d'impact positif.

Nous remercions l'ensemble des collaborateurs, des membres du comité de mission, de nos clients et de nos partenaires qui contribuent, chacun dans leur rôle à faire vivre cette dynamique collective.

Marc Fischer & Franck Chaud
Co-fondateurs et Co-présidents de WMH Project

Le regard du Comité de Mission

Deux rôles incombent au comité de mission. Le premier, juridique, est de vérifier la bonne exécution de la mission en constatant des avancées et en vérifiant des indicateurs. Depuis le dernier rapport, nous nous sommes réunis à trois reprises pour mener à bien cette tâche. Ce nouveau point d'étape permet de faire état de notre appréciation des efforts menés par WMH Project.

Le second, issu de la pratique, est d'interroger la cohérence d'une trajectoire, de nourrir les débats et d'accompagner le Groupe dans la mise en mouvement concrète de sa raison d'être. Ce deuxième rôle nécessite de comprendre ses ambitions, ses activités et le contexte dans lequel il évolue. Lors de l'année écoulée, nous avons mené plusieurs ateliers et ébauché de premières réflexions sur plusieurs sujets liés à la mission, sur lesquels le Groupe souhaitait notre apport.

Ce rapport reflète un moment spécifique dans lequel se trouve WMH Project : celui d'une entreprise qui entre progressivement dans une forme de maturité de sa démarche de mission.
Après un premier cycle principalement consacré à structurer le cadre, les outils et la gouvernance, le Groupe cherche désormais à rendre sa mission plus opérationnelle, plus pilotable et plus intégrée dans ses pratiques quotidiennes. Nous l'avons constaté au cours des débats sur les modifications du modèle de mission.

Ce rapport ne présente pas une trajectoire parfaite, ni achevée. Il reflète un travail en mouvement, fait d'avancées, d'ajustements, de questionnements et parfois de remises en perspective. C'est aussi l'avantage et la force de la qualité de société à mission : le chemin n'est pas définitif, il est évolutif.

Notre rôle est d'accompagner WMH Project dans ce chemin. Le Groupe continue de progresser sur de nombreux chantiers, notamment sur l'éco-conception de ses événements. Il s'améliore également sur d'autres, qui sont loin d'être évidents, comme la structuration d'un dialogue enrichi avec les clients sur les thématiques RSE. Il nous importe au sein de comité de veiller à ce que ces efforts soient maintenus et de l'aider à aller au-delà.

Les 12 prochains mois seront importants pour continuer cette montée en puissance, embarquer de nouveaux sujets et donner encore plus de poids à la mission dans le développement futur du Groupe.

Vivien Pertusot
Président du comité de mission

Sommaire

La Mission **P.06**

Le comité et son fonctionnement **P.07**

Objectifs statutaires **P.09**

Avis du comité **P.15**

Récapitulatifs en chiffres **P.17**

Rapport selon la norme VSME **Annexe**

La mission

Devenir société à mission marque une volonté de concilier performance économique et engagements sociaux, sociétaux et environnementaux. Cette démarche prend forme par l'inscription d'une raison d'être et des objectifs sociaux et/ou environnementaux dans les statuts de l'entreprise, la création d'un comité de mission et une vérification par un tiers indépendant. Le groupe a pris ce chemin en novembre 2023.
Raison d'être : ***« Créateurs et réalisateurs de communications inventives et utiles, nous voulons – avec nos équipes, nos clients et nos partenaires – rendre possibles des rencontres durables au service d'une société et d'une économie plus respectueuses, plus engagées et plus solidaires. »***

Objectifs statutaires

Objectif 1 : ***« Inventer tous types de dispositifs de communication qui établissent des liens de proximité, génèrent de l'engagement et portent le sceau de notre responsabilité écologique et sociétale. »***
Un objectif centré sur nos clients : Créer et apporter des réponses concrètes aux défis environnementaux et sociaux de nos clients sur la fabrication d'outils de communication, en proposant des pratiques responsables dans l'ensemble de nos activités au service de leurs projets.

Objectif 2 : ***« Renforcer l'efficience et la cohésion de nos équipes en déployant les moyens nécessaires pour que chacun puisse s'épanouir en étant contributeur de la réussite de la mission collective. »***

Un objectif axé sur nos collaborateurs : Leur offrir un cadre de travail épanouissant, motivant et inclusif à nos collaborateurs, en favorisant le bien-vivre au travail, le développement des compétences, la coopération et la diversité.

Objectif 3 : ***« Progresser avec un écosystème de partenaires et de fournisseurs qui partagent nos convictions et le sens de notre mission. »***

Un objectif tourné vers nos partenaires et prestataires : Partager avec nos partenaires et sous-traitants des usages, des solutions et des voies de progrès mutuelles vers une communication et des pratiques plus responsables et à impacts positifs.

Objectif 4 : ***« Soutenir le développement de projets économiques, sociaux et culturels au service du mieux vivre ensemble et en y favorisant l'accès au plus grand nombre. »***

Un objectif orienté vers la Société : Contribuer, à notre échelle, à améliorer la Société en soutenant des projets sociétaux et culturels, dans notre activité et au-delà.

Le Comité



Vivien Pertusot
Président du comité de Mission
La Machine A Sens



Françoise Cosson
Experte Mécénat
& Engagement



Stéphanie Boutin
Directrice RSE & Communication
Groupe Matmut



Michel Forget
Président
Emploi Mission Action



Muriel Hannequin
Responsable Mécénat
Groupe Suez



Emmanuelle Tingaud
Senior VP RH
Danone



David Plouvier
Direction Conseil
WMH Project Régions



Anne Fayol
Responsable Clientèle
Corporate Event



Olivier Gilbert
Directeur associé
Phénomène



Emeline Bernard
Secrétaire Générale
Groupe WMH Project



Bertrand Biard
Vice-Président
WMH Institutions

Le comité de mission est un organe de gouvernance spécifique à la société à mission.
Il est composé de salariés et de personnalités externes et représente le premier niveau de contrôle de la mission. A ce titre, il se réunit pour challenger l'entreprise et vérifier le bon déploiement des objectifs.
Dans le cadre de ce rapport de mission, il donne un avis sur chaque objectif statutaire. Ce travail est un des aspects essentiels de crédibilité de la démarche de mission et sert à l'exercice de vérification réalisée par un organisme tiers indépendant tous les deux ans.

Dans les faits, il permet également de tester des idées, provoquer des débats et faire émerger des pistes d'action en lien avec la mission.
Le comité de mission se réunit trimestriellement pour analyser les avancées des actions, définir les ajustements nécessaires et proposer de nouvelles initiatives.
Sa composition reflète une diversité de profils et d'expertises pour bénéficier de regards pluridisciplinaires et d'expertises complémentaires afin de faire avancer le Groupe dans ses réflexions.

