

Komeet facilite l'engagement des salariés pour des causes solidaires

Depuis 2024, la plateforme de mise en relation booste l'engagement des entreprises auprès d'associations. Avec des outils pour mesurer l'impact, elle s'impose comme un acteur clé de la RSE, en évitant les écueils du greenwashing.



Komeet emploie 70 personnes, pour un chiffre d'affaires de plus de 6 millions d'euros. (Komeet)

Par [Jennifer Matas](#)

Publié le 31 mars 2026 à 16:00 Mis à jour le 31 mars 2026 à 16:01

Issue de la fusion en 2024 entre Vendredi et Wenabi, la plateforme Komeet propose de mettre en relation des entreprises prêtes à s'engager sur des enjeux sociétaux, [leurs salariés](#) volontaires pour des missions et des associations aux besoins concrets. Un triptyque au milieu duquel la start-up se pose en chef d'orchestre pour tenter de concilier, au mieux, les attentes, ressources et besoins de chacun. Et de cumuler, en bout de file, des millions d'heures d'impact.

Depuis ses débuts, Komeet a permis à plus de 3.500 associations de bénéficier de soutien, dans 75 pays. Un soutien qui prend différentes formes : [mécénat de compétences](#), mentorat, missions de terrain, collectes de dons, ou même team building solidaires pour « sensibiliser en interne et permettre, ensuite, de mobiliser autour d'une cause », comme l'explique Julian Guerin, président de Komeet et ambassadeur Tech for Good chez Mouvement Impact France.

Créer une fresque du climat dans son entreprise, participer à une course caritative contre le cancer du sein, planter des arbres, animer un atelier de formation au numérique pour personnes en situation de handicap... Les missions ne manquent pas pour contribuer à améliorer la société.

Accès gratuit pour les associations

Ce qui manque, en revanche, bien souvent, c'est le temps. Justement, Komeet, agréée ESUS et certifiée [B Corp](#), propose aux entreprises de s'engager concrètement en permettant à leurs salariés de donner un peu de leur temps à des associations actives sur le terrain.

Le fonctionnement de Komeet est simple : des associations publient sur la plateforme leurs besoins et, en face, des entreprises - qui paient un abonnement - y répondent. « L'accès est totalement gratuit pour les associations, précise Julian Guerin. Et puis la structure doit proposer des missions adaptées à notre plateforme et pouvoir accueillir et gérer les salariés volontaires. »

La seule condition, c'est que l'organisme remplisse certains critères : être enregistré comme étant à but non lucratif et disposer d'un numéro d'enregistrement officiel, être apolitique, ni religieux ni syndical, et avoir une mission alignée avec les objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies.

Plus de 2 millions d'heures données

Les entreprises, de leur côté, y gagnent en image, en marque employeur et leurs employés en bien-être au travail ainsi qu'en compétences. « Beaucoup attestent avoir acquis de nouvelles compétences en revenant de mission, en particulier des softs skills », assure Julian Guerin.

Mais l'important, c'est de [mesurer l'impact](#) de ces engagements de façon concrète. Pas question de risquer le greenwashing ou le socialwashing. « La RSE est un mot qui commence à être utilisé. C'est bien d'en parler, mais il faut surtout être capable de la mesurer », poursuit le président de Komeet.

« La RSE est un mot qui commence à être utilisé. C'est bien d'en parler, mais il faut surtout être capable de la mesurer. »

Julian Guerin, président de Komeet

Alors sa plateforme s'engage à mesurer l'impact de chacune des missions qu'elle propose. Pour cela, elle s'est fait accompagner par une agence spécialisée dans la mesure d'impact et a mis au point des outils spécifiques. « Ces outils sont pluggés directement sur la plateforme et permettent d'avoir un aperçu immédiat de l'impact généré. »

Komeet mesure ainsi le nombre d'heures données (plus de 2 millions au total depuis les débuts), de salariés mobilisés (plus de 200.000), d'euros collectés (plus de 2 millions sur la seule année 2024), de bénéficiaires touchés, de denrées alimentaires distribuées, etc. « Être une [entreprise à impact](#), c'est difficile : il faut être rentable et utile, et réussir à le démontrer », conclut le dirigeant, qui emploie 70 personnes pour un chiffre d'affaires de plus de 6 millions d'euros.