



MÉCÈNE, MOI ? :

QUAND ANASTASIA ANDRIEU, LE NOUVEAU VISAGE DE LA PHILANTHROPIE, PROMEUT UN MÉCÉNAT DÉCOMPLEXÉ

En pleine croissance, le mécénat d'entreprise gagne du terrain, y compris chez les PME. Portée par un parcours atypique, un goût assumé pour l'engagement local et une approche audacieuse de l'innovation sociale, Anastasia Andrieu incarne cette dynamique nouvelle. Rencontre avec une entrepreneure qui dépoussiére la philanthropie.

Anastasia Andrieu, co-fondatrice et CEO de LABEL PHI et Ventra, Présidente du Club Philanthropique du MEDEF de l'Est Parisien

Baromètre du mécénat d'entreprise

+ 170 000 entreprises mécènes en 2023, soit 9 % des entreprises françaises (en hausse de 80 % / 2018)

97 % des mécènes sont des PME et TPE

3 Mds € de dons déclarés en 2023

88 % des dons sont réalisés localement

Source : Admical

Née en Finlande, ayant grandi à Moscou, Anastasia Andrieu cultive très tôt une identité internationale et un goût prononcé pour le mouvement. Fille d'un père franco-russe et d'une mère bulgare, elle grandit dans une maison polyglotte avant de rejoindre la France. Sa trajectoire commence par un double cursus : les beaux-arts à Londres, au Chelsea College of Art, puis à Berlin, à l'UdK (les Beaux-Arts de la capitale allemande). Mais déjà à l'époque, son intérêt dépasse la seule création : elle passe plus de temps à organiser des expositions, structurer des projets, rassembler des artistes et réinvestir des lieux. Ce sens de la médiation artistique va orienter la suite. De retour à Paris, elle complète sa formation avec un diplôme en immobilier d'entreprise au CNAM, convaincue que l'art et la ville sont intimement liés. Son mémoire, consacré à « l'art dans la ville, comment l'art draine les dynamiques urbaines », jette les bases de ce qui deviendra le fil rouge de sa carrière : tisser des passerelles entre créativité, territoire et impact social.

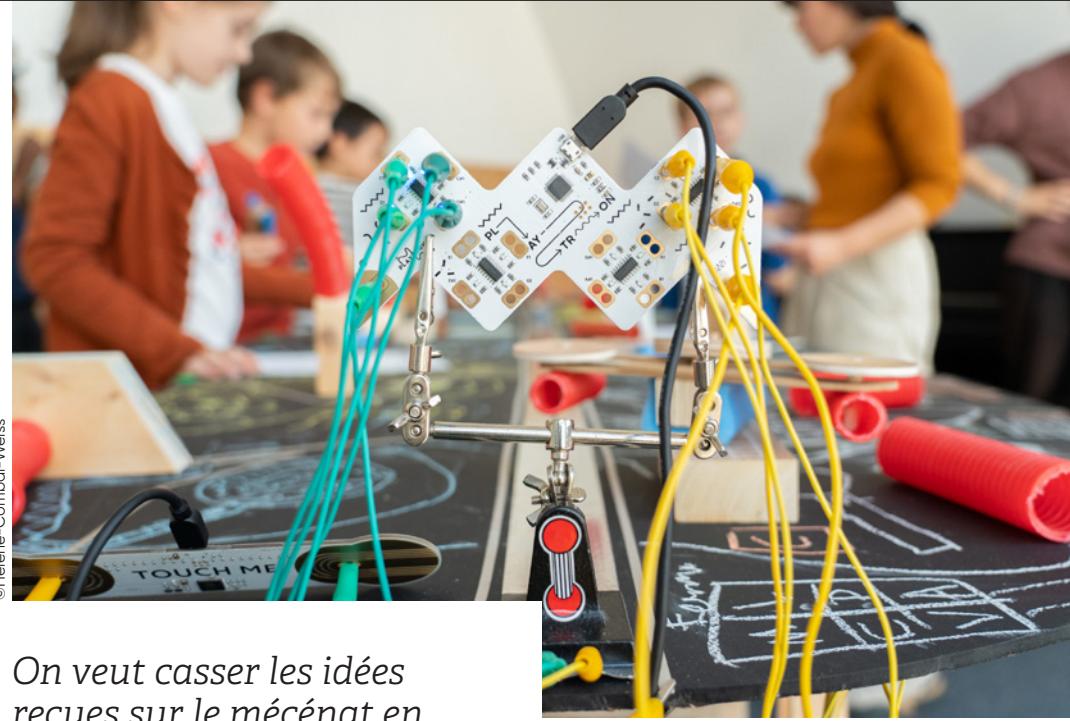
Une révélation professionnelle à la croisée des mondes