WMH Project tient à exprimer sa gratitude envers Bertrand Pullman et Déborah Tessier pour leur précieuse contribution au comité de mission lors de l'exercice précédent. Ayant chacun poursuivi de nouveaux engagements professionnels, ils n'ont pas renouvelé leur participation au comité cette année.

Le fonctionnement du comité

Entre la parution du précédent rapport et celui-ci, le comité s'est réuni trois fois en présentiel.

Chaque réunion du comité permet de faire un point de situation sur tout ou partie du modèle de mission, en fonction de l'avancement des projets et des évolutions éventuelles.

Des ateliers sont organisés pour creuser certains objectifs, ce qui permet à chaque membre de s'impliquer plus particulièrement sur certains enjeux en fonction de sa zone d'appétence et d'expertise tout en conservant une vue globale.

14 octobre 2025
Restitution de la vérification et ajustements du modèle de mission

Janvier 2026
Travail en petits groupes sur des enjeux de mission

21 janvier 2026
Point de situation et approfondissement des réflexions

20 mai 2026
Formulation des avis et du rapport

Le comité ne perçoit pas son rôle comme un simple contrôleur de tâches ; c'est pour cela qu'il cherche à être source d'idées et de débats. Ainsi, début 2026, le comité a travaillé sur deux enjeux identifiés par le Groupe comme essentiels à la mission et pour lesquels il souhaitait bénéficier de l'apport du comité :

- Comment améliorer la mesure de l'engagement des participants ?
- Comment mieux intégrer les équipes dans la réalisation de la mission ?

Ces deux rendez-vous en visio ont permis des échanges nourris sur ces problématiques pendant lesquels des collaborateurs du Groupe non-membres du comité ont été invités pour présenter des visions de terrain et contribuer aux débats. Il s'agit désormais de poursuivre encore les échanges autour de la faisabilité des idées partagées.

Objectif Statutaire 1

Inventer tous types de dispositifs de communication qui établissent des liens de proximité, génèrent de l'engagement et portent le sceau de notre responsabilité écologique et sociétale.

Structurer le cycle de production WMH Project en lien avec les objectifs de DD

L'éco-conception est au cœur des métiers et de la responsabilité du Groupe. Chaque dispositif de communication produit, en physique et/ou en digital, génère des impacts environnementaux significatifs : consommation de matériaux, transports, restauration, déchets, énergie. WMH Project s'emploie à réduire ces impacts tout en créant de la valeur pour les clients.
Suite à la première vérification en 2025 et en concertation avec le comité de mission, le Groupe a fait évoluer son approche de mesure. Le constat était clair : les anciens indicateurs mesuraient l'intention (nombre de projets avec reporting RSE), mais pas assez la réalisation concrète (ce qui est vraiment mis en œuvre sur le terrain).

Le Groupe suit désormais :

- **La part de restauration responsable mobilisée dans les projets événementiels**
  (redistribution des surplus, traiteurs certifiés ISO 20121, menus végétariens)
- **La part des projets de *spatial design* avec au moins deux familles d'aménagements responsables parmi les enseignes, le mobilier, les sols, les structures et la signalétique.**
  (réemploi, réutilisation, éco-conception)

Pour mesurer l'impact réel de ses pratiques responsables, WMH Project a réalisé un travail de quantification approfondi en 2025 :

1. **Échantillonnage** : estimation carbone détaillée sur plus de trois projets de différentes tailles avec des données physiques réelles (ex : quantités de matériaux, distances transport, volumes restauration)
2. **Modélisation** : pour chaque poste (restauration, aménagements), deux scenarii ont été comparés :
   - Scénario A : « pratiques habituelles du marché » (baseline)
   - Scénario B : « pratiques responsables WMH *reportée* » (réalisé)
3. **Extrapolation** : à partir de cet échantillon représentatif, WMH Project a établi un bilan carbone groupe fondé sur données physiques.

Résultats Chiffrés :

Indicateur	Résultats	Impacts évités
Restauration responsable	22%	197 tCO2e
Aménagements responsables	59%	306 tCO2e
Total 2025		503 tCO2e

Pour mettre en perspective :
503 tonnes de CO_2 évitées
= 2,5 millions de km en voiture thermique, ou 278 A/R Paris-NYC en avion

Dans son modèle de mission initial, WMH Project souhaitait creuser un aspect important de son action : « mesurer le niveau d'engagements des actions de communication du groupe auprès des publics ». Des premières réflexions avaient été menées en ce sens.

Identifié de longue date dans le secteur de la communication, c'est un enjeu complexe, puisqu'il s'agit d'aller au-delà de la satisfaction client. Bien que l'envie de comprendre l'effet d'un événement sur des publics soit naturelle, elle est difficile à mettre en œuvre. Tout d'abord, elle requiert que les clients donnent accès aux participants. Deuxièmement, les publics ciblés par un événement ne se limitent pas aux participants. Ils peuvent inclure bien d'autres acteurs (partenaires, prestataires, écosystème local, etc.). Il faut ensuite trouver les bons mécanismes pour recueillir leur satisfaction ou leur engagement généré par l'événement. Enfin, il faut qu'ils se rendent disponibles.

Le Groupe a soumis cet enjeu au comité de mission, qui a estimé qu'il était inopportun de conserver cet objectif dans le modèle de mission. Dans une volonté de nourrir le Groupe dans ses réflexions, le comité a mené deux ateliers de travail sur le sujet. Il considère, à ce stade, que le lancement de l'outil WMH Impact Tracker fournit un premier niveau de réponse (cf. Objectif statutaire 2), car il engendre une discussion plus globale avec les clients.

Le comité reste saisi de cette problématique et continuera d'appuyer WMH Project pour trouver des solutions concrètes.

Avis du comité de mission

Le comité salue le choix de WMH Project de se concentrer sur des indicateurs clairs et lisibles et qui permettent de mesurer des progrès. Il comprend l'intérêt de se focaliser sur un nombre limité d'indicateurs à ce stade, mais encourage le Groupe à en explorer d'autres à l'avenir, notamment pour ne pas uniquement considérer des indicateurs liés au climat. Le pendant de cette sélectivité est que cela ne donne qu'une image partielle de tous les efforts que le Groupe mène et qui ont été présentés en comité de mission et relayés par les membres salariés. Le comité tient à reconnaître tous ces efforts.

