



LE MÉCÉNAT AFFECTÉ : un instrument efficace au service du patrimoine

Sauvegarder et gérer un monument historique peut parfois devenir une charge financière insurmontable sans aide extérieure. Et lorsque les dispositifs de financement public ne suffisent pas à assurer la pérennité du patrimoine, il reste le recours à une solution qui a fait ses preuves : le mécénat affecté à un monument par le biais d'un organisme agréé comme l'est la Demeure Historique.

PAR THOMAS GIRAUD, RÉDACTEUR JURIDIQUE

Le château de Meauce (Nièvre), émergeant des brumes, peut envisager plus sereinement son avenir grâce au développement d'opérations liées au mécénat.
© Cédric Mignon

Depuis plus de dix ans, grâce à l'action de la Demeure Historique, les monuments historiques privés peuvent recourir au mécénat pour financer les travaux de restauration ou de mise en accessibilité.

Le dispositif accorde aux mécènes particuliers une réduction d'impôt sur le revenu de 66 % de la somme versée (dans la limite de 20 % de son revenu imposable), ou de 60 % de la somme versée de son

impôt sur le revenu ou sur les sociétés dans le cas d'un don provenant d'une entreprise (individuelle ou sociétaire).

Ce régime fiscal est bien sûr soumis à un certain nombre de conditions et d'obligations. En particulier, les opérations financées par le mécénat doivent répondre à un objectif d'intérêt général ; pour garantir l'affectation des fonds récoltés aux travaux répondant aux critères correspondants, la loi impose l'intervention d'un intermédiaire.

La Demeure Historique, association reconnue d'intérêt public, dispose depuis 2008 d'un agrément du ministère du Budget pour recueillir des dons de mécènes dans ce cadre particulier. Par son expérience et une expertise construite au gré des nombreux dossiers qu'elle a accompagnés, elle est devenue un partenaire incontournable.

Les monuments souhaitant

recourir à ce dispositif doivent établir un programme de travaux dans le respect de la réglementation relative aux travaux sur monuments historiques, puis signer une convention de mécénat avec la Demeure Historique, garantissant que les obligations légales et comptables sont respectées par le monument concerné (cf. 3 questions à Marie-Élise Louges, page 36).

Une campagne de financement participatif peut venir s'ajouter à la convention, et représente une opportunité supplémentaire de lever des fonds. À l'heure actuelle, de nombreuses campagnes menées avec succès peuvent témoigner de l'efficacité de ce mode de financement qui, au-delà de ses retombées financières, contribue très souvent à créer du lien autour du patrimoine, et à ramener l'humain au cœur de sa sauvegarde.

Sommaire

3 questions à Marie-Élise Louges	p. 36
Étude de cas : Château de Meauce (Nièvre)	p. 38
Étude de cas : Château de Gizeux (Indre-et-Loire)	p. 40
Étude de cas : Château royal de Saint-Saturnin (Puy-de-Dôme)	p. 42
Étude de cas : Château de Marmande (Vienne)	p. 44
Étude de cas : Maison Sévigné à Bourbon-Lancy (Saône-et-Loire)	p. 46
Étude de cas : Château de Bourron (Seine-et-Marne)	p. 48

3 questions à Marie-Élise Louges

juriste chargée des projets de mécénat et des formations à la Demeure Historique



© DR

Thomas Giraud : Comment la Demeure Historique accompagne-t-elle les campagnes de mécénat de ses adhérents ?

Marie-Élise Louges : La Demeure Historique est avant tout garante de la sécurité juridique et budgétaire de la campagne de mécénat : son rôle est de percevoir les dons pour le compte d'un monument et d'affecter ces sommes à un programme de travaux défini au préalable. Pour certifier que l'utilisation des fonds est bien conforme, elle paye directement les entreprises qui interviennent sur le chantier. Les propriétaires-gestionnaires restent néanmoins les seuls maîtres d'ouvrage. Notre accompagnement se matérialise dès les prémices du projet : pour bâtir le plan de financement, fixer l'objectif de collecte, programmer intelligemment les différentes phases de travaux, etc. Nous mettons

également à disposition des propriétaires un certain nombre d'outils pour les aider dans la recherche de mécénat : supports de communication, création d'une page sur notre plate-forme de collecte en ligne dédiée, conseils sur les opérations de financement participatif, journées de formation, etc.

