

Crowdfunding per la conservazione del patrimonio culturale: il castello di *Mothe Chandeniers*

Crowdfunding enabling preservation of cultural heritage: the Mothe Chandeniers castle

Elena Borin
Luca Rossato

1. Introduzione

L'importanza del patrimonio culturale è riconosciuta non solo per il suo valore di testimonianza del passato, ma anche per il suo contributo materiale e immateriale verso la società (Mydland e Grahn, 2012), il territorio, le comunità, verso l'economia locale (Ruijgrok, 2006) e per il suo impatto positivo sullo sviluppo sostenibile (CHCFE, 2015; Soini e Dessein, 2016). È quindi riconosciuta la necessità di dedicare attenzione e risorse alla sua preservazione e valorizzazione per svilupparne il potenziale per le generazioni presenti e future. A partire dagli anni '50 e '60, in diversi stati Europei, fra cui spicca la Francia, questi compiti sono stati forte appannaggio dello stato, con cospicui investimenti di fondi pubblici nelle spesso costose opere di conservazione. Negli ultimi quindici anni tuttavia l'allocazione di tali fondi è stata progressivamente messa in discussione, complici anche due crisi economiche e sociali. È possibile dunque trovare metodi alternativi di finanziamento per gli interventi di conservazione e restauro dei beni culturali che possano sopperire alla diminuzione dei fondi pubblici? Forme di finanziamento innovative come il *crowdfunding* possono essere una valida alternativa o completare i tradizionali finanziamenti da parte dello stato o di grandi donatori privati? Quali sono modelli di *best practices* per il *crowdfunding* dei beni culturali? Questo contributo mira a fornire risposte a tali quesiti di ricerca tramite l'analisi del caso studio dell'iniziativa di *equity crowdfunding* per l'acquisto e preservazione

Vista aerea del castello di Mothe Chandeniers completamente invaso dalla vegetazione

Aerial view of the castle of Mothe Chandeniers entirely overrun by vegetation
Copyright © Pierre Mairé



del Chateau de la Mothe-Chandeniers in Francia. Dopo una breve panoramica della letteratura sull'argomento e della metodologia della ricerca, l'articolo presenta un'analisi degli interventi di preservazione e valorizzazione del castello tramite un concorso di idee, seguita da un esame approfondito dell'iniziativa di *equity crowdfunding*. Tale analisi permette agli autori di formulare delle considerazioni finali, contenute nella sezione quinta dell'articolo, su come pratiche innovative di *crowdfunding* possano facilitare interventi virtuosi di preservazione e restauro con un approccio *bottom-up* e partecipativo alla gestione del patrimonio culturale.

2. Inquadramento della ricerca

Il valore del patrimonio culturale è riconosciuto sotto molti aspetti. Innanzitutto dal punto di vista del suo forte valore identitario nelle comunità di riferimento (Deacon e Smeets, 2013; Mason e Avrami, 2002; Apaydin, 2017) e dei benefici sulle popolazioni in termini di vantaggi socio-economici alle comunità

La tenuta di Mothe Chandeniers circondata dai canali scavati nel XIX secolo

The Mothe Chandeniers estate surrounded by canals dug in the 19th century

locali e di trasferimento della conoscenza del passato alle generazioni future (Grimwade e Carter, 2000; Deegan, 2012). Negli ultimi anni ne viene riconosciuta anche la rilevanza dal punto di vista dello sviluppo sostenibile (Duxbury, Kangas and De Beukelaer, 2017; Soini e Dessein, 2016), ed in particolare viene evidenziata la necessità di riconoscere il contributo del patrimonio culturale agli aspetti di sostenibilità sociale, economica, culturale e ambientale (CHCFE, 2015; Nijkamp e Riganti, 2008). Sulla base di queste considerazioni, ma anche per il suo valore intrinseco (González-Pérez e Parceró-Oubiña, 2011), si è posto l'accento sul bisogno di conservarlo e di valorizzarlo anche in un situazione in cui i costi richiesti superano il possibile ritorno economico (Snowball, 2013): proprio per questo rischio si è giustificato il massiccio ricorso all'intervento statale anche dal punto di vista del finanziamento (Holler e Mazza, 2013). Fra gli stati che più hanno sostenuto il patrimonio culturale in Europa, un posto d'eccezione

Il lato del castello che ospita l'accesso attraverso il ponte in pietra

The side of the castle that houses the access through the stone bridge
Copyright © Guillaume Souvant

viene occupato dalla Francia. Il settore culturale francese è stato infatti tradizionalmente caratterizzato da un forte ruolo dello stato centrale (Bianchini e Parkinson, 1993; Andres e Chapain, 2012), iniziato nel corso del XIII secolo e proseguito per tutto il Rinascimento attraverso politiche culturali reali di sponsorizzazione e promozione della creazione artistica. Questo orientamento politico caratterizza anche periodi più recenti, in particolare la terza Repubblica e

The importance of cultural heritage is recognized not only for its value as a testimony of the past, but also for its material and immaterial contribution to society (Mydland and Grahn, 2012), the territory, the communities, the local economy (Ruijgrok, 2006). Recently, it has also been underlined its positive impact on sustainable development and its positive role for social, economic, cultural and environmental sustainability aspects (CHCFE,

