

RAPPORT

Campagne de sensibilisation et de *fundraising* pour la restauration de la tombe d'Auguste Bartholdi



18 janvier 2023

Table des matières

<u>Cadre du projet</u>	4
<u>Naissance de la campagne</u>	4
<u>Porteurs de projet</u>	5
<u>Genèse : comment « Bartholdi : une mémoire à préserver » a vu le jour</u>	2
<u>Base du projet</u>	3
<u>Rapport : Pôle Financier</u>	9
<u>Rapport : Pôle Communication</u>	3
<u>Rapport : Pôle Graphique</u>	7
<u>Rapport : Pôle Rédaction</u>	10
<u>Communication avec la ville de Paris et conséquences</u>	13
<u>Conclusion</u>	15



WALTER W. BAINFIELD

Cadre du projet

Ce rapport se veut un rendu d'une campagne lancée dans le cadre du cours « Gestion de projet culturel » présenté par le professeur Robert Belot à l'Université Jean Monnet.

Durant ce cours, nous avons mis en place un projet culturel qui vise la sensibilisation et la restauration de la tombe d'Auguste Bartholdi. Cette idée nait d'un constat de dégradation du monument funéraire du sculpteur par notre professeur qui nous aiguilla sur cette idée de campagne.

Au cours de ces pages, le lecteur pourra constater toutes les étapes qui ont rythmé cette campagne de sa genèse jusqu'à la remise de ce dit rapport.

Naissance de la campagne

Ce projet est né après une visite autonome du professeur Belot au cimetière Montparnasse à Paris. Il présenta ses photos de la tombe d'Auguste Bartholdi en classe où l'on pouvait constater une dégradation visuelle et certain abandon de cette tombe.

À la suite de cela, le projet s'est voulu une campagne de sensibilisation et de restauration de la tombe du sculpteur Auguste Bartholdi.

Porteurs de projet

Dans cette campagne, deux acteurs sont impliqués dans la réalisation du projet :

ERASMUS MUNDUS DYCLAM+

DYCLAM+ est un programme européen universitaire du niveau de la maîtrise qui réunit des étudiants internationaux dans l'étude et la formation à la gestion du patrimoine dans tous les secteurs. Les étudiants participants sont :

BETT Franklin

NADAH Hasnae

BOUISSET Camille

NAHAPETYAN Anna

BRANCO Mariana

PORTO MEDEIROS COSTA Isadora

DEL CASTILLO Vincent

RADHI Oumaima

GRANADINO Ángel

SAID Marguerita

KHODJA Imene

THIAM Amy Colé

KUMAR Shubham

VAN GELE Alycia

LÓPEZ LÓPEZ Diana Haidé

WANG Qianzi

MOREIRA Juliana

XIAO Yujia

MUSABWAMANA Aimée Grâce

ZUGRAV Crina

ASSOCIATION CULTURES PATRIMOINES ET MÉMOIRE

Cette association œuvre pour la préservation, la sensibilisation et la restauration du patrimoine et de la mémoire. Elle a été créée en le 22 mars 2018 à Saint-Etienne. Le président est ROBERT BELOT et le trésorier est LUC ROJAS.



Genèse : comment « Bartholdi : une mémoire à préserver » a vu le jour

Pour que ce projet vive, les étudiants et l'association se sont réunis après avoir constaté la dégradation de la tombe d'Auguste Bartholdi au cimetière Montparnasse. Durant les premières réunions, il est vite apparu que ce dépérissement témoigne également de la mémoire de Bartholdi qui se trouve parfois oublier dans l'Histoire de France. Dans un but commun, DYCLAM+ et l'Association Cultures patrimoines et mémoire ont désiré non seulement amasser des fonds afin de restaurer cette tombe, mais lancer une campagne de « restauration » de la mémoire et l'œuvre Bartholdi.

Ainsi, le nom de la campagne est devenu : « Bartholdi : une mémoire à préserver »

L'équipe DYCLAM+ et le président de l'association ont fait un voyage à Paris afin de constater les dégâts sur la tombe d'Auguste Bartholdi en OCTOBRE 2022.

La suite de ce rapport relate les différentes étapes du projet.

Base du projet

En premier lieu, DYCLAM+ s'est réuni au début OCTOBRE 2022 afin de discuter du lancement de ce projet. Lors de cette première réunion, les objectifs de ce projet, la nature du projet ainsi que les contraintes de ce projet furent discutées. Une fiche de projet fut remplie durant la réunion afin d'assurer la compréhension par tous et chacun des notions de bases du projet (voir le copié collé de la fiche en page 6). Cette fiche est le tout premier document rempli concernant ce projet. De ce fait, certains aspects ou idées furent alternés, remis à plus tard ou abandonnés au cours de la campagne.

Lors de ce premier rassemblement, il a été conclu que l'on allait bâtir une bibliographie sur Auguste Bartholdi afin de s'assurer que tout le monde connaisse assez sur le sculpteur. Ainsi, quatre équipes ont été formées afin de se répartir sur le sujet Bartholdi : Biographie, les monuments bartholdiens restaurés, techniques de construction de Bartholdi et projets similaires.

Chaque équipe s'est assurée de créer un résumé des œuvres lues sur leur thème ou des recherches réalisées et de le partager dans un fichier GOOGLE DRIVE à toute la classe. De ce fait, chacun pouvait se référer à ces sources au besoin tout au long de la campagne.

Lors d'une seconde réunion, nous avons mis en place quatre pôles principaux qui répartissaient les étudiants dans des missions de nature différentes durant toute la campagne. Ces quatre pôles sont :

- Financier
- Communication
- Graphique
- Rédaction

Chaque pôle avait un chef qui se chargeait de coordonner le travail d'équipe et de coopérer avec les autres pôles si besoin. Ces pôles sont détaillés à la fin de la fiche de projet qui établit aussi leurs objectifs et leurs champs de mission durant le projet.