T. G. : Quels sont les points juridiques auxquels il faut être particulièrement attentif avant de se lancer dans une telle campagne ?

M.-É. L. : Le mécénat affecté à un monument historique privé est un dispositif très encadré. Le projet doit nécessairement faire l'objet d'une convention signée par tous les propriétaires du site, qu'ils soient nus-propriétaires, usufruitiers, indivisaires ou associés d'une société civile immobilière (SCI). Dans cette convention, qui sera publiée au Bulletin officiel du ministère de la Culture, un point est très important : les propriétaires s'engagent à conserver l'immeuble ainsi qu'à l'ouvrir au public pour une durée d'au moins dix ans après l'achèvement des travaux. De même, si le principe est que tout particulier ou toute entreprise peut être mécène, il existe certaines exceptions :

d'une part, aucun lien familial jusqu'au 4^e degré ne doit exister entre les propriétaires et leurs mécènes ; d'autre part, les mécènes ne doivent pas entretenir de relations d'affaires avec les propriétaires. À titre d'exemple, un propriétaire ne peut en aucun cas être dirigeant ou administrateur de la société mécène, ni la société mécène être en même temps prestataire sur la même opération de travaux. Le rôle de la Demeure Historique est de s'assurer que ces conditions sont bien respectées.

T. G. : Quels conseils donneriez-vous à un porteur de projet qui souhaite se lancer dans une campagne de mécénat ?

M.-É. L. : Pour éviter toute déconvenue, il faut prendre le temps d'étudier les conditions d'application du dispositif et les obligations qui en découlent. Un dialogue avec les futurs repreneurs du monument est indispensable car ils sont concernés par les engagements pris. Ils doivent être informés des conséquences en cas de non-respect des engagements pris dans la convention et notamment du risque pour eux de devoir rembourser les sommes perçues depuis le début de la campagne.

www.mecenatmh.fr

Les contreparties: un atout dans un cadre limité

Proposer des contreparties aux dons peut représenter un avantage considérable pour encourager la décision des mécènes. Cependant, elles sont également soumises à certaines limites légales : pour les entreprises, la valeur des contreparties ne peut pas excéder 25 % du montant du don. Pour les particuliers, la valeur des contreparties est également limitée à 25 % du montant du don, et plafonnée à 69 euros.

La Demeure Historique : l'interlocuteur privilégié

La Demeure Historique est à ce jour la seule association reconnue d'utilité publique ayant obtenu un agrément du ministère du Budget pour recueillir des dons de mécènes. Son savoir-faire accompagne les propriétaires privés dans leurs projets et leur garantit le parfait déroulement de leur opération de mécénat et la transparence de l'utilisation des fonds.

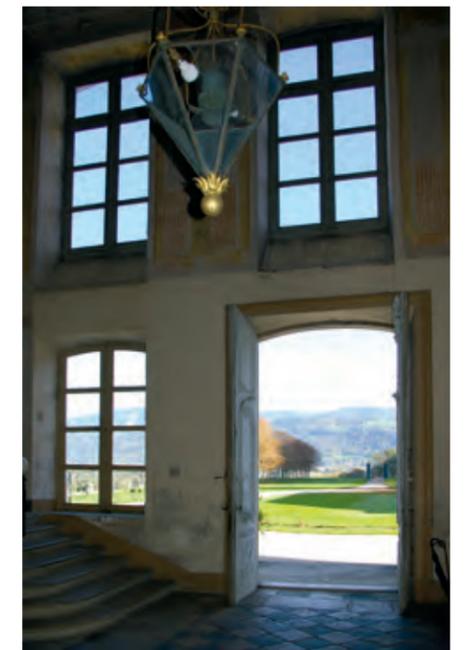


Le mécénat affecté en bref

- Un particulier, ou une entreprise, peut soutenir un projet de restauration ou de mise en accessibilité d'un monument historique privé, protégé ou labellisé Fondation du patrimoine, qu'il aura lui-même choisi.
- Le propriétaire peut également prospecter directement des individus (amis, visiteurs, membres des associations d'amis, etc.) ou des entreprises locales.
- Le propriétaire devra signer une convention avec une structure habilitée comme la Demeure Historique.
- Le mécène bénéficie, sous certaines réserves, d'une réduction d'impôt sur le revenu ou d'impôt sur les sociétés.