Objectif Statutaire 2

Renforcer l'efficience et la cohésion de nos équipes en déployant les moyens nécessaires pour que chacun puisse s'épanouir en étant contributeur de la réussite de la mission

Ce nouveau cycle a conduit à des évolutions dans la déclinaison opérationnelle de cet objectif. Elles sont de deux natures. Certains objectifs opérationnels, avec une forte dimension RSE, avaient été inclus dans un contexte de mise en œuvre de nouveaux outils de pilotage RH pour un Groupe en forte expansion, par sa croissance organique et ses croissances externes. Ils font désormais partie de la boîte à outils de WHM Project et ont été retirés du modèle de mission. Deuxièmement, l'accent porte, dans ce deuxième cycle, sur des objectifs opérationnels qui rendent les équipes actrices de la mission.

Diffuser une culture responsable - Sensibilisation des équipes et promotion des grandes thématiques RSE

Temps forts 2025-2026

Le Groupe a structuré son plan de sensibilisation autour de temps forts thématiques annuels, alignés sur les grandes causes environnementales et sociétales :

Chaque temps fort donne lieu à des actions de sensibilisation interne (newsletter thématique, intervention d'associations partenaires) et des opportunités d'engagement collectif (dons du sang, collectes alimentaires, actions bénévoles) via le programme de mécénat de compétences CALL To Actions.

Période	Thématique	Catégorie
juin 2025	Journée mondiale des donneurs de sang	Lien social & santé
sept. 2025	Rentrée solidaire	Éducation & Égalité
oct. 2025	Octobre Rose	Lien social & santé
déc. 2025	Fêtes solidaires	Lien social & santé
mars 2026	Lutte contre la précarité alimentaire	Lutte contre précarité
avr. 2026	Journée de la Terre	Environnement

Le Groupe explore également des modules de gamification proposés par son prestataire Komeet. Cette voie semble appropriée pour accompagner les collaborateurs dans des sensibilisations aux thématiques primordiales du Groupe de façon ludique.

Impliquer les collaborateurs dans la mission et déployer des outils de gouvernance pour la rendre opérable

Jusqu'en 2024, les équipes disposaient d'outils de reporting RSE permettant de documenter a posteriori les actions mises en œuvre sur les projets. Mais ces outils présentaient deux limites majeures :

1. Vision rétrospective : une documentation après les faits, sans structuration des échanges en amont avec le client.
2. Pas de suivi en production : une fois les critères RSE identifiés, rien ne permettait de suivre leur mise en œuvre effective ni d'anticiper les difficultés.

En 2025, le Groupe a développé le **WMH Impact Tracker**, un outil de dialogue et de pilotage RSE qui accompagne l'ensemble du cycle projet en 3 phases structurées (cf. l'encart). Les équipes ont présenté cet outil au comité qui l'a trouvé parfaitement aligné avec la mission. Cela vient traiter les sujets concernant l'implication des équipes de manière opérationnelle, et la structuration d'une discussion autour des enjeux RSE des projets avec les clients.

Phase 1 – AMONT (Conception du projet)
Objectif : Identifier avec le client les critères RSE applicables au projet

L'outil propose une grille de 68 critères RSE à discuter avec le client dès la phase commerciale de conception : Restauration, matériaux et mobilier, transports, déchets, accessibilité, impact social…

Phase 2 – PRODUCTION (Mise en œuvre)
Objectif : Suivre la réalisation effective et anticiper les ajustements

L'outil devient un tableau de bord de suivi :

- Critères appliqués : suivi interne
- Critères choisis mais non réalisé : signalement des blocages, recherche de solutions alternatives
- Nouveaux critères : identification d'opportunités en cours de production

Ce suivi permet aux chefs de projet de piloter activement la RSE au même titre que le budget, le planning ou la qualité.

Phase 3 – RETEX (Capitalisation)
Objectif : Analyser les réussites et documenter les freins pour progresser

Avec le client l'équipe projet prend le temps de revoir les critères et de noter les réalisations et dans d'autres cas les problèmes qui n'ont pas permis la réalisation des critères envisagés. C'est un moment d'échanges et de retour d'expérience qui permet de trouver des pistes d'améliorations pour les prochaines collaborations.

Avis du comité de mission

Le comité encourage WMH Project à poursuivre les efforts menés sur la sensibilisation des équipes. C'est un travail permanent pour accompagner l'arrivée de nouveaux collaborateurs, notamment dans le cadre de l'acquisition de nouvelles entités, et parfois peu acculturés aux enjeux de responsabilité. A ce sujet, il serait pertinent d'ajouter de nouveaux modules de formation sur la plateforme WMH Académie.
Le Comité encourage également le Groupe à approfondir un sujet clé : l'intégration des enjeux de mission, et plus globalement de responsabilité et d'engagement, dans toute la ligne managériale. Le Comité se tient prêt à aider le Groupe dans une réflexions sur ce thème, fondamental pour la réussite de la mission.
Concernant le WMH Impact Tracker, le Comité estime que sa création est très pertinente pour que les équipes soient actrices d'une conversation concrète et enrichissante avec leurs clients sur des démarches d'engagement. Il espère que cet outil rencontrera une adoption large dans l'entreprise et souhaite rester informé sur ce sujet.

Objectif Statutaire 3

Progresser avec un écosystème de partenaires et de fournisseurs qui partagent nos convictions et le sens de notre mission.

En 2026, le Groupe a mis en place un processus d'évaluation approfondi de la maturité RSE de ses fournisseurs et partenaires stratégiques.

Cette démarche vise à structurer les relations d'affaires autour de critères RSE objectifs et à accompagner ses partenaires dans leur montée en compétences (cf. encart).

WMH Project a créé un tableau d'évaluation structuré en deux volets :

1. **Documentation RSE :**
   Certifications et labels (ex : ISO 14001, ISO 20121, B Corp), bilan carbone, index égalité professionnelle, labels sectoriels, politique RSE formalisée

2. **Engagements opérationnels :**
   4 paliers d'engagement proposés sur les thématiques clés :
   - Environnement : réduction empreinte carbone, économie circulaire, matériaux durables
   - Gouvernance : transparence, éthique des affaires, dialogue parties prenantes
   - Partenariats locaux : circuits courts, achats responsables, ancrage territorial
   - Inclusion : diversité, accessibilité, insertion, partenariats ESS

Processus : Le tableau est rempli par le partenaire (auto-évaluation), puis révisé avec l'équipe RSE WMH Project lors d'un rendez-vous. Ils identifient ensemble des points d'amélioration et établissons un plan de progrès annuel.

Cette évaluation approfondie de la maturité RSE des partenaires répond à quatre objectifs stratégiques complémentaires.

D'abord, elle permet au Groupe de sécuriser sa chaîne de valeur en travaillant avec des fournisseurs fiables et pérennes. Un partenaire engagé dans une démarche RSE structurée est généralement plus solide sur le plan économique, plus transparent sur ses pratiques, et moins exposé aux risques réputationnels ou réglementaires. En privilégiant ces acteurs, le Groupe réduit ses propres risques d'approvisionnement.