Après un passage chez Sotheby's et dans plusieurs galeries, elle entre dans le monde de l'immobilier, puis se voit proposer un poste inédit en 2020 : créer et diriger un fonds de

dotation pour le groupe Verrecchia, promoteur engagé du 93. L'occasion pour elle d'aligner enfin toutes les dimensions de sa formation. « C'était enfin l'accomplissement d'un double parcours qui mettait du sens dans tout ce que j'avais fait. », se félicite Anastasia. Elle conçoit un modèle de mécénat territorial profondément ancré : les locaux vacants sont transformés en résidences d'artistes, des jeunes sont initiés aux métiers de la pierre, et les chantiers deviennent des lieux de médiation culturelle. Une idée forte : faire du chantier un espace citoyen. Durant quatre années à la tête du fonds Verrecchia, elle mesure l'impact possible, mais aussi les lourdes administratives du mécénat. Si elle est entourée d'avocats, fiscalistes et communicants, elle réalise que ce luxe est rarement à la portée des PME.

Lancement de Label PHI : démocratiser le mécénat avec agilité

Forte de ce constat, elle décide de créer LABEL PHI fin 2022, afin de simplifier l'accès au mécénat pour les PME et les structures à taille humaine. « Une manière de casser ce plafond de verre, c'est de proposer une offre intégrée, un peu en mode start-up. » explique-t-elle. Avec son frère comme cofondateur et une petite équipe très opérationnelle, elle propose un accompagnement « tout-en-un » : aide à la rédaction des statuts, immatriculation



© Hélène Combarel-Weiss

On veut casser les idées reçues sur le mécénat en 2025. Montrer que ce n'est ni élitiste ni hors sol.

en préfecture, animation de conseils, gestion administrative et communication. Très vite, l'offre séduit. En janvier 2024, elle quitte définitivement son poste salarié chez Verrecchia pour se consacrer à 100 % à sa structure. Une dizaine de clients sont déjà au rendez-vous.

Une seconde société pour digitaliser la philanthropie : Ventra

Face à la complexité et à la charge administrative que représente la gestion d'un fonds de dotation ou d'une fondation, elle lance début 2024 Ventra, une société soeur développant un copilote digital de gestion philanthropique. Cet outil, opérationnel depuis le mois de juillet, s'adresse à tous les professionnels du secteur : fondations d'entreprise, musées, responsables RSE, collectivités. Il automatise la fiscalité, la comptabilité, les conventions de dons, les rapports d'activités, etc. Un gain de temps précieux pour des structures souvent en sous-effectif chronique. Développé avec le soutien de l'ESSEC Impact Lab, Ventra ambitionne de devenir une référence européenne, face à des outils américains peu adaptés au marché français et très onéreux.

Aujourd'hui, une bonne action de mécénat sert autant à l'entreprise qu'elle sert aux bénéficiaires.

Le Club Philanthropie : un espace pour poser les bonnes questions

En parallèle de ses activités, Anastasia présidera très prochainement le Club Philanthropie au sein du MEDEF de l'Est Parisien. Cet espace est destiné à informer, rassurer et inspirer les dirigeants. « On veut casser les idées reçues sur le mécénat en 2025. Montrer que ce n'est ni élitiste, ni hors sol. », assure-t-elle. Ici, pas de culpabilisation, mais un langage adapté à celui des entrepreneurs. L'objectif est double : d'abord, répondre de manière claire aux questions pratiques des chefs d'entreprise (« combien ça coûte ? », « quel intérêt pour ma boîte ? », « comment structurer mon don ? »), ensuite faire le lien avec des porteurs de projets locaux qui méritent visibilité et soutien. Car l'un des enjeux majeurs du mécénat est aussi la capacité à relier l'offre et la demande : d'un côté, des entreprises désireuses de s'engager, mais souvent mal informées ; de l'autre, des acteurs associatifs pleins d'idées, mais manquant de relais économiques.

