



## 3ème table ronde : Le financement participatif peut-il sauver le patrimoine ?

### Intervenants :

Sandra Prédine-Ballerie, Directrice de la Culture du département de l'Oise

Anne Carré, administratrice du Musée d'Histoire Naturelle de Lille

Christophe Delepierre, Tri-D, start-up régionale d'impression 3D

Thérèse Lemarchand, cofondatrice de Culture Time

**Table ronde modérée par Pierre-Yves Lochon, fondateur et coordinateur du Clic France**

### • **Un projet d'impression 3D pour les musées par Tri-D, start-up régionale.**

Christophe Delepierre, Tri-D, start-up régionale d'impression 3D

**Les dernières années ont vu émerger la révolution des machines à répliquer et de l'impression 3D.** Aujourd'hui, de telles machines se démocratisent puisque certaines d'entre-elles coûtent moins de 2 000 euros et deviennent alors plus accessibles. Tri-D, start-up régionale, est partie de ce

constat afin de développer son projet.

Les objectifs d'une telle structure sont d'identifier les nouveaux usages et la création de nouvelles possibilités par le biais de ces machines. **Cette technologie qui permet de passer du numérique au physique apporte avec elle l'idée que l'on peut toucher pour voir**, qui permet notamment de s'adresser aux personnes atteintes de déficience visuelle. Un tel projet est donc multidimensionnel : technologique, numérique, social, entrepreneurial.

**L'opération de crowdfunding menée par Tri-D a justement reposé sur cette idée de toucher pour voir.** La plateforme choisie était KissKissBankbank qui fonctionne en termes de dons et contre-dons. L'objectif du mécénat participatif mis en place par la start-up était de récolter 10 000 euros afin d'acquérir 5 machines. **Finalement, 158 donateurs ont permis de récolter 12 855 euros soit 129% de l'objectif et cela sur une durée de 47 jours.** 70% des donateurs étaient des personnes que les fondateurs de la start-up connaissent. L'objectif a ainsi été dépassé. Il faut noter que, cette plateforme fonctionnant sur le principe du tout ou rien, la start-up n'aurait rien obtenu si elle n'avait pas atteint les 10 000 euros souhaités.

En termes de communication, la campagne de mécénat participatif a donné la possibilité à Tri-D de s'associer à de multiples partenaires. Elle a donné lieu à une grande campagne de communication qui a notamment permis des retombées médias importantes. La plateforme de *crowdspeaking* Thunderclap a également été utilisée, touchant ainsi 52 123 personnes.

**En définitive, l'opération s'est avérée être un succès et va permettre l'impression des monuments de la ville de Lille.** Afin de pouvoir fédérer la communauté ainsi créée, Tri-D organise le 29 juin 2015 un événement pour montrer les réalisations effectuées suite à cette campagne de mécénat participatif.

**Article du Clic France :** [Une start-up lilloise souhaite implanter des reproductions 3D dans les musées](#)

*Compte-rendu réalisé par Virginie Queste, étudiante en Marketing, Communication, Culture à l'IAE Lille*