2015; Duxbury, Kangas and De Beukelaer, 2017; Soini and Dessein, 2016). On this basis, in several European countries including France (Bianchini and Parkinson, 1993; Andres and Chapain, 2012), cultural heritage institutions have received significant public funding that has allowed them to implement often costly conservation works. Over the last fifteen years, however, the allocation of these funds has been gradually

questioned (Bonet and Donato, 2011), partially due to economic and social crises. As a result, both academics and practitioners have called for a differentiation of the sources of funding for cultural heritage, not only in terms of revenues for ticketing and commercial activities but also as a result of partnerships and cooperation agreements with private partners (Grefe and Simonnet, 2010, Borin, Donato and Sinapi, 2017). In this framework, crowdfunding



gli approcci promossi dal primo ministro della cultura francese, André Malraux (1959) basati sia sulla tutela e l'uso del patrimonio e delle arti come veicolo per arricchire la nazione e per educare il suo popolo, sia sulla promozione dei prodotti artistici contemporanei. Tuttavia queste politiche sono state messe in discussione negli ultimi anni prima a causa dell'impatto della crisi economica del 2008 (Bonet e Donato, 2011; Borin, 2017) e più recentemente della crisi legata alla diffusione della pandemia, nonostante la Francia sia stata individuata fra i paesi più attenti al sostegno alle arti e alla cultura sia come settore chiave dell'economia e della società sia come motore per la ripartenza *post-lockdown* (Montalto, 2020)¹.

La messa in discussione dei finanziamenti statali come fonte unica di sostegno al settore del patrimonio culturale è stata accompagnata da una crescente attenzione all'opportunità di differenziare il modello economico delle istituzioni e organizzazioni che gestiscono tale patrimonio, proponendo in alcuni casi anche attitudini imprenditoriali (Borin, Donato e Sinapi, 2017; EU, 2010; Greffe e Simonnet, 2010). Più specificamente, si è sostenuta la necessità di promuovere sia la capacità di generare ricavi da attività di promozione e valorizzazione, sia di attrarre fondi privati nella forma di sponsor o di partenariati pubblico-privato (Borin, 2017a). Di fronte alla contrazione di tali possibilità, è emersa negli ultimi anni l'idea che il patrimonio possa essere finanziato anche da forme innovative di contributi da parte di un pubblico più ampio di potenziali finanziatori: in questo contesto formule di finanziamento innovative quali il *crowdfunding* sono entrate velocemente a far parte delle discussioni accademiche e professionali.

La torre principale del castello

The main tower of the castle

Il *crowdfunding*, definito come contributo di un importo finanziario a progetti, prodotti o idee da parte di diversi investitori (Wenzlaff et al., 2012), è recentemente emerso come una possibilità alternativa per i singoli individui o per specifici progetti di ricevere finanziamenti (Agrawal et al., 2013; Kleeman et al., 2008; Unterberg, 2010). L'idea di mobilitare numerosi finanziamenti di piccola entità non è sicuramente una novità degli ultimi decenni, essendo una pratica consueta per esempio per le organizzazioni religiose e per le corporazioni già nel medioevo (Fiedler e Horsch, 2014; Harrison, 2013; Zademach e Baumeister, 2013). Contrariamente ai tipici investimenti finanziari, il *crowdfunding* è però fondamentalmente aperto a tutti (Blohm et al., 2013; Wenzlaff et al., 2012), è un fenomeno basato sul web 2.0 (Leimeister, 2012) ed è fortemente legato al processo di digitalizzazione della società con una crescente importanza delle comunità di internet. È interessante notare che in origine il *crowdfunding* si è affermato soprattutto come finanziamento di artisti o progetti creativi, per poi diffondersi in altri settori (Bradford, 2012; Meinshausen et al., 2012) in maniera estremamente rapida. Già nel 2012 erano stati stanziati 2,7 miliardi di dollari con oltre un milione di diverse donazioni tramite il *crowdfunding*, aumentati già nell'anno successivo di oltre il 51%, raggiungendo i 5,1 miliardi di dollari (Massolution, 2015), diventando in pochi anni uno dei *buzzwords* più in voga nel settore dei finanziamenti alternativi (Moritz e Block, 2014).

Infatti, solo in Unione Europea, un totale di 247 milioni di euro sono stati raccolti tramite tali campagne a favore del settore culturale e creativo tra gennaio 2013 e ottobre 2016. Il volume di gran

has emerged as a participatory way of financing, although the cultural heritage sector is still reluctant to use it and most crowdfunding campaigns for cultural heritage are collecting relatively small amounts of money (De Voldere e Zeqo, 2017; Massolution, 2015). However, some models of crowdfunding could be potentially promising: this is for example the case of equity crowdfunding. It is indeed more suitable for raising considerable amounts

of money such as that often required in heritage interventions and could lead to a more participatory model of cultural heritage management. What are the potential success factors of crowdfunding equity models applied to cultural heritage? What are best practice models? Can innovative forms of financing such as crowdfunding be a viable alternative or complement traditional funding from the state or large private donors?