A la suite de la fiche de projet, chaque pôle a rédigé un rapport de leur propre activité dont certaines données ou documents seront disponibles dans les annexes.

FICHE PROJET

1. ANALYSE & POSITIONNEMENT

Définir l'identité et la singularité du projet

NATURE du projet (en quoi consiste le projet ?)

Organisation de la campagne de sensibilisation et de fundraising

CONTEXTE de création du projet (le constat, le manque, comment y répondre)

Constat de la dégradation de la tombe de Bartholdi

PUBLICS visés

Le grand public, les associations, les autorités publiques, les gens/professionnels intéressés par les œuvres de Bartholdi et par le patrimoine culturel

OBJECTIFS du projet

Valorisation de l'œuvre/mémoire de Bartholdi, diffusion de l'œuvre de Bartholdi, sensibilisation du public, trouver des moyens financiers pour la restauration de la tombe de Bartholdi

PARTENAIRES potentiels

Musée de Bartholdi à Colmar, Musée d'Orsay, Association du 14^e arrondissement, Mairies de Paris, Colmar, Belfort, Ellis Island Foundation, Conseil régional de Grand Est, Association des appels d'Orphée, Ecole des Beaux-Arts de Paris, Université Jean Monnet, Musée des Arts et Métiers de Paris, Les Amis d'Auguste Bartholdi

2. RECHERCHES

Définir les rôles et ressources nécessaires pour ce projet

PROJETS SIMILAIRES existants (nom du projet - localisation - année(s) de réalisation - description rapide)

- Restauration de la tombe de l'illusionniste Robert- Houdin, 2021-2022, campagne de fundraising
- Restauration de la tombe de Jules Verne, 2014, initiative d'Etat

FORCES et FAIBLESSES internes OPPORTUNITÉS et MENACES extérieures au projet

FORCES <ul style="list-style-type: none">• <i>réseau</i>• <i>pluridisciplinarité de l'équipe</i>• <i>Bartholdi</i>	OPPORTUNITÉS à saisir en développant ce projet <ul style="list-style-type: none">• <i>présence des œuvres de Bartholdi dans différentes villes et à l'étranger</i>• <i>pas de projet du même type pour la restauration de sa tombe</i>• <i>visibilité possible grâce au partenariat avec les associations et les autorités publiques</i>
FAIBLESSES <ul style="list-style-type: none">• <i>communication avec les autorités publiques</i>• <i>mobilité (accès à la tombe)</i>• <i>accès à la plateforme médiatique</i>• <i>objet de la restauration – tombe</i>	MENACES, contraintes qui pèsent sur sa réalisation <ul style="list-style-type: none">• <i>limitation du budget</i>• <i>limitation de temps de réalisation du projet</i>• <i>manque de personnes du milieu culturel engagées dans ce projet</i>• <i>refus de la sphère publique culturelle de la restauration</i>

RESSOURCES nécessaires à la réalisation du projet

- **Savoirs** (*documentation dans tel ou tel domaine*)
 - Histoire et mémoire
 - Vie et œuvre de Bartholdi
 - Analyse sur la tombe
 - Projets similaires

- Liste des associations et des représentants des autorités publiques
- Campagne photographique à Paris

- **Infrastructures et matériel**

- Affiches, flyers, visuels pour la communication
- Vidéos pour la communication
- Chaîne YouTube
- Pages des réseaux sociaux de l'Université et des Associations

Financements et autres ressources (*soutien / accords institutionnels ...*)

- Moyens financiers pour la communication/la publicité
- Accord et partenariat avec les associations et les autorités publiques

ACTEURS impliqués	RÔLES
<ul style="list-style-type: none"> • Personne à l'initiative du projet : DYCLAM+ PROM 4 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>conception du projet</i> • <i>élaboration du projet</i> • <i>réalisation du projet</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Autres personnes aidant à la réalisation du projet : Robert Belot 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>consultation pour l'élaboration du projet</i> • <i>contact avec les autorités publiques et les associations</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Partenariats/collaborations (<i>structures, et si possible le contact des personnes en lien avec le projet</i>) <p>A remplir</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>exemples : mise à disposition du lieu, d'un financement, prêt de matériel</i> <p>A remplir</p>

3. STRATÉGIE & PLAN D'ACTION

PHASES du projet	Temporalité (Un ordre d'idée que l'on précisera ensuite)
<i>Définition du projet</i>	Fin septembre 2022
<i>Recherches</i>	Fin septembre – Début octobre 2022
<i>Campagne photographique à l'exposition Champollion</i>	Fin septembre
<i>Elaboration du projet</i>	Début octobre – Fin octobre 2022
<i>Campagne vidéographique</i>	Mi-octobre – Fin-novembre 2022
<i>Elaboration de la communication</i>	Mi-octobre – Fin décembre 2022
<i>Voyage à Paris</i> <i>Campagne photographique</i> <i>Salon international du patrimoine culturel</i>	27-30 octobre
<i>Contacts avec les partenaires potentiels</i>	Fin-octobre – Fin novembre 2022
<i>Obtention des financements pour la communication</i>	Fin octobre – Mi-novembre 2022
<i>Lancement du fundraising sur la plateforme Ulule.fr</i>	Mi-novembre 2022
<i>Réalisation du projet</i>	Mi-novembre - Fin décembre 2022
<i>Evaluation du projet</i>	Mi-janvier 2023

ASPECT LÉGAL du projet (contrats à rédiger avec les partenaires, droits à l'image, propriété, etc).

