



**autun** CŒUR DE BOURGOGNE

**Campagne de crowdfunding du musée  
Rolin d'Autun  
conduite à l'occasion de la restauration  
du linteau de la Tentation d'Eve**

*Le financement participatif,  
une forme de communication digitale*



# autun CŒUR DE BOURGOGNE

## **Le musée Rolin d'Autun**

- musée des Beaux Arts et de territoire
- abrite les collection municipales de la ville (de l'Antiquité romaine au XXe siècle).


## **Le linteau de la Tentation d'Eve**

- réalisé vers 1130 attribué à Gislebertus (auteur du tympan de la cathédrale Saint-Lazare)
- chef d'œuvre de la sculpture médiévale bourguignonne
- a connu de multiples péripéties (elle a disparu des radars pendant 100 ans, a failli partir chez des collectionneurs privés, aux USA, au Louvre... )
- une des pièces maîtresses des collections permanentes du musée Rolin
- un intérêt marqué des visiteurs
- cher au cœur des Autunois.

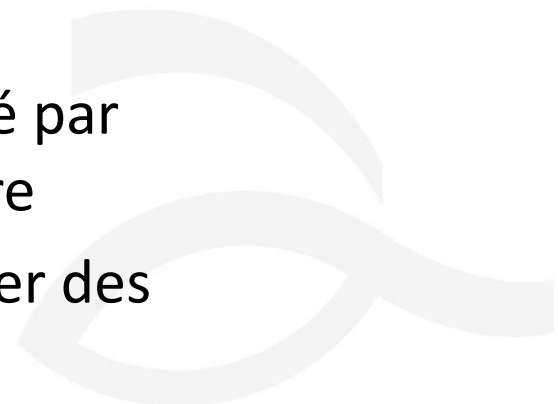


## **La restauration (réalisée par le C2RMF)**

justifiée par deux événements majeurs dans la valorisation d'Eve au public :

- Son accrochage au Louvre (12 sept. - 23 janvier)
  - L'exposition qui lui sera consacrée à Autun  
« Eve ou la folle tentation »  
dans le cadre des *Rendez-vous du Louvre à Autun*  
(22 juin-25 oct. 2017)
- 

## **Pourquoi faire appel au financement participatif?**

- Nécessité d'informer sur le départ de l'œuvre
  - Volonté de conduire une opération innovante (≠ conférence de presse ou comm'print)
  - Petite ville, petit musée avec des budgets réduits, donc nécessite de faire preuve de créativité innovatrice
  - Vecteur de communication actuel, inusité par le musée Rolin, donc sortant de l'ordinaire
  - Accessoirement, opportunité de récupérer des fonds
- 



## Pourquoi Ulule ?

- Première plateforme de crowdfunding européenne
- Présente dans 191 pays
- Depuis 2010, environ 14 800 projets financés (dont 250 projets patrimoine)
- Grande diversité des projets, tout public
- Design actuel
- Logique du « tout ou rien » (prise de risques très limitée)
- Back office souple avec une très bonne prise en main
- Possibilité d'insérer des vidéos et de faire vivre la page pendant la durée de la campagne avec envois de news aux donateurs
- Accompagnement personnalisé par l'équipe Ulule

# autun CŒUR DE BOURGOGNE

## Le bilan financier

4000 € à récolter en 45 jours (du 18 avril au 5 juin)

100% de la somme atteints le 30 mai

165% à la clôture de la campagne soit 6 630€

75 contributeurs : France, Suisse, Belgique, USA et Japon  
(représente plus d'individus car des associations ont donné)

Coût pour le musée

Commissions Ulule (env. 8% TTC du montant total collecté) : 498€ TTC

L'effet « post Ulule »

Certains donateurs ont versé via une société savante : 2390€ nets

**Total perçu net : 8 522 €** (soit 28% du coût total)

## **La communication culturelle**

Opération bénéfique à divers titres

- sensibilisation auprès d'un public différent, moins averti
- possibilité aux Autunois de s'investir dans la vie de leur musée et de prendre part à la restauration d'une œuvre qui leur est chère
- Bonne couverture de l'opération par la presse loco-régionale
- Viralité satisfaisante des posts sur réseaux sociaux
- Valorisation de l'image du musée et gain de notoriété à l'échelle nationale, voire internationale.
- Valorisation du partenariat avec le Louvre (rare pour un petit musée)
- Promo de l'expo 2017 et du projet d'extension du musée