This paper aims at answering to this research questions by means of a qualitative case study analysis (Yin, 2015) of the equity crowdfunding campaign carried out for purchasing the Castle of la Monthe Chandenier in France, raising the money for consolidation works and for a young architects' competition for potential conservation projects. The Castle of the Mothe-Chandeniers (Château de la Mothe-Chandeniers in French) is located near the

town of Les Trois-Moutiers in the New Aquitaine region of France, a short distance from the famous castles of the Loire Valley. Initially owned by the de Bauçay family, the castle then passed to the de Rochechouart family. At the beginning of the 19th century, a wealthy Parisian businessman bought the castle. He had canals dug and rebuilt it, inspired by the castles of the Loire Valley. In the first half of the 19th century,

battlements, buttresses, mullioned windows, mullioned windows and pinnacles were added to the castle in full neo-Gothic style during a period of major change in French architecture (BABELON, 1988). A century later, on 13 March 1932, a violent fire destroyed more than 90%. Nowadays the castle, after decades of neglect that have severely compromised its structure, urgently requires consolidation work that can make the ruins safe without



lunga più elevato si registra nel Regno Unito con 121 milioni di euro, pari al 41% del volume complessivo delle transazioni. La Francia è al secondo posto con un volume di 63 milioni di euro (23% del volume totale). Tuttavia, il *crowdfunding* per interventi sul patrimonio culturale è ancora relativamente poco usato, con solo l'1% del totale delle campagne di *crowdfunding* dedicate a questo specifico settore (De Voldere e Zeqo, 2017), nonostante un crescente interesse per tale forma di finanziamento partecipativo e la nascita di piattaforme specifiche per il patrimonio culturale come Dartagnans e DigVentures.

È da notare inoltre che la maggioranza delle iniziative

L'affascinante rovina del castello durante il periodo invernale

The fascinating ruin of the castle during the winter period
Copyright © staticflickr.com

di *crowdfunding* per il patrimonio culturale siano in grado di raccogliere importi relativamente modesti rispetto alle ingenti spese necessarie per interventi di restauro o conservazione (De Voldere e Zeqo, 2017): in generale, solo istituzioni di prestigio e fama riescono a raccogliere cifre considerevoli, come nel caso delle campagne di *crowdfunding* lanciate dal Louvre o dal Musée d'Orsay per il restauro dell'Atelier du Peintre (Borin, 2017b).

È inoltre da notare che le iniziative di *crowdfunding* per il patrimonio sono principalmente di tipo *donation* o *reward-based*, simili quindi ad una tradizionale donazione, mentre modelli di *crowdfunded lending* o *equity crowdfunding*

Immagine render della proposta progettuale del gruppo D-D-D (Hiroshi Toda, Mitsuki Shibairi, Kahara Mori) vincitrice del concorso indetto da YAC nel 2018 per la rigenerazione dell'area del castello

Render image of the design proposal by the D-D-D group (Hiroshi Toda, Mitsuki Shibairi, Kahara Mori) winner of the 2018 YAC competition for the regeneration of the castle area.
Copyright © 2019 Hiroshi TODA

(assimilabili a forme di prestito o investimento), sono invece ancora poco utilizzate (De Voldere e Zeqo, 2017). Il modello *equity*, in cui i *backers* diventano azionisti comprando una quota di capitale, è praticamente quasi assente. Infatti, da un lato le organizzazioni culturali sono restie a sperimentare questa forma di raccolta fondi per paura di perdere il controllo del bene culturale, dall'altro molto spesso manca ai potenziali investitori la motivazione legata ad un possibile ritorno sul loro investimento, che è generalmente la loro spinta principale nell'approcciarsi all'*equity crowdfunding*. Tuttavia, questa potrebbe essere una formula promettente in quanto generalmente è capace di raccogliere fondi considerevoli, come spesso è richiesto negli interventi per il patrimonio culturale, e potrebbe portare ad un modello più partecipativo di gestione dei beni culturali.

Quali sono i potenziali fattori di successo dei modelli di *equity crowdfunding* applicati ai beni culturali? Quali sono modelli di *best practices*? Forme di finanziamento innovative come il *crowdfunding* possono essere una valida

altering their charm. In 2016, the intervention to safeguard the castle seemed more and more necessary due to the strong state of deterioration of the building. In 2017, an equity crowdfunding campaign was launched as a cooperation between Adopte un Château, an association specialized in safeguarding French castles in danger, and the crowdfunding platform Dartagnans. The particular communication scheme of

the campaign, based on the motto "Et si on adoptait la Mothe Chandeniers" (and if Mothe Chandeniers were adopted) and "Devenez châtelain pour 50 €!" (Become a castellan for 50 €!) proved to be extremely successful. The scheme was innovative: potential backers could pay a contribution in the form of a donation, but they were also given the opportunity to buy a part of the castle, thus becoming owners and investors. 18543 contributors

joined the initiative from 107 countries around the world, buying a total of 27190 parts of the castle. The funds raised, €1 615 244, guaranteed 323% financing of the project and a second fundraising campaign collected additional 475 332 euros. The governance scheme of the newly found company managing the castle implemented forms of participation of the many shareholders but at the same time ensured the decision-