Association Cultures patrimoines et mémoire

4. PARTAGE DU TRAVAIL POUR LES RECHERCHES (I ETAPE)

Sous-groupes	Membres
Recherches sur la biographie de Bartholdi	Angel, Alycia, Amy
Recherches sur les techniques de construction des œuvres	Mariana, Hasnae,
Recherches sur le cimetière et la tombe	Margo, Juliana, Vincent, Sandra
Recherches sur le rayonnement de ses œuvres	Camille, Yujia, Shubham, Crina
Recherches sur les projets similaires (tombe)	Anna, Isadora, Diana, Grâce
Recherches sur la restauration des œuvres de Bartholdi	Oumaima, Imen, Franklin

5. PARTAGE DU TRAVAIL POUR LE PROJET (II ETAPE)

Sous-groupes	Membres
Communication - Réseaux sociaux (Youtube, Facebook, Instagram, LinkedIn) - Stratégie - Contact extérieur	Yujia, Hasnae, Anna
Fundraising /Budget - Suivi du budget general - Avancement du fundraising - Demande officielle - Etude coûts de la restauration	Franklin, Camille, Crina, Vincent
Rédaction - Page Ulule - Stratégie du projet (valeurs, Bartholdi, importance, état de la tombe, description du projet)	Angel, Alycia, Grâce, Diana
Graphique (production) - Affiches - Vidéos (édition, scénario, montage) - Photos - Charte graphique (Police, couleur, logo)	Shubham, Sandra, Juliana, Oumaima, Mariana, Isadora, Imene, Amy, Margo

Rapport : Pôle Financier

Rapport de diagnostic : Etat des lieux du niveau de restauration attendu sur la tombe d'Auguste Bartholdi.

Dans le cadre du projet « *Campagne de sensibilisation et de fundraising pour la restauration et la mise en valeur de la tombe de Bartholdi* » porté par les étudiants DYCLAM+ de la promotion 4, lors du voyage-visite sur Paris pour le Salon du Patrimoine International 2022, le groupe responsable du *fundraising* s'est rendu au cimetière Montparnasse pour effectuer un état des lieux de la tombe de Frédéric Auguste Bartholdi.

En préalable, les étudiants avaient pris connaissance que la sépulture de ce grand sculpteur était dans un état de dégradation. En tant que futurs promoteurs et conservateurs du patrimoine, il nous était impensable de rester inactifs. De même le patrimoine funéraire constitue une grande importance et il ne peut pas être négliger ou oublier. La mémoire de Frédéric Auguste Bartholdi, le sculpteur français reconnu internationalement, mérite et se doit d'être préservée.

De ce fait, ce rapport a pour but de faire l'état des lieux de l'état actuel de cette tombe et de faire un diagnostic pour une éventuelle restauration. Il est important de préciser que les étudiants n'ont pas de formations en matière de restauration et qu'ils ne sont pas des spécialistes. C'est ainsi que la possibilité et la nécessité de faire ultérieurement appel à un restaurateur pour aller au bout de ce projet est inévitable.

Avant de décrire les éléments de dégradation qui ont été constatés sur place, il est essentiel de mentionner que la fonte funéraire de la tombe de Bartholdi correspond est une véritable œuvre d'art. Auguste Bartholdi et son élève Auguste Eugène Rubin sont les deux sculpteurs de cette œuvre. La fonte funéraire est ornée d'un drapé aux pieds d'un génie aux ailes déployées, ainsi que d'un médaillon représentant Bartholdi et son épouse. Cette représentation démontre de l'immense valeur et la conception artistique de cette tombe.

En ce qui concerne les premières estimations concernant la détérioration du tombeau, les étudiants ont déploré que l'état actuel était le résultat de l'absence d'entretien régulier.

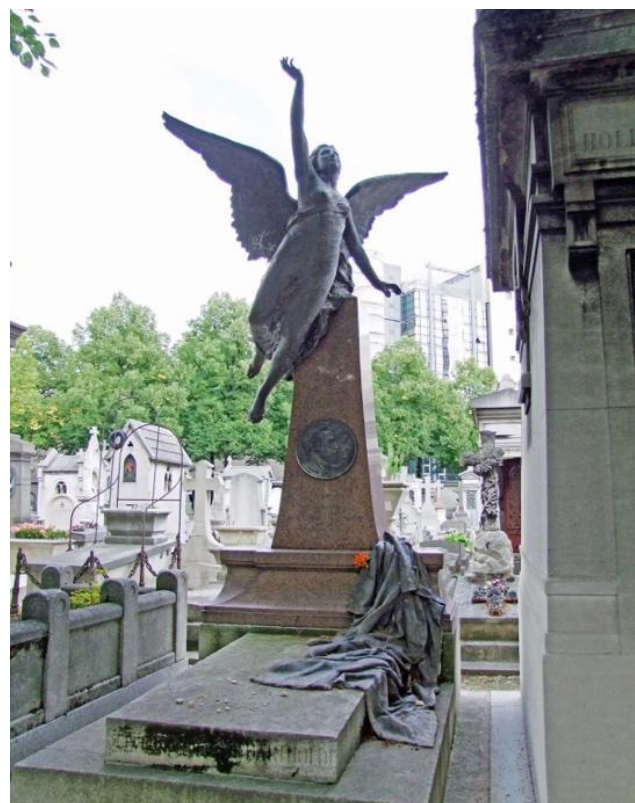
Description générale de la tombe

La tombe est située dans le secteur 28 du cimetière Montparnasse, dans le 14^e arrondissement de Paris.



Elle est dominée par un obélisque de porphyre rouge qui porte un médaillon représentant le profil du sculpteur et de sa femme, ainsi que l'inscription suivante : "Auteur du Lion de Belfort et de la Statue de la Liberté éclairant le Monde".

L'obélisque est dominé par une fonte funéraire en bronze représentant un génie aux ailes déployées qui prend son envol et dont la main droite levée vers le ciel. Au pied de l'obélisque rouge on trouve aussi un drapé en bronze qui orne la tombe.