Ensuite, cette démarche crée un effet d'entraînement positif. Plutôt que d'exiger une maturité RSE parfaite dès le départ, le Groupe accompagne ses partenaires dans leur progression. Le processus d'évaluation devient un moment de dialogue : ils identifient ensemble leurs points forts, leurs axes d'amélioration, et ils co-construisent un plan de progrès. Au fil des années, cet accompagnement collectif fait monter en compétences l'ensemble de l'écosystème et transforme progressivement les pratiques responsables en norme du secteur.

Par ailleurs, cette rigueur d'évaluation renforce la crédibilité de WMH Project auprès de ses clients. En affirmant qu'un projet est éco-conçu, les équipes peuvent le prouver en détaillant la maturité RSE de chacun des fournisseurs mobilisés. Cette traçabilité et cette transparence sont des arguments commerciaux de plus en plus décisifs face à des clients exigeants et avertis, qui plus que de promesses veulent des preuves.

Enfin, cette évaluation permet d'identifier les partenaires les plus avancés pour co-innover avec eux. Les fournisseurs qui obtiennent les meilleures évaluations deviennent des interlocuteurs privilégiés pour tester de nouvelles pratiques responsables, développer des solutions sur-mesure, ou co-concevoir des offres différenciantes. C'est avec eux que WMH Project construira le futur de la communication et de l'événementiel responsable.

Avis du comité de mission

Le recentrage de cet objectif est pertinent sur la volonté de mieux documenter les efforts menés avec les partenaires et fournisseurs en matière de RSE et de les accompagner dans leurs démarches, tout en apprenant des leurs.
Le comité préconise toutefois que WMH Project conserve, en parallèle, une approche collective de sa relation avec ses partenaires et fournisseurs pour partager des bonnes pratiques en matière de RSE, ainsi que pour envisager des coopérations en matière d'innovation. Les membres soutiennent l'organisation d'un événement avec des représentants des partenaires et fournisseurs, qui ne soient pas exclusivement les interlocuteurs commerciaux du Groupe.

Objectif Statutaire 4

Soutenir le développement de projets économiques, sociaux et culturels
au service du mieux vivre ensemble et en y favorisant l'accès au plus grand nombre.

L'ambition du Groupe reste intacte, mais la déclinaison opérationnelle de cet objectif a évolué. En effet, plutôt que d'avoir plusieurs objectifs opérationnels qui étaient en réalité des preuves d'action, il a semblé plus pertinent de restructurer la feuille de route, afin que ses moyens soient au service d'un objectif unique.

En 2026, WMH Project s'engage dans le programme Pépites, un dispositif national d'accompagnement des jeunes entrepreneurs portant des projets innovants à impact social et environnemental.
Sa participation prend la forme d'un Trophée WMH Project, d'une dotation financière et d'un accompagnement dédié. Ce trophée récompense chaque année un projet entrepreneurial aligné avec les valeurs et les enjeux du Groupe : communication responsable, inclusion, économie circulaire, innovation sociale.

Quatre critères guident les choix. Le projet doit d'abord être aligné avec notre raison d'être : contribuer à des rencontres durables et à une société plus respectueuse, plus engagée et plus solidaire. Il doit également démontrer un impact social ou environnemental concret et mesurable.

WMH Project propose un accompagnement humain structuré : mentorat par ses équipes métiers (communication, événementiel, RSE), mise en réseau avec ses partenaires et clients, possibilité de tester le projet en conditions réelles, et valorisation médiatique via ses canaux de communication.
L'objectif est double : aider le lauréat à développer son projet, et nourrir la capacité d'innovation du Groupe en découvrant de nouvelles approches, de nouveaux partenaires, de nouvelles solutions qui pourraient être intégrées à l'avenir.

BOOKIBOX

BookiBox propose des abonnements de livres jeunesse de seconde main, personnalisés grâce à un algorithme de sélection. L'objectif : encourager la lecture chez les enfants de 3 à 13 ans en trouvant le bon livre, au bon moment.
Grâce à un questionnaire, BookiBox identifie les goûts, passions et hobbies de chaque enfant, puis sélectionne chaque mois 3 livres adaptés, une fiche d'activité écologique et des conseils pour les parents.
La startup s'inscrit dans une démarche d'économie circulaire en récupérant des livres auprès des écoles, recycleries et particuliers, pour leur offrir une seconde vie.
Au-delà de l'écologie, BookiBox répond à un enjeu sociétal : éloigner les enfants des écrans et raviver le plaisir de la lecture grâce à des sélections personnalisées qui correspondent vraiment à leurs centres d'intérêt.

Leur site : https://bookibox.fr/

Le programme Pépites s'inscrit dans la continuité des actions du Groupe en faveur de l'égalité des chances et de l'inclusion. Il vient compléter le programme de mécénat de compétences CALL TO Actions, et les soutiens financiers à des associations via le fonds de dotation WMH For Good.

	Nombre de projets accompagnés	**Moyens déployés**
CALL To Actions	32 associations	321 missions réalisées par nos collaborateurs
WMH For Good (saison 1)	16 associations	100 500 €
Pépite	35 dossiers évalués 1 start up accompagnée	Trophée et dotation WMH Project

Avis du comité de mission

Le Comité se félicite de l'engagement constant du Groupe sur ces différentes initiatives.
Ainsi, il salue le nouveau projet de coopération avec le programme Pépites France qui présente une opportunité intéressante dans les domaines de l'accompagnement de l'innovation et de l'entrepreneuriat social.
S'agissant du fonds de dotation WMH For Good, le comité estime qu'il serait utile de plus cibler les associations retenues et soutenues autour des métiers du Groupe. En effet, l'hétérogénéité actuelle n'est pas forcément propice à ce que WMH Project soutienne des projets sur lesquels ses expertises de communication pourraient être mobilisées dans l'accompagnement des associations sélectionnées ou dans son programme parallèle de mécénat de compétences..

Avis global et perspectives

Le comité de mission observe plusieurs évolutions significatives.

La première concerne la question de la mesure. Comme beaucoup d'entreprises engagées, WMH Project se confronte à un enjeu complexe : passer d'une logique d'intention à une logique d'impact. Les travaux menés cette année sur l'éco-conception, la restauration responsable ou l'évaluation de certains impacts carbone témoignent d'une volonté sincère d'objectiver les pratiques et de progresser dans la qualité des indicateurs suivis. Le fait d'avoir limité les indicateurs permet également de consacrer plus de moyens pour les suivre. Attention toutefois à ne pas être trop sélectif, au point de ne pas donner une image fidèle de tous les efforts menés par ailleurs par l'entreprise.