Le financement participatif ou crowdfunding en bref

- Des particuliers ou des entreprises peuvent contribuer financièrement à la réalisation d'un projet au travers d'une plate-forme Internet de collecte de fonds.
- La collecte de fonds est limitée dans le temps (3 mois) et un objectif de montant à atteindre est déterminé, mais il peut être dépassé.
- En croissance continue, le financement participatif a permis de collecter 402 millions d'euros en 2018 (source KPMG).



Ci-dessus : La signature d'une convention de mécénat implique l'ouverture au public du monument pour une durée de 10 ans minimum.

© Bertrand de Courville

Étude de cas

Château de Meauce (Nièvre)

Type de travaux financés : Restauration de plusieurs éléments (cheminées, charpente, frise, enduits, baies)

Témoignage de Cédric Mignon, propriétaire-gestionnaire

Pour fidéliser les mécènes et développer des liens avec le château, Cédric Mignon (page de droite) a assuré le suivi et la visibilité des travaux au moyen d'une lettre d'information.
© Cédric Mignon

“ Développer en amont un vrai réseau pour aller chercher les mécènes.



Thomas Giraud : Comment avez-vous mené votre campagne de mécénat ?

Cédric Mignon : Pour trouver les mécènes, il nous fallait d'abord développer la notoriété du château, puis entretenir la crédibilité et l'intérêt du monument en vue de fidéliser les sources de mécénat.

Nous avons construit notre visibilité sur les réseaux sociaux, avec près de 20 000 fans sur Facebook, en une année, et des comptes Twitter et Instagram très actifs. Cette présence reconnue nous a permis de toucher la presse locale, nationale et d'obtenir également plusieurs sujets à la télévision qui ont généré un fort intérêt pour le projet de restauration.

“ Nous avons construit notre visibilité sur les réseaux sociaux et dans la presse.

Nous avons ensuite démontré notre crédibilité, et celle des travaux entrepris, en obtenant le soutien, la première année, de la Fondation pour les Monuments Historiques, la seconde année via la mise en avant par les start-up du patrimoine (Dartagnans et la première édition de #chateauChallenge,

J'adopte un château, J'aime mon patrimoine...), mais aussi le site de la Fondation du Patrimoine dans le cadre de la mission Bern et le Loto du patrimoine.

Pour fidéliser nos mécènes et développer leur lien avec le château, nous avons assuré le suivi et la visibilité des travaux avec une lettre d'information. Une association a été créée et compte 450 membres qui sont des donateurs réguliers. Deux tiers des 300 donateurs de la première opération ont participé à la seconde, et le mécénat nous a apporté au total plus de 110 000 euros en deux ans.

T. G. : Quels conseils donneriez-vous à un porteur de projet qui voudrait lancer une campagne de mécénat ?

C. M. : Bien s'appuyer sur les associations comme la Demeure Historique, mais aussi développer en amont un vrai réseau pour aller chercher les mécènes.

La Demeure Historique apporte l'infrastructure et la capacité juridique et fiscale à recourir au mécénat.

Ensuite c'est aux porteurs de projets d'aller développer le nombre de mécènes en utilisant toutes les pistes (réseaux sociaux, associations locales, communication et média, etc.).