État des lieux

Lors de la visite de la tombe, les étudiants ont pu faire les observations suivantes :

1. Manque d'entretien :

Tout d'abord, les étudiants ont remarqué la présence d'une quantité considérable de débris tombés sur et autour de la tombe. À bien y regarder, on pouvait observer une couche de saleté plus profonde, en particulier dans les crevasses du drapé de bronze au pied de la tombe. Même si la présence de débris n'est

(principalement sous la forme de feuilles séchées)

qu'une question superficielle, ce fait donne l'impression que la tombe est rarement nettoyée, ce qui pourrait entraîner d'éventuels problèmes plus graves de dégradation.



2. Piqûres et corrosion de surface sur la sculpture

Les étudiants ont également pu observer que l'ange qui domine la tombe se trouve dans un état de dégradation. De manière générale, la sculpture présente une quantité évidente de piqûres et de corrosion superficielle, raison pour laquelle la texture de sa surface est visiblement

irrégulière. On pourrait également supposer qu'une partie importante du revêtement supérieur / extérieur de la statue s'est déjà détaché, ce qui explique la distinction marquée entre les parties gris clair et gris foncé de la surface.



En outre, les étudiants ont observé que les mêmes signes de dégradation s'étendaient au drapé de bronze de la partie inférieure de la statue, ainsi qu'au médaillon de l'obélisque. Dans le cas du drapé, la surface et la couleur de la sculpture sont également irrégulières, en raison de la corrosion de la surface au fil du temps.

Une attention particulière doit être accordée au médaillon qui se trouve

dans un état considérablement compromis. Dans ce cas, il est évident que le revêtement extérieur du médaillon a subi des dommages importants, la surface inférieure plus claire étant révélée sous la couche supérieure corrodée.

En outre, on peut observer des taches blanches dans la partie inférieure du médaillon, qui pourraient également être des signes de dégradation



3. Eclipse du texte

De plus, les étudiants ont remarqué que le texte sur la face de la tombe portant le nom d'Auguste Bartholdi est également soumis à une corrosion de surface, ce qui rend le texte peu clair et difficile à lire. Étant donné que le nom de Bartholdi fait

partie intégrale de la tombe, on considère que l'effacement progressif du texte est l'un des enjeux les plus urgents pour la préservation de la tombe et sa mise en valeur.



4. Autres signes de dégradation

Autres que ceux déjà mentionnés, les étudiants ont vu d'autres signes possibles de dégradation : par exemple, il y avait des taches de décoloration dans toute la tombe, surtout sous la forme de taches circulaires noires avec des bords blancs sur le marbre, ainsi que de multiples trous qui perforent la statue.

Il convient de noter encore une fois que les étudiants ne sont pas des experts et à cet effet ne sont pas en mesure d'identifier de manière exhaustive et technique chaque signe

de dégradation présent sur la tombe. Compte tenu des processus biologiques divers et complexes qui peuvent affecter une statue qui se trouve à plein air comme celle de la tombe de Bartholdi, il est possible qu'il existe d'autres symptômes de dégât qui ne sont pas inclus dans ce rapport. Par conséquent, les étudiants soulignent l'importance de mettre en valeur la tombe de Bartholdi et faire appel aux experts compétents pour mener le projet de sa préservation.



Conclusion

Conscient de l'importance de préserver la sépulture d'un artiste d'influence tel qu'Auguste Bartholdi, une restauration est nécessaire.

Deux éléments-clés sont mis en lumière dans ce rapport.

Premièrement, un entretien régulier permettra la bonne conservation de la fonte funéraire et de la partie en pierre du tombeau. Deuxièmement, la majeure partie du financement de ce projet sera utilisé pour la restauration de la fonte funéraire en bronze : le génie aux ailes déployées et le drapé qui orne la tombe.

Par conséquent, cette majeure partie du financement sera dédiée à l'intervention d'une entreprise spécialisée dans la remise en état d'œuvres en bronze. Une demande de devis sera lancée auprès des entreprises Bronzes Strassacker, la Fonderie BBC Gaillard (labellisé Entreprise du Patrimoine Vivant) et la Maison Cridel qui est habituée à travailler avec la ville de Paris sur la restauration de ses monuments.

Quant au manque d'un entretien régulier de la sépulture, les étudiants ont pu constater que la tombe de Bartholdi n'était pas seule dans ce cas. La mise en place d'un service d'entretien régulier au sein même du cimetière Montparnasse pourrait être la solution.

La propriété et la gestion du lieu appartenant à la ville de Paris, il pourrait être intéressant d'entrer en contact avec eux et de proposer de leur reverser une partie des dons obtenus. L'objectif serait de mettre en place une organisation régulière pour les entretiens jusqu'alors manquants qui menacent les sépultures.

Rapport : Pôle Communication

Création et gestion des pages des réseaux sociaux

De nos jours, le développement de la plupart des projets demande la communication digitale, principalement la communication via les réseaux sociaux. Dans le cas de notre projet aussi, nous avons décidé de créer des pages sur les réseaux sociaux et d'essayer de communiquer les détails du projet au large public. Pour la meilleure communication, nous avons choisi trois réseaux sociaux : Facebook, Instagram et YouTube sur lesquels nous avons publié des photos et des vidéos informatives sur Bartholdi et ses œuvres, ainsi que les détails de notre projet.

Facebook



<https://www.facebook.com/ProjetBartholdi/ver7042>

Instagram



<https://instagram.com/bartholdimemoire>

YouTube



<https://www.youtube.com/@bartholdimemoireapreser>

Tout d'abord, nous avons imaginé cinq noms possibles pour les pages :

1. Bartholdi : patrimoine à sauver
2. Bartholdi : patrimoine à valoriser
3. Bartholdi : mémoire à préserver
4. REVATOB : Restauration et mise en Valeur de la Tombe de Bartholdi
5. REVATAB : Restauration et mise en Valeur de la Tombe d'Auguste Bartholdi

Selon les votes, nous avons choisi la troisième version – Bartholdi : mémoire à préserver.