La deuxième évolution importante concerne l'appropriation de la mission par les équipes opérationnelles. Le développement du WMH Impact Tracker marque une étape intéressante : celle d'un outil qui ne sert pas uniquement au reporting, mais qui aide à structurer le dialogue avec les clients et à accompagner les arbitrages concrets des équipes projet en intégrant les enjeux RSE au cœur même de la fabrication des dispositifs de communication. Cette évolution traduit une approche plus intégrée et plus vivante de la mission. Le comité espère que l'adoption de cet outil et de son intention conversationnelle et positive sera aussi large que possible. En matière d'appropriation, WMH Project, de par sa taille, fait face à des enjeux de diffusion de la mission partout dans la structure. Une démarche globale serait intéressante, à commencer par la ligne managériale, rouage essentiel. Le comité se tient prêt à accompagner le Groupe dans cette réflexion.

Ce rapport montre que plusieurs sujets restent ouverts et que des évolutions ont été apportés depuis l'an dernier dans une optique de simplification et de clarté. C'est logique, car les enjeux de mission ne sont pas figés et le contexte économique est fluctuant. Prioriser est essentiel !

Le comité de mission considère que WMH Project poursuit sa démarche avec sérieux, engagement et volonté de progression. Particulièrement dans un contexte où les sujets environnementaux et sociétaux peuvent parfois perdre en visibilité dans les priorités économiques de court terme, maintenir cette trajectoire constitue un signal important aux yeux des membres du comité.

Pour terminer, le comité encourage WMH Project à intégrer les enjeux liés à l'intelligence artificielle dans le champ de la mission. Les équipes y ont de plus en plus recours ; les clients attendent du Groupe d'être actifs sur le sujet. Toutefois, cet outil mérite d'être également bien appréhendé, à l'aune des engagements de mission pris le Groupe.

Récapitulatif indicateurs

Inventer tous types de dispositifs de communication qui établissent des liens de proximité, génèrent de l'engagement et portent le sceau de notre responsabilité écologique et sociétale.	
001.1- Eco-Concevoir des événements pour nos clients	
Pourcentage de propositions commerciales intégrants des solutions éco-responsables	**46%**
001.2- Structurer le cycle de production WMH Project selon les principes du développement durable	
Pourcentage de projets évènementiels incluant une offre de restauration responsables	**22%**
Pourcentage de projets de design spatial incluant une offre d'aménagements responsables	**59%**
Renforcer l'efficience et la cohésion de nos équipes en déployant les moyens nécessaires pour que chacun puisse s'épanouir en étant contributeur de la réussite de la mission collective.	
002.1- Impliquer les collaborateurs dans la mission et déployer des outils de gouvernance pour la rendre opérable	
Création et mise en place d'un outil d'engagement réciproque RSE entre clients et équipes	**WMH Impact Tracker**
002.2- Diffuser une culture responsable : Sensibiliser les équipes et promouvoir les grandes thématiques RSE	
Mesure du nombre de point d'engagement sur les actions de sensibilisation	**11 340**
Progresser avec un écosystème de partenaires et de fournisseurs qui partagent nos convictions et le sens de notre mission.	
003.1- Accompagner la performance économique par une approche responsable	
Pourcentage de partenaires évalués sur leur maturité RSE dans l'année	**31%**
Soutenir le développement de projets économiques, sociaux et culturels au service du mieux vivre ensemble et en y favorisant l'accès au plus grand nombre.	
004.1- Promouvoir et accompagner financièrement & humainement des actions soutenant l'égalité des chances, l'inclusion et/ou la lutte contre les fractures sociales	
Nombre de projets accompagnés par WMH For Good ou CALL To Actions ou Pépites	**49**

WMH PROJECT

Tour Alto, 4 place des Saisons, Courbevoie

01 77 88 30 30

rse@wmhproject.com

RAPPORT VSME

B1 - INFORMATIONS GÉNÉRALES	
Nom légal de l'entreprise	WMH Project
Forme juridique	SAS
Code NACE	73.11Z
Pays du siège social	France
Adresse	4 place des Saisons, 92400 Courbevoie
Période couverte	01/01/2025 - 31/12/2025
Total CA (en €)	103.000,000 €
Nombre moyen de salariés	279 collaborateurs

Depuis notre adoption du statut d'entreprise à mission en 2021, nous avons placé la responsabilité sociétale et environnementale au cœur de notre modèle et de notre identité. Cette démarche ne relève pas d'un positionnement de circonstance, mais d'une conviction profonde : l'événementiel peut et doit être un vecteur de transformation positive.

Dans la continuité de nos engagements et certifications (ISO 20121, ISO 27001), nous avons à cœur de conduire le travail le plus abouti et transparent possible sur ces sujets. Mesurer, piloter, rendre compte : ces exigences structurent notre amélioration continue et renforcent la crédibilité de notre démarche auprès de l'ensemble de nos parties prenantes.

C'est dans cet esprit que nous publions aujourd'hui notre premier rapport selon la norme VSME (Voluntary Standard for non-listed SMEs). En nous alignant volontairement sur ce cadre européen de reporting de durabilité, nous franchissons une nouvelle étape dans la structuration et la formalisation de nos pratiques RSE.
Ce rapport constitue également une préparation méthodologique à d'éventuelles obligations futures, notamment dans le cadre de la directive CSRD, et témoigne de notre volonté d'anticiper les évolutions réglementaires plutôt que de les subir.

Ce document, annexé à notre rapport de mission annuel, détaille nos performances extra-financières selon les exigences du module COMPREHENSIVE de la norme VSME. Il dresse un état des lieux honnête de nos avancées, identifie nos axes de progrès et formalise les engagements qui guideront notre transformation dans les années à venir.