■ www.chateaudemeauce.com

Une aventure humaine

« Le mécénat peut aussi ne pas être que purement financier : nous avons reçu beaucoup de participations émouvantes, comme des dons d'objets issus du château et disparus, ou des documents historiques, mais aussi des personnes prêtes à donner de leur temps pour aider aux travaux ou aux recherches historiques, à la retranscription de parchemins, etc. »

Cédric Mignon



Étude de cas

Château de Gizeux (Indre-et-Loire)

Type de travaux financés : Restauration des peintures murales de la grande galerie

Témoignage de Géraud de Laffon, propriétaire-gestionnaire



Les peintures murales de la galerie des châteaux, réalisée en 1685, couvrent une surface de 400 m² et représentent de grands châteaux royaux tels que Fontainebleau, Chambord, Vincennes... et Versailles
© Francis Descamp

« Le mécénat représente un bon baromètre pour mesurer la popularité du patrimoine », expliquent Géraud et Stéphanie de Laffon.

© Marie-Gabrielle de Saint-Venant



Thomas Giraud: Comment avez-vous mené votre campagne de mécénat ?

Géraud de Laffon: Avant tout avec l'envie de transmettre une passion. Nous avons une politique de communication systématique, adressée à l'ensemble de nos 10 000 visiteurs annuels et à un large éventail d'interlocuteurs. Nos campagnes de mécénat sont relayées sur notre site internet, sur notre page Facebook, et nous avons obtenu plusieurs articles dans les médias. Nous avons ainsi récolté des dons allant de 15 euros à plusieurs milliers d'euros.

T. G.: Quelles contreparties proposez-vous à vos donateurs ?

G. L.: Selon l'importance des dons, nous allons des remerciements nominatifs sur notre site internet et notre livre d'or, accompagnés de diplômes de mécènes, à une nuit pour deux personnes dans nos chambres d'hôtes. Nous proposons aussi des livres ou d'autres objets dérivés aux couleurs de Gizeux, ou encore des moments conviviaux : dégustation de vin, apéritif-débat, dîner de prestige pour nos plus grands mécènes. Autant d'occasions

d'échanger et de faire de belles rencontres.

T. G.: Comment la Demeure Historique vous a-t-elle accompagnés ?

G. L.: Elle représente un lien important pour tous les acteurs de la campagne grâce à la convention de mécénat et l'émission de reçus fiscaux, mais aussi en garantissant aux donateurs que la somme récoltée sera intégralement dédiée au paiement des factures liées aux travaux annoncés, sans passer par les comptes personnels des propriétaires.

T. G.: Quel bilan tirez-vous de l'opération ?

G. L.: Un bilan très positif, puisque nous avons atteint tous les paliers nécessaires au financement d'une restauration complète des peintures de la galerie. Cela a renforcé le lien avec la Drac qui nous a soutenu depuis le début de cette aventure. Plus globalement, le mécénat représente un bon baromètre pour mesurer la popularité du patrimoine, et le succès confirmé cinq années de suite est le signe de la vitalité de

l'intérêt accordé à sa défense. C'est très encourageant de voir autant de personnes porter cet engagement. Savoir que nous ne sommes pas seuls dans ce combat est un réconfort significatif et une source d'énergie très importante.

T. G.: Quels conseils donneriez-vous à un porteur de projet qui souhaiterait se lancer dans une campagne de mécénat ?

G. L.: Communiquer en restant soi-même. La sincérité et la passion sont des ingrédients primordiaux pour créer un lien fort avec les donateurs et leur permettre de concrétiser leur volonté d'être acteurs de

« Savoir que nous ne sommes pas seuls dans ce combat est un réconfort. »

la sauvegarde du patrimoine. L'expérience humaine est primordiale. Il est important d'apporter aux donateurs toute la reconnaissance que mérite leur engagement. C'est ensemble que nous portons la responsabilité de perpétuer une histoire, et d'assurer sa continuité et sa visibilité. ■

www.chateaugizeux.com

Une aventure humaine

« Certains donateurs sont devenus des amis, quels que soient les montants qu'ils nous ont accordés. »

Géraud de Laffon



Selon l'importance des dons, une nuit pour deux personnes est offerte dans les chambres d'hôtes.

© Château de Gizeux

40 % de la galerie a été restaurée grâce au mécénat participatif.