Bien que certaines vidéos aient plusieurs vues, les pages n'ont pas beaucoup d'abonnés. La raison est évidente : nous n'avons pas de moyens financiers pour les publicités ciblées ce qui est essentiel pour la meilleure communication.

Néanmoins, nous avons aussi fait certaines publications sur les pages officielles de DYCLAM+ en invitant les abonnés à suivre les pages de notre projet.

Il est à noter que dès le début, l'une de nos priorités a été de coopérer avec le service de communication de l'Université Jean Monnet pour rendre nos activités plus visibles au grand public. C'est dans ce but que l'équipe de communication a eu une réunion avec Mme Anne-Claire LÉAUTHIER, Directrice de la communication de l'UJM. Selon nos discussions, la communication du projet via les pages officielles universitaires ne serait que possible après l'accord de la Ville de Paris pour la restauration de la tombe.

Développement des relations presse

Le travail avec la presse locale et nationale est une de nos priorités. C'est sûr que la meilleure communication de tout projet se fait aussi par la publication des articles dans la presse. C'est un des moyens les plus efficaces pour développer la visibilité du projet parmi les différents types de lecteurs. Dans ce but, nous avons créé une presse liste, des médias qui pourraient couvrir notre projet (voir l'annexe 1). Il s'agit des médias nationaux et locaux qui ont des rubriques d'art, d'architecture, de culture et de patrimoine. En outre, nous avons essayé de trouver non seulement les données de ces médias, mais aussi celles des journalistes attachés aux rubriques concernés.

Ayant pour but d'informer les médias sur les détails et le lien de notre campagne, nous avons rédigé un communiqué de presse qui inclut les informations principales de la campagne (voir l'annexe 2). Le communiqué de presse représente aussi une petite information sur notre programme de master puisque ce sont nous, les étudiants de DYCLAM+ qui sommes les porteurs de ce projet. Après le lancement de la campagne de *fundraising* sur la page Ulule, nous devrions envoyer ce communiqué de presse aux médias choisis. Et ensuite, il faudrait faire du social média monitoring pour trouver les publications et les articles sur notre projet.

Collaboration avec les associations et les institutions

L'un des axes stratégiques de la communication de notre projet est la collaboration avec certaines associations et institutions dans le domaine du patrimoine culturel et celles qui ont un rapport direct avec Auguste Bartholdi et ses œuvres. Ayant pour objectif de créer des contacts avec les associations de ce domaine, nous avons effectué des recherches et nous avons préparé une liste des associations participant au Salon international du patrimoine culturel (voir l'annexe 3).



Dans le cadre du voyage d'études de DYCLAM+ à Paris, nous avons eu l'opportunité de contacter leurs représentants au Salon et mener des négociations pour la collaboration possible surtout au niveau de communication du projet. Certaines associations ont demandé de leur envoyer les détails du projet après le lancement de la campagne de *fundraising* pour mieux se renseigner sur elle et voir s'il serait possible de coopérer ou non. *L'Association des journalistes du patrimoine* et *l'association J'aime mon patrimoine* ont demandé de leur envoyer le communiqué de presse toujours après le lancement de la campagne. En outre, la Fondation de la Sauvegarde de l'Art Français a porté une attention particulière non seulement au projet mais aussi à notre master. On pourrait coopérer avec la Fondation et demander de l'aide financière pour la restauration de la tombe mais après avoir l'accord de la Ville de Paris et le devis de restauration.

Au Salon, nous avons également contacté d'autres institutions qui étaient intéressées par le projet mais avec qui ce n'était pas possible de coopérer ni pour la communication ni pour le financement.

Outre ces participants au Salon, nous avons préparé une liste des partenaires possibles (voir l'annexe 4) qui pourraient partager le lien de notre campagne sur leurs réseaux sociaux ou avec leurs partenaires. Il s'agit des musées où l'on peut trouver les œuvres de Bartholdi, le Musée Bartholdi, différentes fondations en patrimoine culturel, des institutions d'Etat, etc.

En somme, nous avons défini certains axes stratégiques pour la meilleure communication de notre projet mais, suite au développement et aux inconvénients du projet, nous avons aussi été obligés de changer notre stratégie en l'adaptant au nouveau format du projet (par exemple lancement et diffusion de la pétition pour la restauration).

Rapport : Pôle Graphique

L'équipe graphique est l'équipe qui s'occupe de toute la production photographique et vidéographique pour la campagne de sensibilisation pour la restauration et la mise en valeur de la tombe du grand sculpteur Auguste BARTHOLDI.

L'équipe travaille en relation étroite avec l'équipe de communication pour produire une stratégie de médiatisation sur les différents réseaux sociaux. La stratégie adoptée consiste de plusieurs axes de travail ;

- Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, YouTube)
 1. Photos pour les pages des RS
 2. Teasers
 3. Création de contenu multimédia pour alimenter les pages des RS
- Site Ulule : fournir les supports graphiques pour le site
- Site Change.org : fournir les supports graphiques pour le site

Dans le but de cette campagne de sensibilisation envers la restauration de la tombe, on a élargi notre champ de recherche envers les œuvres et les sites importants de Bartholdi pour englober à peu près tout Paris, afin de rendre hommage au parcours de l'artiste dans sa globalité, jusqu'à arriver à la tombe de Bartholdi à Montparnasse sa dernière œuvre et notre endroit principal.

Notre équipe s'est mis alors en sous-groupes pour documenter soigneusement, en photos et vidéos, les différentes œuvres du sculpteur dispersées dans toute la ville ainsi que les endroits emblématiques de son parcours. Cette opération de documentation a compris les quatre statues de Liberté dispersées dans Paris comme dans le musée d'Orsay, le musée des arts et des métiers, l'île aux cygnes et finalement le jardin du Luxembourg. En parallèle, on a fait une valorisation de deux rues importantes dans le processus de la réalisation de la statue qui sont Rue Chazelle là où la statue a été assemblée et rue Vavin là où se situait l'ancien atelier de Bartholdi.