Le Club Philanthropie veut justement créer ce « matching » intelligent, en organisant des rencontres, des ateliers de sensibilisation, des visites de terrain et des sessions de co-construction entre mécènes et bénéficiaires potentiels. « Aujourd'hui, une bonne action de mécénat sert autant à l'entreprise qu'elle sert aux bénéficiaires. », précise Anastasia qui entend rééquilibrer une situation encore trop concentrée : selon le Panorama National des Générosités, 25 % des dons effectués en France sont concentrés sur seulement 40 associations très médiatisées, alors même que le pays compte plus de 1,5 million de structures

CHANTIERS PARTAGÉS : QUAND LES ENFANTS RÊVENT LA VILLE DE DEMAIN

Du 24 au 27 octobre 2023 à Issy-les-Moulineaux, le projet Métrolodie, porté par le studio Playtronica et l'artiste Émilie Hirayama, a réuni des enfants autour d'un atelier créatif et sonore. Conçu dans le cadre des Chantiers partagés du Grand Paris Express, et accompagné par le Fonds de dotation Verrecchia, ce projet est l'une des initiatives soutenues par LABEL PHI pour faire dialoguer culture, urbanisme et jeunesse. Les enfants y ont imaginé les véhicules du futur, devenus des maquettes interactives... et musicales.

Le mécénat peut être un prolongement de la stratégie RSE, voire un levier de différenciation.

associatives ! Le club veut révéler des projets plus petits, mais tout aussi méritants. Selon sa présidente, 97 % des mécènes sont aujourd'hui des PME. On est loin de l'image d'Épinal des milliardaires parisiens ! Les dons, souvent modestes (de 5 000 à 10 000 euros), s'inscrivent dans des dynamiques de territoire : rénovation d'écoles, soutien à des actions culturelles ou sportives, implication dans des causes locales. Cette proximité est stratégique : elle mobilise les collaborateurs, favorise l'ancrage territorial, et donne du sens à l'action économique. Anastasia insiste sur la dimension profondément accessible du dispositif, dès lors qu'il est bien compris et bien accompagné. Le Club Philanthropie veut aussi devenir un lieu de plaidoyer, capable de faire remonter des propositions concrètes au niveau des pouvoirs publics ou des grandes fédérations professionnelles, notamment sur la fiscalité du don. Enfin, le Club ambitionne d'être un véritable espace de valorisation : valorisation des actions existantes, trop souvent invisibles, valorisation des mécènes du quotidien, mais aussi valorisation des nouvelles formes de philanthropie – comme le mécénat de compétences ou le mécénat en nature – qui restent encore minoritaires, mais extrêmement prometteuses.

Réconcilier RSE et mécénat

Si la RSE est perçue comme l'affaire des process internes, le mécénat reste parfois vu comme une démarche parallèle. Anastasia plaide pour une vision intégrée : « *le mécénat peut être un prolongement de la stratégie RSE, voire un levier de différenciation* ». Encore faut-il former les entreprises à cette vision stratégique. C'est l'un des objectifs de LABEL PHI, mais aussi du Club Philanthropie, qui espère bien inspirer de nouveaux mécènes à penser leur engagement comme un acte structurant pour leur activité. Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises souhaitent intégrer des dimensions d'impact dans leurs bilans extra-financiers. Le mécénat, lorsqu'il est bien structuré, peut répondre à cette attente. Il permet non seulement de contribuer au bien commun,

mais aussi de renforcer la marque employeur, d'améliorer le climat social et d'impliquer les collaborateurs dans des causes concrètes. C'est un outil souple, fiscalement incitatif, et stratégiquement pertinent. L'objectif est clair : il est temps de sortir le mécénat de sa case « optionnelle » pour le placer au cœur de la stratégie de transformation des entreprises. Dans un monde en quête de sens, les dirigeants ont tout à gagner à mobiliser leur structure autour d'un projet philanthropique cohérent et assumé. Parce qu'« *une bonne action de mécénat, c'est aussi un formidable outil d'alignement interne. Quand l'entreprise agit pour l'intérêt général, elle se redéfinit, elle se rassemble.* »



BLANC BLANC BLANC est un projet porté par Thibault le Marié qui métamorphose une blanchisserie de 250 ans située en Mayenne. Label Phi a accompagné la famille pour structurer leur fonds de dotation.