© Château de Gizeux

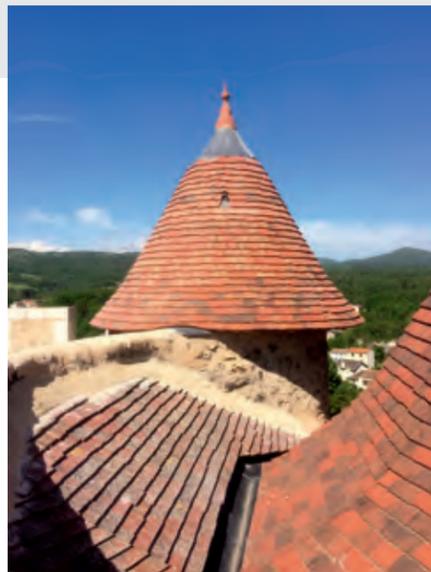


Étude de cas

Château de Saint-Saturnin (Puy-de-Dôme)

Type de travaux financés : Restauration complète de la Tour des Reines, avec restitution de la terrasse (1) et du couronnement enlevés par Richelieu en 1633 (2). Restauration des sept baies vitrées du 1^{er} étage de la façade sud-ouest (3).

Témoignage d'Emmanuel Pénicaud, propriétaire-gestionnaire



Thomas Giraud : Comment avez-vous mené vos campagnes de mécénat ?

Emmanuel Pénicaud : Avant tout en y mettant beaucoup d'énergie, pour identifier et entrer en contact avec les différentes catégories de mécènes ou de relais potentiels : amis, connaissances, hôtes, clients, associations et entreprises locales... Nous avons préparé des mailings personnalisés pour chacune des listes de mécènes, et entretenu le contact tout au

long de la campagne à raison d'un message tous les dix jours. Nous avons également rencontré, en tête à tête, les dirigeants des entreprises partenaires du château et d'autres entreprises ciblées.

Durant la phase de financement participatif de 45 jours, la plate-forme utilisée nous a apporté, outre sa solution technique et son propre fichier clients, des outils supplémentaires et une méthodologie marketing efficace pour rendre la campagne

plus attractive. Nous avons notamment élaboré ensemble une plaquette à destination des professionnels potentiellement mécènes (B2B). Enfin, la Demeure Historique nous a apporté la structure juridique pour l'émission des reçus fiscaux aux mécènes dans le cadre d'une convention tripartite avec nous et la plate-forme. Elle a également mis en ligne notre projet sur son site dédié, parfaitement adapté pour des campagnes longues et des mécènes dont la décision prend plus de 45 jours. L'équilibre de nos campagnes repose donc sur un trépied : les propriétaires-gestionnaires, la Demeure Historique et la plate-forme choisie.

T. G. : Quelles contreparties avez-vous proposées aux mécènes ?

E. P. : Selon l'importance du don, et dans la limite de 25 % du don, les contreparties vont du remerciement nominatif sur notre site internet (pour 10 euros de dons) à la location de la salle royale pour une réception d'entreprise (10 000 euros de dons) (cf. encadré p. 41), en passant par un diplôme d'honneur du château, différents types de visites guidées, des réductions sur des séjours, et, pour les entreprises, des vols en montgolfière au-dessus des volcans, des séjours complets dans nos chambres d'hôtes...

T. G. : Quel bilan tirez-vous de ces campagnes de mécénat ?

E. P. : Un bilan très positif en terme financier : nous avons récolté un total de 53 390 euros en 12 mois pour la Tour des Reines, et 28 200 euros en 45 jours pour les baies vitrées. Une partie de ces dons (8 %) provient de donateurs inconnus



et ne connaissant pas le château grâce à la notoriété croissante de la plate-forme de financement participatif. Une campagne de mécénat est également une opportunité formidable pour communiquer sur notre projet global, d'en expliquer les enjeux, et de sensibiliser à la cause du patrimoine. En revanche, il est pratiquement impossible d'obtenir des dons de la part d'entreprises qui n'ont pas de lien de partenariat ou d'amitié avec le château ou les propriétaires.