Au-delà des répliques de Liberté et plus profondément dans la vie de l'artiste on s'est investi aussi dans la prise en considération de Ary Scheffer qui était le maître de Bartholdi et qui a joué un rôle très important dans sa vie d'artiste, cela en filmant dans le musée de la vie romantique qui était anciennement la maison du maître Scheffer. Conséquemment il y a aussi des sites importants comme la place Denfert-Rochereau là où se situe la miniature du lion de Belfort réalisé par Bartholdi, le lycée Louis-le-Grand qui est aussi le lycée de l'artiste et finalement le collège de France là où il y a la statue de Champollion aussi réalisée par Bartholdi.

L'équipe s'est divisée en sous-groupes pour assurer la prise de photos/vidéos libres de droits de chaque site. En monôme ou en binôme, chacun s'est rendu sur les sites indiqués pour établir une analyse sur terrain et prendre des photos/vidéos des monuments.

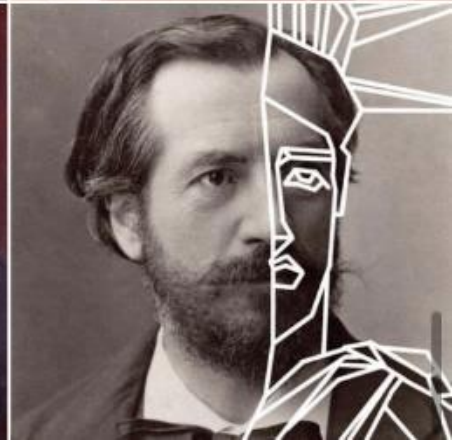
Étant donné que notre projet s'articule principalement autour de la tombe de Bartholdi et de sa restauration, notre équipe s'est rendue sur le site de celle-ci pour effectuer une analyse sur terrain de la tombe tout en réalisant des enregistrements visuels de toute partie endommagée de la tombe et de la statue.

En suivant notre stratégie de médiatisation établie probablement, cette longue vidéo, accompagnée par les photos de diagnostic, servira comme support graphique pour la page associée à la campagne sur le site Ulule.

L'équipe s'est occupée aussi de la production d'une charte graphique adéquate au projet et à la carrière du sculpteur. Cette charte s'inspire aussi des couleurs du master DYCLAM+ pour donner un rapport entre ce travail et l'équipe derrière. Pour cette charte on a choisi donc les couleurs Jaune (ref #ffde59), Bleu cobalt (ref #004aad) et différentes dégradations du Gris.

La même subdivision pour la visite des sites a été maintenue pour la création des Réels pour les réseaux sociaux (courtes vidéos de 1 minute de longueur maximum). Chaque sous-groupe a été chargé de faire un Reel du site respectif qui l'ont visité, tout en respectant la charte graphique établie pour les pages des réseaux sociaux...

Chaque Réel constitue la présentation du monument en vidéo ou en photo, en fournissant une description concrète de celui-ci en sous-titre (date de construction, localisation, motif de construction, lien avec la vie de Bartholdi, etc.) Les sous-titres s'adaptent également à la charte graphique et sont homogènes pour toutes les vidéos de la page.



Rapport : Pôle Rédaction

Le pôle rédaction est composé d'Alycia Van Gele, Diana Haidé López López, Aimée Grâce Musabwamana et d'Ángel Granadino. La mission de ce pôle était surtout concentrée sur la mise en forme de la page Ulule qui servait non seulement à la levée de fonds, mais aussi à informer le grand public sur Auguste Bartholdi. Dès le départ, il fut convenu que quatre textes principaux allaient apparaître sur la page afin de mieux sensibiliser le public. De pair avec le pôle communication, le pôle rédaction a également travaillé sur les scénarios et les textes pour les vidéos informatives sur les réseaux sociaux ainsi que la vidéo principale sur la page Ulule. Voici le rapport rendu par chaque membre sur leur mission dans l'équipe.

Qui porte le projet

Modifier



Bartholdi: mémoire à préserver
Premier projet lancé sur Ulule

Le projet « Bartholdi : mémoire à préserver » est une cause du patrimoine portée par l'Association Cultures patrimoniales et mémoire. Cette association œuvre pour la préservation, la sensibilisation et la restauration du patrimoine et de la mémoire. Cette année, l'association s'est mise en partenariat avec les étudiants ERASMUS MUNIUS DYCLAM+ pour créer un projet autour d'Auguste Bartholdi. DYCLAM+ est un programme européen universitaire de niveau de la maîtrise qui réunit des étudiants internationaux dans l'étude et la formation à la gestion du patrimoine dans tous les secteurs. Les étudiants et l'association se sont réunis après avoir constaté la dégradation de la tombe d'Auguste Bartholdi au cimetière Montparnasse. Ce déperissement témoigne également de la mémoire de Bartholdi qui se trouve parfois oublier dans l'Histoire de France. Dans un but commun, DYCLAM+ et l'Association Cultures patrimoniales et mémoire désirent non seulement amasser des fonds afin de restaurer cette tombe, mais lancer une campagne de « restauration » de la mémoire et l'œuvre Bartholdi.