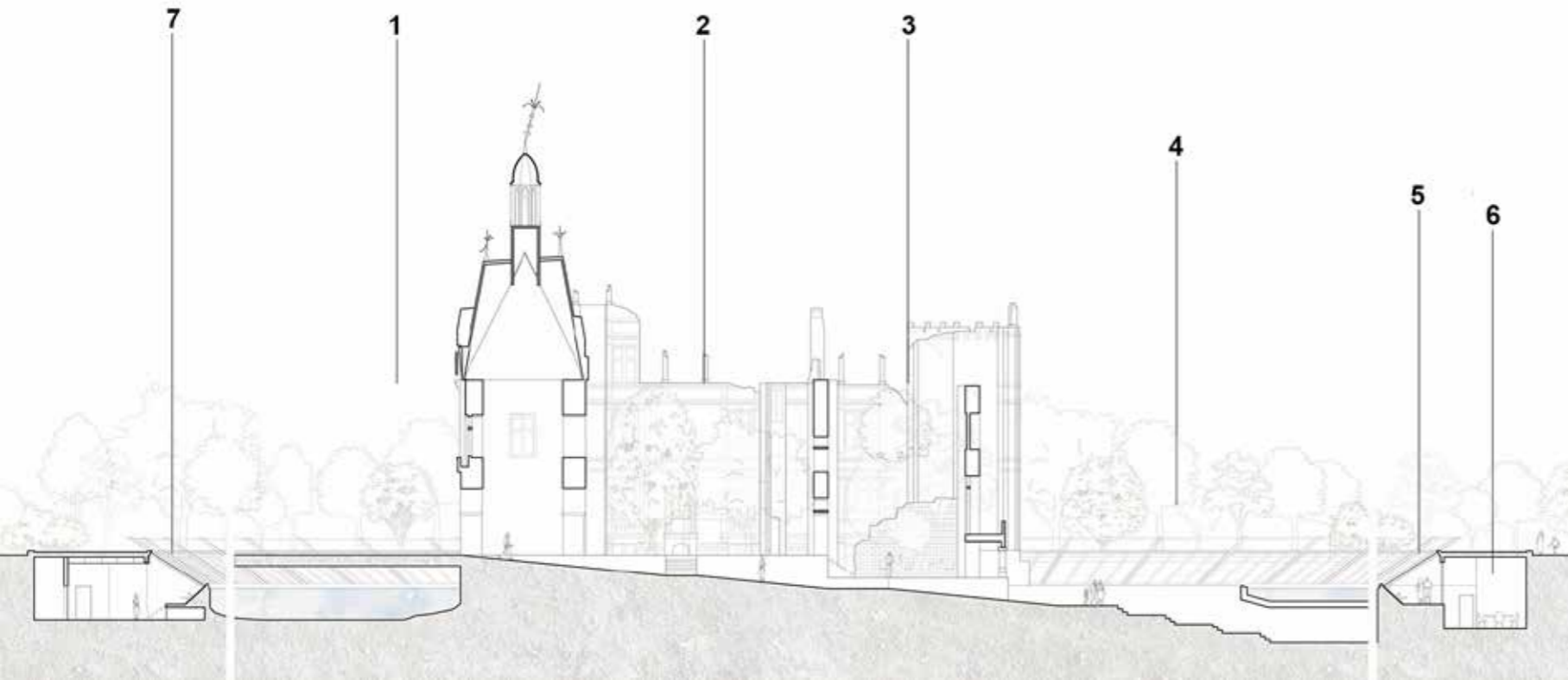
making power of the main promoters of the initiative. This case study indicates that innovative forms of financing, such as the equity crowdfunding campaign for La Mothe Chandeniers, could be successful and allow intervention, conservation and management initiatives that would otherwise will be difficult for cultural heritage. In order to reach relevant results, these initiatives should be based on a sound strategic communication based on

ethical and emotional values and participatory processes in which the traditional audience of cultural heritage becomes involved in the of the potential investors/backers in a deeper way. The castle of Mothe-Chandeniers is one of the fascinating architectural objects defined as ruins. The ruin, an entity that is often interpreted as a remnant of a now lost past (also seen in a nostalgic way) has been the subject of reflections by

architects and conservators who have attempted to highlight its status as a "frozen" property belonging to another time. On the other hand, it is undeniable that "true respect for the ruin is pursued more with a "strong project" than with a merely contemplative (conservative) action: a strong project that means, however, operating with a light touch, without disfiguring it and without ruining its deepest sense". (BILLECI et al., 2006).

In 2018 YAC (Young Architects Competition), a company promoting competitions for ideas and architecture, aimed at young designers, recent graduates and students, launched the "Common Ruins" competition, a competition on the castle of Mothe-Chandeniers. The jury panel selected the proposal of the D-D-D group (Hiroshi Toda, Mitsuki Shibairi and Kahara Mori) as the winning project. The project selected as first prize imagines looking at

the ruins of the castle from all directions and plans a hotel complex based on this principle working on the relationship between the land and the water surface so as not to contaminate the bucolic landscape.



Sezione trasversale della proposta progettuale vincitrice del primo premio

- 1: ponte
- 2: giardino (originariamente all'esterno)
- 3: giardino / area caffè (originariamente all'interno)
- 4: ponte
- 5: corridoio
- 6: ristorante
- 7: camere degli ospiti

Cross section of the proposal awarded first prize

- 1: bridge
- 2: garden (originally outside)
- 3: garden / coffee area (originally inside)
- 4: bridge
- 5: corridor
- 6: restaurant
- 7: guest rooms

Copyright © 2019 Hiroshi TODA

alternativa o completare i tradizionali finanziamenti da parte dello stato o di grandi donatori privati?

La presente ricerca mira a dare una prima risposta a questi quesiti tramite l'analisi della campagna di *equity crowdfunding* del Castello de la Mothe Chandeniers in Francia. I risultati del caso studio sono presentati nelle seguenti sezioni di questo articolo.