T. G. : Quels conseils donneriez-vous à un porteur de projet qui voudrait lancer une campagne de mécénat ?

E. P. : Comprendre que les donateurs doivent se sentir en confiance avec vous et votre

“ Une campagne de mécénat est également une opportunité formidable de communiquer sur un projet. ”

projet, et ce que cela implique en termes de transparence, d'investissement personnel, et de respect de tous les donateurs pour partager une aventure et une passion. Il est essentiel de communiquer en amont, et personnellement, auprès des donateurs déjà identifiés pour récolter des dons et dynamiser la campagne dès le début (le succès appelle le succès !), et avoir le plus grand nombre d'ambassadeurs possibles. Inclure les réseaux sociaux dans sa communication est un vrai plus. ■

www.chateaudesaint-saturnin.com

Page de gauche, en bas : « L'équilibre de nos campagnes repose donc sur un trépied : les propriétaires-gestionnaires, la Demeure Historique et la plate-forme choisie », expliquent Emmanuel et Christine Pénicaud. © DR

Étude de cas

Château de Marmande (Vienne)

Type de travaux financés : Travaux d'urgence et de mise en sécurité

Témoignage de Véronique Kleiner, propriétaire-gestionnaire



“ Il y a un énorme travail de sensibilisation et de pédagogie à faire autour des enjeux de la sauvegarde du patrimoine. ”

Véronique Kleiner et son compagnon, tous deux producteurs de films documentaires, tissent des liens avec les chercheurs pour avancer dans la connaissance archéologique et historique du château.

© Catherine Briault



Thomas Giraud : Pourquoi avez-vous décidé de vous lancer dans une campagne de mécénat ?

Véronique Kleiner : Le recours au mécénat a été guidé par la nécessité : lorsque j'ai hérité du château de Marmande, en 2014, j'ai demandé sa protection au titre des monuments historiques. Il a fait l'objet d'un diagnostic pour sa mise en sécurité et sa sauvegarde, qui a révélé des fragilités, dont un problème de

toiture urgent. Le château est bâti sur un sol friable, nous avons donc une structure très lourde sur des bases instables. Le montant des travaux, 2 millions d'euros, dépasse mes capacités financières, même avec l'aide de la DRAC. Faute de soutien complémentaire des collectivités locales (région, département, commune), je me suis tournée vers le mécénat. J'ai signé une convention avec la Demeure Historique en 2017, appuyée

d'un financement participatif en 2018 à l'annonce de la sélection du site par la mission Bern.

Étant réalisatrice de documentaires, je pensais être rompue à l'exercice de la recherche de financements, mais le patrimoine fonctionne très différemment, surtout en zone rurale. La culture du mécénat est absente dans nos entreprises locales, il y a un énorme travail de sensibilisation et de pédagogie à faire autour des enjeux de la sauvegarde du patrimoine et des retombées économiques qu'elle génère pour l'ensemble du territoire. Quant aux grandes entreprises présentes sur ce bassin d'activités, leurs centres de décisions sont situés ailleurs et inatteignables.

Dès lors, la campagne s'est concentrée sur les dons de particuliers. Il faut aussi faire comprendre que chaque don compte, quel que soit son montant. C'est pourquoi, au lieu d'une lettre type, j'ai envoyé des mails individualisés et personnalisés. La communication est fondamentale, via les médias et les réseaux sociaux, pour faire connaître le site, le projet global de préservation, d'ouverture au public et d'animations.

T. G. : Quelles contreparties proposez-vous aux mécènes ?

V. K. : J'envoie des *goodies* aux donateurs (sacs, mugs, etc.), mais je privilégie tout ce qui peut donner lieu à une rencontre : invitations sur le site, moments conviviaux...

T. G. : Quel bilan tirez-vous de l'opération ?

V. K. : C'est encore trop tôt pour tirer un bilan définitif. La campagne de financement participatif a permis de récolter



Débroussaillage, nettoyage des fossés, sondages archéologiques ont été effectués par des bénévoles et des étudiants en archéologie.