B2 - PRATIQUES, POLITIQUES ET INITIATIVES DE DURABILITÉ

WMH Project est une entreprise à mission certifiée ISO 20121 (management événementiel responsable) et ISO 27001 (sécurité de l'information). Notre démarche RSE repose sur trois enjeux fondateurs issus de notre analyse de matérialité

1.Réduire et réinventer notre empreinte carbone

- Éco-conception et circularité : privilégier location, fabrication réutilisable, up-cycling et solutions locales dès la conception
- Mesure impact carbone : réalisation régulière de bilans d'émissions (scopes 1, 2, 3)
- Sobriété énergétique et logistique responsable : mutualisation transports, mobilités douces, équipements basse consommation
- Gestion des déchets : tri, valorisation, réemploi et réutilisation des matériaux
- Action climat et biodiversité : engagement clients vers contribution environnementale et préservation écosystèmes

2. Mieux vivre ensemble et favoriser l'humain, la diversité et la transmission

- Formation et transmission : développement compétences, valorisation métiers événementiel responsable
- Bien-être, santé et sécurité : conditions de travail sûres, respectueuses et épanouissantes
- Engagement local et sociétal : soutien initiatives culturelles, éducatives et solidaires (programme CALL TO Actions, Fonds WMH FOR GOOD)
- Inclusion et égalité : parité, diversité des parcours, accessibilité universelle

3. Gouverner avec intégrité, vigilance et transparence

- Conformité certifications ISO 20121 et ISO 27001
- Publication indicateurs RSE et dialogue régulier parties prenantes
- Achats responsables : évaluation fournisseurs RSE, clauses éthiques, innovation à impact positif
- Gouvernance participative : implication parties prenantes internes/externes, amélioration continue

B3 - CONSOMMATION D'ÉNERGIE ET ÉMISSIONS DE GES	
Consommation totale d'énergie	454 MWh
Electricité	454 MWh
Gaz naturel	0
Fioul / Autres combustibles	0
dont Energies renouvelables	180 MWh
Part d'énergies renouvelables	40%
Emissions GES - Scope 1 (directes)	16,8 tCO2e
Emissions GES - Scope 2 (indirectes)	29,1 tCO2e
Emissions GES - Scope 3	13,6k tCO2e
Total émissions GES	13,7k tCO2e

B4 - POLLUTION DE L'AIR, DE L'EAU ET DES SOLS	
Polluants émis (si réglementé - IED/EMAS) (en tonnes)	0

B6 - CONSOMMATION D'EAU	
Consommation totale d'eau (en m^3)	**1 848**
dont en zones de stress hydrique (en m^3)	0

B5 - BIODIVERSITÉ

Les bureaux de WMH Project ne sont pas situés à proximité de zones Natura 2000 ou autres zones de biodiversité sensibles. Nous intégrons néanmoins, des solutions de préservation de la biodiversité dans nos événements, via nos partenaires spécialisés.

B7 - RESSOURCES, ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET DÉCHETS	
Production de déchets	
Déchets dangereux	268 kg
Déchets non dangereux	Estimation en cours
Déchets aménagements valorisés	11 896 kg
Valorisation surplus alimentaire	267 kg

WMH Project intègre l'économie circulaire au cœur de sa démarche d'éco-conception événementielle :

- Privilégier la location plutôt que l'achat de matériel événementiel
- Conception de stands et scénographies réutilisables et modulaires
- Up-cycling et valorisation de matériaux récupérés
- Partenariats avec acteurs locaux de l'économie sociale et solidaire pour réemploi
- Tri sélectif et gestion des déchets avec valorisation matière
- Co-construction avec clients pour optimiser ratio impact/pertinence selon leurs enjeux

B8 - CONDITIONS DE TRAVAIL ET EMPLOI	
Effectif total au 31/12	283
Effectif permanent (CDI)	263
Effectif temporaire (CDD, interim)	20
Equivalent temps Plein (ETP)	279
Nombre de recrutement	80
Nombre de départs	76
Taux de rotation	26,9%
Nombre de femmes dans l'effectif	199
Part des femmes	66,8%
Index égalité professionnel	89

B9 - SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL	
Nombre d'accidents du travail	1
Nombre de jours d'arrêt	164
Nombre total d'heures travaillées	780
Taux de fréquence (TF) Pour 1M h	1282,05
Taux de gravité (TG) Pour 1000 h	210,26
Taux d'absentéisme	2,3%

B10 - FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES	
Nombre total d'heures de formation	2 249
Nombre moyen d'heures par ETP	8,0
Montant investi dans la formation	43.869,00 €
Nombre de collaborateurs formés	273

B11 - GOUVERNANCE & ÉTHIQUE DES AFFAIRES	
Code d'éthique/conduite formalisé	Oui
Politique anti-corruption en place	Oui
Nombre de cas de corruption identifiés	0
Montant des amendes pour non-conformité	0,00 €

C1 - Business model & stratégie de durabilité

DESCRIPTION DU MODÈLE ÉCONOMIQUE

WMH Project est une agence événementielle qui conçoit et réalise des rencontres durables dans les univers corporate, institutionnel, santé, mobilité et luxe. Notre modèle repose sur une approche globale : nous maîtrisons l'ensemble de la chaîne de valeur, de la stratégie créative à l'exécution opérationnelle, en passant par la production technique, le design spatial et la création de contenus. Cette intégration verticale nous permet de garantir la cohérence de nos engagements RSE à chaque étape.

Nous délivrons cinq familles d'expertises complémentaires pour nos clients : l'événementiel (conventions, séminaires, lancements produits, célébrations), le travel (incentives, learning expeditions, voyages solidaires), le design (stands, scénographies, pop-up stores, retail), le contenu (stratégie de marque, production photo-vidéo, motion design) et l'influence (relations médias, social media, data marketing). Notre clientèle est composée de d'institutions publics et de grandes entreprises nationales et internationales.

La nature personnalisée de nos événements implique une chaîne de valeur particulièrement large et hétérogène. Nous travaillons avec un très grand nombre de fournisseurs dont la taille, l'activité et la spécialisation varient considérablement d'un projet à l'autre : du prestataire technique audiovisuel à l'hôtelier de capacité exceptionnelle, du traiteur gastronomique au constructeur de stands, du transporteur au freelance créatif. Cette diversité est inhérente à notre modèle : chaque événement sur-mesure mobilise un écosystème de partenaires spécifiques, adaptés aux besoins précis du projet.

Notre sourcing s'organise selon deux logiques complémentaires. Pour nos projets en France, nous privilégions des partenaires majoritairement français, avec une concentration régionale en Île-de-France pour les événements parisiens. Pour nos événements à l'international, nous appliquons un principe de sourcing local systématique : nous identifions et travaillons avec des fournisseurs du territoire d'accueil, favorisant ainsi l'ancrage territorial, la réduction de l'empreinte logistique et le soutien aux économies locales.

Quelle que soit leur provenance ou leur taille, tous nos fournisseurs font l'objet d'une évaluation selon des critères RSE formalisés, intégrés dès la phase d'appel d'offres. Nous établissons des clauses éthiques dans nos partenariats et privilégions les relations durables avec ceux qui partagent notre vision d'un événementiel plus responsable.