3. Metodologia della ricerca

Sulla base dei punti evidenziati nella precedente sezione, è stata svolta una ricerca qualitativa basata sull'analisi del caso studio dell'iniziativa di *equity crowdfunding* per il Chateau de la Mothe Chandenier, lanciata nel 2017 come collaborazione fra l'associazione *Adopte un Chateau* e la piattaforma di *crowdfunding* specializzata nel patrimonio culturale *Dartagnans*. La ricerca si basa sull'approccio di analisi di casi studio proposta da Yin (2015), che prevede la triangolazione di più fonti di dati (in particolare analisi di documenti, analisi di *outputs* e interviste di ricerca). La presentazione del caso studio evidenzia da un lato le caratteristiche del progetto di preservazione e dall'altro i punti di interesse dal punto di vista della *governance* e del *management* dell'iniziativa di *crowdfunding* che finanzia l'acquisto e il restauro del castello.

4. Potenzialità del crowdfunding per progetti di preservazione

4.1 Il Castello della Mothe-Chandeniers

Il castello della Mothe-Chandeniers (in francese Château de la Mothe-Chandeniers) è un castello situato nei pressi della città di Les Trois-Moutiers nella regione della Nuova Aquitania in Francia, a breve distanza da dai famosi castelli della valle della Loira. Mothe Chandeniers si trova circondato da una natura esuberante e generosa di colori, tra campi di lavanda e di grano, in una regione, l'Aquitania, ricca di piccoli e pittoreschi villaggi immersi nel silenzio. La posizione della tenuta della Mothe Chandeniers al confine con le due grandi regioni della Loira è un punto favorevole, nonché strategico nell'ottica di un' interazione con l'immenso insieme dei famosi castelli (CRAVERO, 2019). Inizialmente di proprietà della famiglia de Bauçay, il castello passò poi alla famiglia de Rochechouart. François de Rochechouart, noto anche come marchese Chandoiseau fece del castello un luogo sontuoso dove statue scolpite nel marmo pario vennero collocate anche nelle scuderie. Per dodici anni il proprietario ha mantenuto questo incredibile tenore di vita fino al suo personale fallimento nel 1668. Sull'orlo dell'abisso, François de Rochechouart ha finalmente rinunciato al suo prezioso gioiello. Tra la fine del XVII secolo e la Rivoluzione francese, il castello passò di mano in mano. Fino alla sua distruzione da parte dei sans-culottes. All'inizio del XIX secolo, un ricco imprenditore parigino acquistò il castello. Fece scavare dei canali e la ricostruì ispirandosi ai castelli della Valle della Loira. Verso la prima metà del XIX secolo al castello vennero aggiunte merlature, contrafforti, bifore e pinnacoli in pieno stile neogotico in un periodo di forte trasformazione per l'architettura francese (BABELON, 1988). Un secolo dopo, il 13 marzo 1932, un violento incendio distrusse oltre il 90% della tenuta Mothe-Chandeniers risparmiando solo la cappella e cancellando per sempre la ricca biblioteca che conteneva libri molto rari, arazzi Gobelins, mobili antichi e dipinti di valore. Attualmente il castello, dopo decenni di abbandono che ne hanno fortemente compromesso la struttura, richiede urgentemente un'opera di consolidamento che possa mettere in sicurezza le rovine non alterandone il fascino.

4.2 Il progetto di equity crowdfunding per il castello: partecipazione e innovazione

Nel 2016, quando l'intervento di salvaguardia del castello appariva sempre più necessario visto il forte stato di degrado dell'edificio, fu creata un'associazione per la salvaguardia del castello che si è subito attivata con i vari proprietari degli edifici e terreni per capire come si sarebbe potuto investire nel progetto. Il presidente e fondatore dell'associazione, Bruno Griffon, ebbe da subito l'idea di creare un progetto partecipativo, sperimentando nuove forme di raccolta innovativa di fondi che potessero riflettere quest'idea. Da subito vennero dunque coinvolte un'associazione specializzata nella salvaguardia dei castelli francesi in pericolo, chiamata *Adopte un Château*, e la piattaforma di *crowdfunding* specializzata nel settore del patrimonio culturale, *Dartagnans*. Il dirigente fondatore di quest'ultima, Romain Delaume, e il fondatore dell'associazione *Adopte un Château*, Julien Marquis, hanno studiato per circa due anni il modello da applicare per riuscire a raccogliere gli ingenti fondi necessari all'acquisto del castello e dei territori adiacenti. Consapevoli del fatto che una campagna di *crowdfunding reward-based* o *donation based* non sarebbe riuscita a raggiungere le cifre auspicate, hanno deciso di attuare un'iniziativa di acquisto partecipativo basato su una comunicazione forte e rivolta a "investitori" non solo locali ma anche nazionali e internazionali. Fra ottobre e dicembre 2017 è stata lanciata su *Dartagnans* la campagna di acquisto partecipativo del castello intitolata "Et si on adoptait la Mothe Chandeniers" (e se si adottasse la Mothe Chandeniers) in cui, al motto *Devenez châtelain pour 50 €!* (Diventate castellani per 50€!) non solo veniva proposto ai potenziali *backers* di versare un contributo sotto forma di donazione, ma veniva loro data anche la possibilità di acquistare una parte del castello. Il contributo minimo per divenire "castellani" era quella 50 euro; con 60 euro era data la possibilità di acquistare un box "ma part du Château" (la mia parte del castello), un cofanetto regalo con la partecipazione al progetto. Infine, gli investitori potevano comprare più quote incrementando l'importo. Una seconda campagna di *equity crowdfunding* è stata lanciata nel periodo di ottobre/novembre 2018.