© Véronique Kleiner

13 000 euros, qui peuvent constituer un important levier pour la suite. Des animations ponctuelles sont prévues toute l'année pour continuer à mobiliser les dons.

T. G. : Quels conseils donneriez-vous à un porteur de projet qui voudrait lancer une campagne de mécénat ?

V. K. : D'abord anticiper et mesurer l'investissement en temps et en énergie que cela nécessite : par exemple, j'avais prévu pour l'envoi des mugs un emballage, que la poste a refusé de prendre en charge pour me proposer leurs emballages prépayés qui me reviennent plus cher que le mug... Il faut communiquer bien avant de lancer la campagne officielle, et personnaliser sa communication et ses remerciements. ■ latourdemarmande.com

Une aventure humaine

« C'est extrêmement touchant de voir des dons venus de personnes que nous ne connaissons pas, mais qui se retrouvent dans notre projet et qui veulent le soutenir. C'est pourquoi je fais tout mon possible pour rencontrer les donateurs, ce qui donne lieu à des échanges très chaleureux. »

Véronique Kleiner

Les toitures de l'ancien logis ont été déposées et sont en cours de restauration.

© Véronique Kleiner



Étude de cas

Maison Sévigné à Bourbon-Lancy (Saône-et-Loire)

Type de travaux financés : Restauration de la charpente et de la couverture

Témoignage d'Isabelle Cimetière, propriétaire-gestionnaire



Devenue aujourd'hui le symbole de la ville de Bourbon-Lancy, la maison Sévigné a perdu son étage supérieur à la suite d'un incendie en 1852.
© Gérard Cimetière

Thomas Giraud : Comment avez-vous décidé de vous lancer dans une campagne de mécénat, et comment l'avez-vous menée ?

Isabelle Cimetière : La couverture et la charpente avaient besoin d'une rénovation complète pour stopper la dégradation du monument. C'est la Direction régionale des affaires culturelles (Drac) de Bourgogne-Franche-Comté qui m'a conseillée de lancer un appel à mécénat et de participer à des concours. Après avoir recouru aux services d'une assistante à maîtrise d'ouvrage (AMO), j'ai signé une convention avec la Demeure Historique.

Une fois le dossier d'appel à mécénat monté avec mon AMO, nous avons démarché les banques locales, certaines grandes entreprises, l'office de tourisme et la mairie. Certains acteurs locaux nous ont permis de financer l'impression de flyers, et l'installation d'une grande bache de présentation du projet sur le mur de l'office de tourisme situé contre la maison Sévigné. Cela nous a permis de mobiliser de nombreux dons

de touristes de passage ainsi que des montants significatifs d'entreprises locales.

T. G. : Comment la Demeure Historique vous a-t-elle accompagnée ?

I. C. : La Demeure Historique m'a aidée sur les plans techniques, administratifs, juridiques... Mais aussi en envoyant un courrier à Madame le maire de la ville pour la conseiller dans la présentation du projet à ses élus. Elle m'a également soutenue moralement, avant que les dons ne commencent à arriver régulièrement, et suggéré de participer à divers concours. C'est lors de son congrès national que j'ai rencontré Stéphane Bern et ainsi participé au Loto du patrimoine.

T. G. : Quelles contreparties proposez-vous aux mécènes ?

I. C. : Je remercie tous nos mécènes de la manière la plus personnalisée possible, et nous avons mis en place une page Facebook qui permet de suivre la progression des démarches et des dons. Je privilégie les échanges avec les mécènes, lors de moments conviviaux. Il y aura également une inauguration à la maison de la fin des travaux.

T. G. : Quel bilan tirez-vous de l'opération ?

I. C. : Ce fardeau à porter seule est devenu une belle aventure d'équipe, pour une récolte de 19 310 euros, dont 5 000 euros de subventions de la mairie. Cela a été un levier pour d'autres aides comme celle de la Fondation pour les Monuments Historiques (5 000 euros). Ces montants viennent compléter l'aide de la Drac et celle du Loto du patrimoine. Non seulement

la toiture sera redessinée, la structure consolidée ceinturée par le toit, et la maison sera mise hors d'eau, en changeant certaines ouvertures et en chaulant les panneaux de la façade.