Ajouter une FAQ

Suivez le projet ailleurs sur

Modifier

Suivez-nous sur Facebook

Suivez-nous sur Instagram



RECHERCHER ET EXPLORER LES PROJETS



BARTHOLDI: MÉMOIRE À PRÉSERVER

Projet FAQ News Contributions Commentaires

À propos du projet

Modifier

Nous souhaitons lancer une campagne de fundraising et de sensibilisation pour la restauration de la tombe du sculpteur Auguste Bartholdi située au cimetière Montparnasse à Paris. Les étudiants de DYCLAM+ et l'Association Cultures patrimoniales et mémoire se sont réunis après avoir constaté la dégradation de la tombe d'Auguste Bartholdi. Ce déperissement témoigne également de la mémoire de Bartholdi qui se trouve parfois oublier dans l'Histoire de France. Dans un but commun, DYCLAM+ et l'Association Cultures patrimoniales et mémoire désirent non seulement amasser des fonds afin de restaurer cette tombe, mais lancer une campagne de « restauration » de la mémoire et l'œuvre Bartholdi.

Auguste Bartholdi, un grand négligé

Auguste Bartholdi fait partie de ces figures qui ont rayonné de lumière au long de sa vie, mais qui finissent pour être assombries par l'oubli de gens ordinaires, malgré les nombreux mérites qui lui ont fait valoir l'immortalité. Tandis que quelques images conçues par ce notable sculpteur du XIXe siècle font le tour du monde un jour après l'autre, la plupart des Français contemporains ignorent l'ampleur de son influence et même son nom.

Né le 2 août 1834 à Colmar, Bartholdi verra mourir son père à l'âge de deux ans, ce qui marquera son existence.

Issu d'une famille de la bourgeoisie alsacienne, la garde du sculpteur et de Jean-Charles, son frère aîné, sera la seule responsabilité de leur mère,



Faire un don

Don unique Don mensuel

10 € 25 € 50 € €

FAIRE UN DON

Quels sont les impacts et défis du projet ?

Alycia VAN GELE

En tant que chef du pôle rédaction, j'étais chargée de coordonner notre équipe de 4 rédacteurs. Nous nous chargions de faire de la recherche, de l'écriture et de la publication. Plus spécifiquement, j'ai chargé mon équipe de rédiger chacun un article pour démarrer la Page Ulule qui sert de plateforme d'informations et de financement pour sensibiliser et récolter pour la restauration de la tombe d'Auguste Bartholdi. Nous avons estimé, tout en concertant les autres pôles, qu'il serait nécessaire d'alimenter la page Ulule avec quatre articles fondateurs en plus de la vidéo d'informations. Par la suite, notre pôle aurait pour mission de publier sur cette page différents articles suivant les publications sur les médias sociaux, des articles concernant l'actualité bartholdienne ainsi que des articles qui suivent le progrès de ce projet.

Personnellement, j'ai eu pour charge de rédiger un article sur les porteurs de projet afin d'informer le public sur ceux qui se sont donné pour mission de sauver ce patrimoine (Voir annexe 1). De plus, il est important pour les donateurs d'être au courant de l'identité de ceux qui vont réceptionner leur argent afin de garantir l'intégrité du programme DYCLAM+ et assurer un certain professionnalisme. Ensuite, je me suis chargée de réviser les textes des différents rédacteurs et de les publier sur la page Ulule qui a été entièrement formater par mes soins ainsi qu'Anna du pôle communication. J'ai également pu travailler sur les scénarios des vidéos. J'ai écrit la plupart des narrations pour les vidéos concernant les différentes Statues de la Liberté qu'on trouve à Paris. J'ai lu plusieurs livres et fait des recherches documentaires que j'ai vulgarisé et condensé afin qu'elles puissent être viables pour les réseaux sociaux.

Diana Haidé LÓPEZ LÓPEZ

En tant que membre du groupe de rédaction du projet, ma tâche principale a été de rédiger un texte autour de la Statue de la Liberté, l'une des œuvres les plus célèbres d'Auguste Bartholdi (Voir annexe 1.1). Dans ce but, je me suis documentée avec des sources bibliographiques et numériques qui montraient non seulement l'histoire de la création de la statue, mais aussi le discours presque mythique qui a été construit autour d'elle. J'ai voulu mettre en relief la valeur de la statue en tant que symbole de la nation américaine et, en même temps, souligner l'ironie de ses origines françaises qui ne sont presque jamais mentionnées. Le texte est intitulé « L'origine française d'un symbole américain ». De plus, l'équipe de rédaction a dû travailler en coordination avec

l'équipe de production de média, afin de fournir des documents écrits pour utiliser en tant que guides ou des dialogues pour le contenu audiovisuel. Ma contribution a été un petit texte sur le temple protestant d'Oratoire, où le service funèbre de Bartholdi a eu lieu. L'intention de ce petit apport a été de compléter l'information du lieu de repos de Bartholdi : le cimetière de Montparnasse.

Aimée Grâce MUSABWAMANA

Durant la conception de projet de restauration de la tombe de Bartholdi, j'étais membre de l'équipe de rédaction. J'ai effectué la recherche sur les œuvres de Bartholdi par la consultation d'une dizaine des différents articles et sites internet concernant la biographie du sculpteur ainsi que ses œuvres (Voir annexe 1.2). L'idée était de sortir une liste des monuments et des statues de manière chronologique telle que Bartholdi les a conçus, identifier l'endroit où se trouve l'œuvre et aussi expliquer sa raison d'être. Cette recherche a pu trouver une quarantaine d'œuvres que le sculpteur conçu dans les pays différents d'Europe et d'Amérique, une grande partie de ses œuvres se situe dans son pays d'origine (France). Cette recherche a été dans le but de contribuer sur la rédaction de l'article de la page Ulule, une plateforme de financement participatif. Dans le travail collaboratif de l'équipe de réduction et l'équipe media, ma contribution a été de fournir un petit texte historique comme guide de vidéo sur le lion de Belfort à la Place Denfert-Rochereau de 1880 qui rend hommage aux victimes civiles et militaires du siège de Belfort.