Alla prima campagna di *crowdfunding* hanno aderito ben 18543 contributori provenienti da 107 paesi nel mondo, che hanno comprato in totale 27190 parti del castello: i fondi raccolti, 1 615 244 euro, hanno garantito un finanziamento al 323% del progetto. Con la seconda campagna di raccolta fondi, a cui potevano partecipare solamente coloro che avevano contribuito alla prima iniziativa, vennero raccolti 475 332 euro provenienti da 5091 contributori da 68 paesi garantendo un finanziamento del progetto al 226 %.

La rigogliosa natura attorno al castello si sta lentamente riprendendo il suo ruolo di protagonista

The lush nature around the castle is slowly recovering its starring role
Copyright © Guillaume Souvant

Diverse criticità potevano essere riscontrate nel progetto: prima di tutto, la difficoltà di attrarre un numero sufficientemente alto di investitori, necessariamente a livello internazionale.

Successivamente, il problema principale era quello di assicurare una forma gestionale basata su una *governance* che fosse al contempo capace di attuare processi partecipativi con la molteplicità di *shareholders* ma di assicurare un controllo del progetto da parte degli esperti e dei principali *stakeholders* coinvolti, in modo da evitare un incorretto *management* del bene e dei vari interventi programmati.

Il primo problema è stato risolto tramite la creazione di una campagna di *crowdfunding* basata sul forte impatto emotivo, che esaltava la capacità attrattiva del castello facendo leva sul suo destino, la sua storia e il suo territorio. La campagna *Devenez châtelain* parlava ad un pubblico internazionale di appassionati di beni culturali che avevano per la prima volta non solo la possibilità di donare per la salvaguardia di un castello, ma anche di divenire parte attiva della sua gestione entrando di pieno diritto, come azionisti, nel processo decisionale riguardante il bene. La trasparenza e la dovizia di dettagli sul progetto e sul suo stato di avanzamento erano le basi della campagna di comunicazione proposta sulla pagina della campagna di *crowdfunding* su Dartagnans. Il problema della *governance*, molto delicato e potenzialmente "pericoloso" per la salvaguardia del bene, è stato risolto mantenendo il controllo da parte degli *stakeholder* chiave (Dartagnans e Adopte un Château) e al contempo implementando varie forme di partecipazione degli azionisti. Ad inizio 2018, venne creata la SAS La Mothe Chandeniers dando così la possibilità di acquistare la prima parte del castello (marzo 2018). La SAS aveva un capitale sociale di 1050 euro ed era controllata per il 50% da Dartagnans e per due quote del 25% da Dartagnans Développement e Adopte un Château. Con l'aumento di capitale attuato con la seconda campagna di *crowdfunding* agli azionisti "castellani" si è deciso di dare l'80 % delle quote, mentre il 10 % rimaneva a Dartagnans, il 5% a Dartagnans Développement e il 5% all'Associazione Adopte un Château. Gli azionisti potevano intervenire tramite voto nelle assemblee annuali e tramite la piattaforma web appositamente creata. Nel comitato di pilotaggio, composto da 6 membri, vi erano tre rappresentanti dei soci, eletti ogni due anni, che affiancavano tre altri membri provenienti da Dartagnans, Adopte un Château e dall'Association des Amis. Questo schema permetteva da un lato di dare uno spazio appropriato agli azionisti, dall'altro garantendo alle tre organizzazioni promotrici del progetto di mantenere il 50% del controllo sulle decisioni chiave della sua gestione.

4.3 La preservazione della rovina: un concorso di idee

Il castello della Mothe-Chandeniers rientra a pieno titolo tra quegli oggetti architettonici affascinanti definiti come rovine. La rovina, entità che viene spesso interpretata come rimanenza di un passato ormai perduto (vista anche in chiave nostalgica) è stata oggetto di riflessioni di architetti e conservatori che hanno tentato di evidenziarne lo status di bene "congelato" appartenente ad un altro tempo. Per l'evidente parentela con le vicende umane, questo tema è scrutato anche da poeti, scrittori, filosofi e psicologi che disponendola in una cornice di vita hanno mostrato come solo accettando ed elaborando la perdita raffigurata dalla rovina, sia possibile accogliere senza censure i segni, quasi sempre dolorosi, che essa trattiene (OTERI, 2009). D'altro canto è innegabile che "il vero rispetto del rudere si persegue più con un «progetto forte» che non con un'azione meramente contemplativa (conservativa): un progetto forte che vuol dire, però, operare con tocco leggero, senza sfigurarlo e senza sciuparne il senso più profondo". (BILLECI et al., 2006). Nel 2018 YAC (Young Architects Competition) una società promotrice di concorsi di idee ed architettura, rivolti a giovani progettisti, neolaureati e studenti lancia il bando "Common Ruins", un concorso sul castello della Mothe-Chandeniers che diviene non solo una sfida architettonico-compositiva ma anche sul piano della fruizione e dei nuovi modelli turistico-ricettivi basato proprio sui fondi dell'iniziativa *Adopte un château*. Dal bando si evince come "qualsiasi interpretazione turistica del castello non potrà pertanto esimersi dal confronto con una dimensione collettiva e partecipata dell'immobile, identificando usi che, per quanto volti a tutelare una scoperta individuale ed esperienziale delle rovine, aprano a modelli di visita quanto più aperti e comuni possibile. Il progettista dovrà pertanto temperare la necessità di un'esperienza esclusiva, interiore ed emozionale (coerente alla natura del castello), con le complessità di un elevato numero di fruitori". Ai partecipanti è stato chiesto di impostare un progetto che comprendesse un centro visitatori, uno *shop* per vendita del *merchandising*, un'area ristoro/mercato bio, un centro *wellness services* e un osservatorio, ovvero un percorso attrezzato volto alla migliore scoperta del castello e della natura circostante. La giuria composta tra gli altri da Anish Kapoor, Rudy Ricciotti, Alfonso Femia, Luca Dolmetta, Dagur