NOTRE STRATÉGIE RSE : UNE RAISON D'ÊTRE QUI NOUS GUIDE

En 2023, nous avons franchi un cap décisif en adoptant le statut d'entreprise à mission. Ce n'était pas une posture, mais l'aboutissement d'une conviction profonde :

« Créateurs et réalisateurs de communications inventives et utiles, nous voulons , avec nos équipes, nos clients et nos partenaires , rendre possibles des rencontres durables au service d'une société et d'une économie plus respectueuses, plus engagées et plus solidaires. »

Cette raison d'être se décline en quatre objectifs statutaires qui irriguent toutes nos décisions :

Pour nos clients : inventer des dispositifs de communication qui créent des liens authentiques, génèrent de l'engagement et portent le sceau de notre responsabilité écologique et sociétale.

Pour nos équipes : renforcer l'efficience et la cohésion en déployant les moyens nécessaires pour que chacun puisse s'épanouir en étant contributeur de notre réussite collective.

Pour notre écosystème : progresser avec des partenaires et fournisseurs qui partagent nos convictions et le sens de notre mission.

Pour la société : soutenir le développement de projets économiques, sociaux et culturels au service du mieux vivre ensemble, en en favorisant l'accès au plus grand nombre.

Cette stratégie n'est pas gravée dans le marbre d'un rapport annuel. Elle vit au quotidien, dans chaque brief créatif, chaque négociation fournisseur, chaque décision d'équipe. Elle est notre boussole, notre ADN, notre signature durable.

NOS POLITIQUES ENVIRONNEMENTALES

L'éco-conception n'est pas un service optionnel chez WMH Project, c'est notre méthode de travail. Dès la première esquisse d'un projet, nous analysons son impact potentiel et co-construisons avec nos clients les solutions qui optimisent le ratio impact-pertinence selon leurs enjeux propres.
Sur la logistique, nous privilégions systématiquement les mobilités douces, la mutualisation des transports et les équipements basse consommation. La gestion des déchets fait l'objet d'une attention particulière : tri sélectif sur tous nos événements, partenariats avec des acteurs du réemploi et de la valorisation matière.
Nos bilans carbone (annuels et multi-entités) couvrent l'ensemble de nos scopes 1, 2 et 3. Cette transparence nous permet d'identifier nos leviers d'action prioritaires et de définir des objectifs de réduction concrets, actuellement en cours de finalisation.
Enfin, nous nous engageons avec nos clients vers des solutions de contribution environnementale et de préservation de la biodiversité, en abondant de 20% leurs financement.

NOS POLITIQUES SOCIALES ET RH

Nous investissons dans la formation continue de nos équipes aux métiers de l'événementiel responsable. La transmission du savoir-faire n'est pas qu'un enjeu de compétence, c'est un pilier de notre identité.
Nous avons à cœur de proposer à nos collaborateurs des conditions favorisant le bien-être au travail et une bonne qualité de vie professionnelle : conditions de travail sûres, équilibre vie professionnelle-vie personnelle, télétravail encadré, attention portée à la santé physique et mentale de chacun.
L'inclusion et la diversité s'incarnent dans notre politique de parité femmes-hommes, notre ouverture à la diversité des parcours et notre engagement pour l'accessibilité universelle de nos événements.
Enfin, notre engagement sociétal se matérialise à travers le programme CALL TO Actions et le Fonds de dotation WMH FOR GOOD, qui soutiennent des initiatives culturelles, éducatives et solidaires.

C2 -Description détaillée des politiques ESG

GOUVERNANCE & PILOTAGE

La gouvernance de notre démarche RSE repose sur une articulation claire des responsabilités.
La Direction Générale via la Secrétaire Générale porte la responsabilité stratégique : validation de la stratégie RSE, arbitrage des investissements, suivi des indicateurs clés et reporting auprès de nos parties prenantes.
Le Comité de Mission, composé de membres internes et de parties prenantes externes, pilote et contrôle la réalisation de nos quatre objectifs statutaires. Il valide notre rapport de mission annuel et alerte sur les écarts éventuels entre engagements et pratiques.
L'équipe RSE coordonne opérationnellement la démarche : animation du réseau interne de référents, veille réglementaire, pilotage des projets transverses (bilans carbone, évaluations fournisseurs, formations) et consolidation des indicateurs.
Les équipes opérationnelles intègrent les critères RSE dans leurs décisions quotidiennes, sensibilisent les clients aux alternatives responsables et remontent les indicateurs terrain. Cette capillarité est essentielle : la RSE ne vit que si elle irrigue chaque brief, chaque négociation, chaque choix de conception.

CE QUI NOUS ATTEND INITIATIVES FUTURES

Au-delà de nos engagements internes, nous portons une ambition sectorielle : faire progresser l'ensemble de la filière événementielle vers des pratiques plus responsables.
Notre démarche d'innovation responsable vise à développer, tester et partager des outils et méthodes au service des rencontres durables. Nous expérimentons de nouvelles approches d'éco-conception, d'économie circulaire et de mesure d'impact, puis nous documenterons ces expérimentations dans des rapports publics accessibles à tous les acteurs du secteur.

C3 - Objectifs de réduction GES & Plan de transition

NOTRE PLAN DE TRANSITION CLIMATIQUE

Objectif de réduction GES Scope 1+2	-40%
Année de référence	2023
Année cible	2030

WMH Project a engagé sa démarche de décarbonation en réalisant régulièrement des bilans carbone complets sur les scopes 1, 2 et 3.
Nous avons formalisé une trajectoire de réduction des émissions pour les scopes 1 et 2.
L'extension de cette trajectoire au scope 3, qui représente l'essentiel de notre empreinte, fait l'objet d'un travail de modélisation en cours, compte tenu de la complexité et de la diversité de notre chaîne de valeur événementielle.

LES RISQUES PHYSIQUES AUXQUELS NOUS SOMMES EXPOSÉS

Les événements météorologiques extrêmes constituent notre premier risque physique. Canicules, orages violents, fortes pluies peuvent perturber, voire compromettre le déroulement d'événements outdoor. La dégradation du confort thermique lors d'événements en extérieur ou dans des structures temporaires nous oblige à repenser nos dispositifs de climatisation et d'hydratation des participants.
Les perturbations de notre chaîne logistique constituent également un risque identifié : inondations, sécheresses et autres aléas climatiques peuvent affecter les transports et les approvisionnements, avec un impact direct sur notre capacité à tenir nos engagements.

LES RISQUES DE TRANSITION QUI NOUS CHALLENGENT

Le durcissement réglementaire est inéluctable. L'évolution des normes environnementales dans le secteur événementiel, l'obligation de reporting, la taxation carbone : autant de contraintes qui transforment progressivement notre modèle économique.
Les exigences de nos clients s'intensifient. Les cahiers des charges intègrent désormais systématiquement des critères RSE renforcés, avec une demande croissante de preuves tangibles de nos performances environnementales.
Le risque réputationnel, enfin, est réel : les attentes sociétales sur l'engagement climat sont élevées, et toute communication inadaptée ou perçue comme du greenwashing peut affecter notre image.