T. G. : Quels conseils donneriez-vous à un porteur de projet qui voudrait lancer une campagne de mécénat ?

I. C. : Commencer par se faire conseiller par un technicien de la Drac. Ce sont en général des gens passionnés qui ont à cœur de sauver le patrimoine.

Puis mobiliser le maximum de personnes autour de son projet, et conjuguer leurs compétences et leurs réseaux : les amis, les associations locales, la Demeure Historique, la commune, l'office de tourisme, mais surtout un AMO et un architecte.

■ maisonsévigné-bourgogne.fr



La couverture et la charpente ayant besoin d'une rénovation complète pour stopper la dégradation du monument, c'est la DRAC qui a conseillé de lancer un appel à mécénat.

© Hervé Moreau

“ Je privilégie les échanges avec les mécènes, lors de moments conviviaux. ”



Une aventure humaine

« Le premier don est venu au gré d'une discussion avec un touriste suisse, avant le lancement officiel de la campagne. Par ailleurs, l'un des mécènes porte le même nom que l'antiquaire qui voulait démonter la maison et vendre ses sculptures aux Amériques. Il a estimé que c'était une bonne raison pour soutenir ce projet ! »

Isabelle Cimetière

« Ce fardeau à porter seule est devenu une belle aventure d'équipe », explique Isabelle Cimetière, émergeant de la toiture.
© Jean Cimetière

Étude de cas

Château de Bourron (Seine-et-Marne)

Type de travaux financés :
Restauration de l'escalier
en fer-à-cheval

Témoignage de
Guy et Estrella de Cordon,
propriétaires-gestionnaires



“ Peu de personnes sont au courant que le mécénat est possible pour les monuments privés. ”

© Alain Cassaigne

Ci-contre : L'escalier d'honneur, en forme de fer à cheval, inspiré de celui de Fontainebleau, est en cours de restauration, des infiltrations d'eau l'ayant fragilisé.

© Château de Bourron

Au milieu : L'escalier a été entièrement démonté et remonté, pierres et balustres ont été remplacés car la pierre gélive s'effrite...

© Cabinet Prieur

En bas à droite : La reprise de l'ensemble de la structure a été faite tout en conservant les marches assemblées qui assurent la solidité de l'ouvrage.

© Château de Bourron



Thomas Giraud : Comment vous y êtes-vous pris pour trouver vos mécènes ?

Guy et Estrella de Cordon : Nous avons identifié plusieurs cercles de potentiels donateurs, allant des amis proches aux entreprises locales. Une partie de ces cercles, ainsi que certains de nos clients, sont membres de l'association des amis du château de Bourron, et représentent autant de mécènes potentiels ou d'ambassadeurs de nos projets. Nous sommes également allés chercher une audience plus large par le biais d'une campagne de financement participatif. Enfin, grâce au classement du château, et à l'accompagnement de la Fondation pour les Monuments Historiques, nous avons obtenu des aides de la Drac, du département, du Crédit Agricole et de French Heritage Society. Tout cela a représenté un gros travail et un investissement en temps considérable. Peu de personnes sont au courant que le mécénat est possible pour

les monuments privés, il y avait donc un travail important de sensibilisation à effectuer.

T. G. : Comment la Demeure Historique vous a-t-elle accompagnés ?

G. & E. C. : En plus de ses conseils juridiques, la Demeure Historique se porte garante de l'intérêt général sur l'ensemble du projet. Elle offre une garantie vis-à-vis de l'administration fiscale pour permettre aux mécènes de bénéficier des réductions d'impôt prévues par la loi.

T. G. : Quel bilan tirez-vous de l'opération ?

G. & E. C. : Au-delà du bilan positif pour notre monument, c'est très touchant de se rendre compte du lien très fort que représente le patrimoine, et de voir qu'un large éventail de personnes sont prêtes à contribuer à sa sauvegarde et à sa mise en valeur et ce indépendamment des éventuelles contreparties fiscales.

www.bourron.fr ■