Eggertsson e Aldo Cibic ha selezionato come progetto vincitore la proposta del gruppo D-D-D (Hiroshi Toda, Mitsuki Shibairi e Kahara Mori). Il progetto selezionato come primo premio immagina di poter guardare le rovine del castello da tutte le direzioni e pianifica un complesso alberghiero basato su questo principio lavorando sul rapporto tra il terreno e la superficie dell'acqua in modo da non contaminare il paesaggio bucolico. Un percorso attraverso la torre del castello, il cortile, la stanza giardino lungo il pendio ed entra nell'albergo quando si scendendo al piano interrato rispetto la superficie dell'acqua. Dal corridoio che circonda il bordo dell'acqua le persone possono vivere le rovine da un nuovo punto di vista sotterraneo.

5. Conclusioni

Il problema della copertura degli ingenti costi degli interventi di preservazione del patrimonio culturale è da anni al centro del dibattito fra professionisti e accademici che si interessano del settore del patrimonio culturale. Varie proposte sono state avanzate sulla necessità di differenziare le fonti di finanziamento, non contando più solamente sul supporto tramite fondi pubblici, ma promuovendo anche atteggiamenti imprenditoriali e la partecipazione di privati come *sponsors* o *partners* progettuali. Negli ultimi decenni, la modalità di finanziamento tramite *crowdfunding* è stata proposta come una valida alternativa di raccolta fondi. Il caso studio della campagna di *equity crowdfunding* della Mothe Chandeniers emerge non solo per la sua capacità di attrarre notevoli capitali e per l'originalità della sua campagna di comunicazione ma anche per l'innovazione introdotta dall'idea di acquisto partecipativo di un bene culturale in pericolo. L'iniziativa dimostra che è possibile un più ampio coinvolgimento degli *stakeholders* e di un pubblico internazionale di "investitori" tramite processi partecipativi che ne valorizzano il contributo finanziari e nel processo decisionale pur mantenendo un controllo da parte di *stakeholders* chiave del progetto.

Note

1 - Il dettaglio del sostegno statale francese al settore culturale e creativo, è stato analizzato da V. Montalto nell'articolo "Coronavirus: il senso della Francia per la cultura" disponibile sul sito: <https://www.lavoce.info/archives/65376/coronavirus-il-senso-della-francia-per-la-cultura/?fbclid=IwAR1tqL9YSGSCezr6i2cgB-tkPiKYef4i1EcrxMVRkDMd5crf5LldVQDERtw#XpQpVIRY3fA>.facebook

Sitografia / websites

www.adopteunchateau.com
www.archdaily.com
www.dartagnans.fr
www.mothe-chandeniers.com
www.youngarchitectscompetitions.com