IMPACT FINANCIER

Ces risques génèrent des coûts d'adaptation : investissements dans des équipements résilients (structures résistant aux intempéries), souscription d'assurances climatiques spécifiques. Les surcoûts opérationnels sont également tangibles : hausse du prix des matériaux durables, du transport, de l'énergie.

C5 - Caractéristiques supplémentaires main-d'œuvre

TURNOVER PAR CATÉGORIE : COMPRENDRE NOS DYNAMIQUES

Le secteur événementiel est caractérisé par une mobilité professionnelle naturelle. Nous analysons notre turnover par grandes catégories pour mieux comprendre et anticiper ces dynamiques.
Les équipes créatives et production connaissent un turnover modéré, caractéristique d'un secteur dynamique où la mobilité inter-agences est fréquente. Les fonctions support (finance, RH, administration) affichent une stabilité élevée et une faible rotation, témoignant de la qualité de notre environnement de travail. Le management et la direction présentent un très faible turnover, signe de l'engagement de nos équipes dirigeantes. Enfin, les techniciens freelances, par nature, connaissent une rotation élevée inhérente au modèle projet-événement, mais nous cultivons un pool de partenaires réguliers fidèles.

Nombre de travailleurs non-salariés	**12**
Nombre de travailleurs intérimaires	**1**
Ancienneté moyenne	**5,0**

NOTRE POLITIQUE DROITS HUMAINS : FORMALISÉE ET OPÉRATIONNELLE

WMH Project dispose d'une politique droits humains formalisée, intégrée à notre démarche RSE d'entreprise à mission et à notre certification ISO 20121. Cette politique n'est pas un document de façade : elle guide nos décisions au quotidien et structure notre relation avec l'ensemble de notre chaîne de valeur.

NOTRE PROCESSUS DE DUE DILIGENCE

Nous avons mis en place un processus de due diligence structurée qui couvre l'ensemble de nos relations commerciales. L'évaluation de nos fournisseurs intègre systématiquement des critères sociaux : conditions de travail, non-discrimination, respect des conventions fondamentales de l'OIT.
Nos contrats comportent des clauses éthiques qui engagent nos partenaires au respect des droits fondamentaux.

COMMENT NOUS OPÉRONS CONCRÈTEMENT

Nous cartographions les risques en identifiant les postes sensibles dans notre chaîne de valeur : sous-traitance, fabrication, logistique internationale. Notre prévention s'appuie sur des clauses contractuelles solides, un dialogue permanent avec nos fournisseurs et une sensibilisation continue de nos équipes.
En cas d'incident identifié, nous disposons d'une procédure de signalement accessible à tous, d'un traitement rigoureux de chaque cas et de mesures correctives définies avec les fournisseurs concernés. Notre transparence se traduit par une communication régulière de notre démarche dans notre rapport RSE annuel.

FORMATION ET SENSIBILISATION CONTINUE

Tous nos nouveaux collaborateurs reçoivent une sensibilisation aux valeurs de notre entreprise à mission et à nos engagements droits humains. Nous proposons des modules de formation continue (e-learning éthique, non-discrimination, prévention harcèlement).
Nos acheteurs et chefs de projets bénéficient d'une formation métier spécifique sur l'intégration des critères sociaux dans leurs décisions opérationnelles.

C7 - Incidents graves droits humains

NOTRE PROTOCOLE EN CAS D'INCIDENT GRAVE

En cas d'identification d'un incident grave lié aux droits humains dans notre chaîne de valeur, nous appliquons un protocole strict : enquête interne immédiate, suspension de la relation avec le fournisseur concerné si nécessaire, élaboration d'un plan d'action correctif formalisé avec échéances précises.

Un suivi rapproché de la mise en œuvre des actions correctives est assuré, et nous informons systématiquement nos instances de gouvernance (comité de mission, représentants du personnel) de la situation et des mesures prises.

À ce jour, nous n'avons identifié aucun incident grave dans notre chaîne de valeur, ce qui témoigne de l'efficacité de notre politique de sélection et d'évaluation des fournisseurs.

Nombre d'incidents graves identifiés	0
Travail forcé ou obligatoire	0
Travail des enfants	0
Discrimination	0
Autres violations	0

C8 - Revenus activité controversées

WMH Project n'a pas de revenus issus des secteurs considérés comme controversés par la réglementation européenne sur les benchmarks : énergies fossiles, tabac, armes et défense, ou autres activités à caractère sensible.

Notre clientèle est composée de grands comptes et de multinationales dans les secteurs corporate, institutionnel et luxe : communication, retail, services, culture. Cette composition nous permet d'affirmer que tous nos indicateurs de revenus liés à des activités controversées sont à zéro.

Revenus - Énergies fossiles	**0k€**
% du CA total	0%
Revenus - Tabac	**0k€**
% du CA total	0%
Revenus - Armes et défense	**0k€**
% du CA total	0%
Revenus - Autres activités controversées	**0k€**
% du CA total	0%

La gouvernance de WMH Project s'organise autour de plusieurs instances complémentaires. Le Comité de Direction assure le pilotage opérationnel et stratégique.
Le Comité de Mission, instance spécifique à notre statut d'entreprise à mission, suit les objectifs statutaires et intègre des parties prenantes externes pour garantir une vision plurielle.
Les instances de représentation du personnel participent activement au dialogue social. La parité et la diversité des profils constituent des critères de composition de l'ensemble de ces organes, conformément à nos engagements de gouvernance inclusive.

Nombre total de membres COMEX	13
Nombre de femmes	4
Nombre d'hommes	9
Part de femmes	30,8%
Part d'hommes	69,2%
Nombre d'administrateurs indépendants	0

Nombre total de membres Comité de Mission	11
Nombre de femmes	6
Nombre d'hommes	5
Part de femmes	54,5%
Part d'hommes	45,5%
Nombre de membres externe	6

B1 - INFORMATIONS GÉNÉRALES	
Informations omises	Justification de l'omission
Poids total des déchets générés	À ce stade de maturité, le groupe ne dispose pas encore des outils et processus nécessaires pour assurer la collecte et la mesure systématique des données relatives aux déchets sur l'ensemble de ses événements. Une démarche de mise en place d'un suivi est en cours.
Rémunérations moyennes annuelles	Ces données relèvent de la politique de confidentialité interne du groupe et ne peuvent, à ce titre, être divulguées dans le cadre du présent rapport.

WMH PROJECT

Tour Alto, 4 place des Saisons, Courbevoie
01 77 88 30 30
rse@wmhproject.com