Ángel GRANADINO

Ma première tâche étant me renseigner sur Auguste Bartholdi, j'ai lu *Bartholdi : Portrait intime du sculpteur*, écrit par le professeur Robert Belot, parmi d'autres articles courts en la matière. L'objectif de cette recherche était tout d'abord nous sensibiliser nous-mêmes sur l'importance de l'œuvre sculpturale de l'alsacien. Cela était dans le but de démarrer notre mission de convaincre le grand public de l'urgence de restaurer la tombe du dit-personnage. Ensuite, j'étais chargé d'écrire quelques lignes sur les institutions éducatives parisiennes qui ont marqué la vie de l'auteur en vue de faciliter le travail de l'équipe graphique. Enfin, j'ai rédigé une synthèse biographique abrégée du sculpteur (Voir annexe 1.3). Elle a été employée sur les réseaux sociaux du projet Bartholdi pour présenter l'homme derrière la tombe que nous essayons de mettre en valeur.

Communication avec la ville de Paris et conséquences

Afin de s'assurer de la légalité des démarches financières ainsi que du projet de restauration, nous avons entrepris une communication avec la ville de Paris. Elle est effectivement en charge de la restauration de ce monument funéraire en tant que propriétaire légal de cette tombe. Nous avons tout d'abord rédigé une lettre à la mairesse du 14^e arrondissement de Paris, Mme Carine Petit, vu que le cimetière Montparnasse est situé dans son secteur. Puis, nous avons rédigé la même lettre à Mme Karen Taïeb en tant qu'adjointe à la mairesse de Paris qui est chargée du patrimoine, de l'histoire de Paris et des relations avec les cultes. Avant d'envoyer ces deux lettres, nous les avons communiquées au Professeur Belot afin qu'il puisse les approuver en tant que représentant de l'Association partenaire. Le professeur nous a renvoyé la lettre avec ses modifications et nous avons procédé à l'envoi de cette lettre modifiée aux deux destinataires par courriel (Voir exemplaire lettre 1 et lettre modifiée par Monsieur Belot en annexe).

Pour lancer légalement cette campagne de *fundraising*, il était impératif d'avoir l'accord des représentants de la ville de Paris. Ceci s'explique par le fait que le seul but énoncé dans cette campagne – et donc l'engagement de notre groupe face au public – était le financement et la sensibilisation afin de restaurer la tombe de Bartholdi. En conséquence, l'argent ne pouvait en aucun cas être utilisé autrement qu'à ces fins. Il en allait de l'intégrité du programme DYCLAM+. De plus, cet accord était nécessaire afin de démarrer des démarches essentielles comme le rapport d'expertise de la tombe effectué par un professionnel. Un autre exemple serait que l'aide financière de certains partenaires, comme la Fondation pour la Sauvegarde de l'Art Français, n'étaient garantie que par une preuve écrite d'accord entre la ville de Paris et notre projet. Par conséquence, nous attendions la réponse de Paris avant de pouvoir finaliser ce projet concrètement. Il s'avère que la lettre n'a pas reçu de réponse d'une ou de l'autre destinataire.

Cependant, tout en attendant cette réponse, le groupe s'est efforcé de préparer le projet tout en respectant la stratégie initiale. En d'autres mots, le projet est abouti théoriquement et peut être lancé, mais il manque seulement l'accord de Paris pour le réaliser pratiquement et légalement.

En se rendant compte que la ville de Paris semblait ignorée cette lettre, nous avons décidé de sensibiliser le public d'une autre manière sans l'aspect financier qui lui est au centre de la problématique de ce projet. Nous avons lancé une pétition sur le site Change.org afin d'apporter l'attention du public sur cette problématique. Eventuellement, avec des nombreuses signatures, on espère que cela amène un intérêt assez fort pour que la ville de Paris se sente interpellée.

change.org



Pétition

Commentaires

Mises à jour

**Pétition pour la
restauration de la
tombe du sculpteur de
la Statue de la Liberté**



Restauration de la tombe du sculpteur Auguste Bartholdi

18 ont signé. Prochain objectif : 100 !



Quand elle atteindra 100 signatures,
cette pétition aura plus de chance d'être
**inscrite comme pétition
recommandée !**

(Capture d'écran : 20 décembre 2022)

Conclusion

Le projet Bartholdi : mémoire à préserver était une campagne de sensibilisation et de *fundraising* lancé dans le cadre du cours Gestion de projet culturel du professeur Belot. Il visait à nous former en lancement de campagne publique dans le domaine du patrimoine.

Concrètement, ce projet nous a amené à travers les différentes phases de conceptualisation d'une telle campagne. Notre groupe a dû naviguer de manière autonome de l'élaboration des idées, à l'organisation des tâches et à la réalisation efficace et progressive des éléments qui constituent un tel projet.

Malgré le fait que le projet n'a pas pu se lancer ni aboutir de manière concrète à cause d'inconvénients déjà cités précédemment, nous considérons cette campagne réussie. Ceci s'explique par le fait que le volet sensibilisation à la mémoire bartholdienne est accomplie par les nombreux dispositifs énoncés dans ce rapport. De plus, la partie *fundraising* est à moitié accomplie, car les démarches légales nécessaires ont été démarrées et la page de financement est finie (elle n'attend seulement que l'accord de la ville de Paris et des données bancaires). De cette manière, la campagne peut être techniquement officiellement lancée dans un avenir proche dans l'éventualité d'une réponse de la ville de Paris dans les prochaines années.

A travers ce projet, la promotion de DYCLAM+ a pu aussi être sensibilisé à la mémoire de Bartholdi. Nous avons découvert un sculpteur, ses œuvres et sa vie. De plus, cela n'a pas seulement permis de nous sensibiliser, mais nous avons pu transmettre ces mêmes connaissances au public. Cela était une bonne manière d'étendre aussi notre savoir dans le domaine du patrimoine, car nous avons pu découvrir plusieurs corps de métiers impliqués dans ces sortes de projets ainsi que leur savoir-faire