Bibliografia / Refrences

- Agrawal, A., Catalini, C. and Goldfarb, A. (2013) The Simple Economics of Crowdfunding, *Innovation Policy and the Economy*. Chicago: University Press.
- Andres, L., & Chapain, C. (2013). The integration of cultural and creative industries into local and regional development strategies in Birmingham and Marseille: towards an inclusive and collaborative governance? *Regional Studies*, 47(2), 161-182.
- Apaydin, V. (2017). Heritage values and communities: Examining heritage perceptions and public engagements. *Journal of Eastern Mediterranean Archaeology & Heritage Studies*, 5(3-4), 349-364.
- Babelon J.P. (1998) *Le chateau en France*. Parigi : Berger Levrault,
- Billeci B., Gizzi S., and Scudino D. (eds.) (2006) *Il rudere tra conservazione e reintegrazione: atti del convegno internazionale*. Roma: Gangemi.
- Blohm, I., Leimeister, J.-M., Wenzlaff, K. and Gebert, M. (2013) *Crowdfunding Studie* 2013/2014, Berlin, epubli.
- Bonet, L., & Donato, F. (2011). The financial crisis and its impact on the current models of governance and management of the cultural sector in Europe. *ENCATC Journal of cultural management and policy*, 1(1), 4-11.
- Borin E. (2017a) *Public-Private Partnership in the Cultural Sector: a Comparative Analysis of European Models*. Bruxelles: PIE Peter Lang
- Borin, E. (2017b) "Il ruolo dei finanziamenti partecipativi per iniziative di restauro La campagna di crowdfunding per l'Atelier du Peintre". In Schiavi, A., Filippini, A., Malpezzi, D. (eds.). *Restauro Musei*. XXIV Edizione Ferrara: Acropoli Srl, 2017, p. 113-116.
- Borin, E., Donato, F., Sinapi, C., (2018) "Financial sustainability of small- and medium-sized enterprises in the cultural and creative sector: the role of funding", in Innerhofer, E. Pechlaner, H. and Borin E. (eds.) *Entrepreneurship in Culture and Creative Industries - Perspectives from Companies and Regions*, Springer, 2017 pp. 45-62
- Bradford, C.S. (2012) 'Crowdfunding and the Federal Securities Law', *Columbia Business Law Review*, Vol. 2012, No. 1, pp.1-150.
- CHCF Consortium. (2015). Cultural heritage counts for Europe. *CHCF Consortium: Krakow, Poland*.
- Cravero F. (2019) *Progettare la scoperta di un castello in rovina: La Mothe Chandeniers*, Tesi di Laurea presso il Politecnico di Torino, a.a. 2018/2019, accessed on 13.08.2020 <https://webthesis.biblio.polito.it/11414/1/tesi.pdf>
- De Voldere, I., & Zeqo, K. (2017). *Crowdfunding: Reshaping the Crowd's Engagement in Culture*. Publications Office of the European Union
- Deacon, H., & Smeets, R. (2013). Authenticity, value and community involvement in heritage management under the World heritage and intangible heritage conventions. *Heritage & Society*, 6(2), 129-143.
- Deegan, N. (2012). The local-global nexus in the politics of World Heritage: space for community development?. *Community development through world heritage*, 77.
- Duxbury, N., Kangas, A., & De Beukelaer, C. (2017). Cultural policies for sustainable development: Four strategic paths. *International Journal of Cultural Policy*, 23(2), 214-230.
- EU Commission. (2010). Green Paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries. Brussels, COM (2010), 183.
- Fiedler, S. and Horsch, A. (2014) 'Crowdinvesting als Finanzierungsalternative', *Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 2014, pp.91-98.
- González-Pérez, C., & Parcero-Oubiña, C. (2011). A conceptual model for cultural heritage definition and motivation. In *Revive the Past: Proceeding of the 39th Conference on Computer Applications and Quantitative Methods in Archaeology* (pp. 234-244). Amsterdam University Press.
- Grefte, X., & Simonnet, V. (2010). Les entreprises culturelles sont-elles soutenables. *Revue d'Economie Politique*, 120, 59-87.
- Grimwade, G., & Carter, B. (2000). Managing small heritage sites with interpretation and community involvement. *International Journal of Heritage Studies*, 6(1), 33-48.
- Harrison, R. (2013) 'Crowdfunding and the revitalisation of the early stage risk capital market: catalyst or chimera?', *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, Vol. 15, No. 4, pp.283-287.
- Holler, M. J., & Mazza, I. (2013). Cultural heritage: public decision-making and implementation. In *Handbook on the economics of cultural heritage*. Edward Elgar Publishing.
- Kleeman, F., Voß, G.G. and Rieder, K. (2008) 'Un(der)paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing', *Science, Technology and Innovation Studies*, Vol. 4, No. 1, pp.5-26.
- Mason, R., & Avrami, E. (2002). Heritage values and challenges of conservation planning. *Management planning for archaeological sites*, 13-26.
- Massolution (2015) 2015CF - The Crowdfunding Industry Report. New York: Massolution.
- Mydland, L., & Grahn, W. (2012). Identifying heritage values in local communities. *International Journal of Heritage Studies*, 18(6), 564-587.
- Moritz, A. and Block, J. (2014) 'Crowdfunding und Crowdinvesting: State of the Art der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur', *ZfKE*, Vol. 62, No. 1, pp.57-90.
- Nijkamp, P., & Riganti, P. (2008). Assessing cultural heritage benefits for urban sustainable development. *International Journal of Services Technology and Management*, 10(1), 29-38.
- Oteri A.M. (2009) *Rovine: visioni, teorie, restauri del rudere in architettura*. Roma: Argos
- Parkinson, M., & Bianchini, F. (Eds.). (1993). *Cultural policy and urban regeneration: the West European experience*. Manchester University Press.
- Ruijgrok, E. C. (2006). The three economic values of cultural heritage: a case study in the Netherlands. *Journal of cultural heritage*, 7(3), 206-213
- Snowball, J. D. (2013). The economic, social and cultural impact of cultural heritage: methods and examples. In *Handbook on the Economics of Cultural Heritage*. Edward Elgar Publishing.
- Soini, K., & Dessein, J. (2016). Culture-sustainability relation: Towards a conceptual framework. *Sustainability*, 8(2), 167.
- Unterberg, U. (2010) Crowdsourcing, In Michelis, D. and Schildhauer, T. (eds.), *Social Media Handbuch: Theorien, Methoden, Modelle*. Baden-Baden: Nomos Verlag, 121-135.
- Wenzlaff, K., Gumpelmaier, W. and Eisfeld-Reschke, J. (2012) *Definition von Crowdfunding*, <http://www.ikosom.de/2012/06/11/definitionvoncrowdfunding-beta/>, accessed on 01.08.2014.
- Yin, R. (2015). *Case study research: Design and methods*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Elena Borin
Finance Law and Control Department CEREN, EA
7477 Burgundy School of Business Université
Bourgogne Franche Comté, Dijon (France)
elena.borin@bsb-education.com

Luca Rossato
Dipartimento di Architettura, Università degli Studi di
Ferrara • Department of Architecture, University of Ferrara
luca.rossato@unife.it