

les panneaux d'exposition

Ils obéissent aux mêmes règles que tous les documents écrits qui se trouvent dans les lieux d'exposition, c'est-à-dire une mise en texte, une mise en forme et une mise en place. Ils se caractérisent par leur contenu, qui n'est pas uniquement textuel, leurs dimensions et leurs supports.

TYPOLOGIE

Les panneaux d'exposition se classent suivant différents critères, selon leur composition, leur fonction et leur niveau de communication. On distingue donc les panneaux textuels ou visuels (monocodiques), tels un texte d'introduction ou une carte géographique, des panneaux scriptovisuels (pluricodiques) qui regroupent des textes et des illustrations. Ces derniers donnent simultanément un texte à lire et des pages visuelles à regarder. De la même manière, les fonctions peuvent être très différentes d'un panneau à l'autre, comme le fait de signaler l'entrée de l'exposition, remercier les prêteurs, introduire le sujet, etc. De plus, le contenu pourra avoir pour fonction de décrire, d'informer, d'enseigner, d'interpréter, etc.

REALISATION

- La mise en texte : comme pour les étiquettes, cartels et notices, l'important réside dans l'intelligibilité du propos, sa concision et sa clarté. Le contrôle scientifique du contenu d'un texte est naturellement indispensable et une relecture professionnelle s'avère nécessaire pour vérifier l'orthographe et la syntaxe : les textes affichés dans une exposition doivent être rédigés dans une langue correcte.
- La mise en forme : le choix d'une typographie n'est pas innocent ; par ailleurs, l'adéquation du style avec le sujet est à rechercher, si, évidemment, la lisibilité est respectée. L'emplacement des pages visuelles ou illustrations (photos, dessins, cartes, diagrammes, etc.) est à prendre en

compte d'une manière particulière, car il ne faut pas oublier qu'un panneau n'est pas une page de livre et que sa lecture, son déchiffrement ne se fait pas spécialement du haut à gauche jusqu'au bas à droite.

FABRICATION

- Supports : les supports peuvent être des plus divers, tels le métal, le bois, le plastique, le textile, le papier, etc., et leur choix, de même que pour la typographie, devra non seulement prendre en compte les moyens techniques disponibles, leur coût, mais également, dans la mesure du possible, le sujet de l'exposition elle-même.
- Impression : liée au support et au budget, elle peut revêtir la forme d'une sortie laser d'ordinateur, d'une peinture/écriture murale, d'une photographie sur papier ou sur film, réversible ou non, d'un transfert, d'une photogravure, d'une sérigraphie, etc.
- Protection : si nécessaire, en fonction du support et de son exploitation, par la pose d'une plaque de verre minéral ou organique, d'une pellicule plastique (laminage à froid) ou par inclusion dans une résine (laminage à chaud).

EXPLOITATION

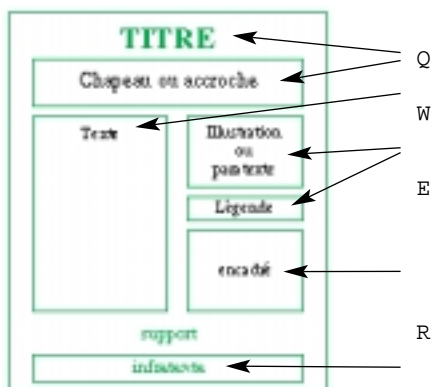
- Accrochage : un panneau n'a pas à être toujours plaqué verticalement sur une surface ; il pourra être accroché incliné vers le bas ou vers le haut pour en faciliter la lecture. Élément scénographique, il s'inscrira dans l'ensemble avec comme exigence la facilité de lecture, sans oublier que panneaux et affiches sont d'abord vus avant d'être lus. On prêtera attention à l'accrochage des panneaux dont le support est en verre transparent, car ils sont illisibles si les textes et illustrations ne se trouvent pas à proximité d'une surface opaque.
- Eclairage : faut-il ou non éclairer ce type de panneau, spécialement lorsqu'il voisine avec les objets de collection dont il ne constitue que le commentaire ? La question peut se poser et la réponse

s'avère parfois négative si l'éclairage ambiant est suffisant pour une bonne visibilité. Dans le cas contraire, l'éclairage direct par projecteur suit les mêmes règles que tout éclairage d'une surface : il faut maîtriser reflets et éblouissements. La rétroprojection, c'est-à-dire le fait de rendre le panneau lumineux, se révèle une bonne solution à condition d'en limiter la luminance (brillance). Un panneau lumineux peut se concevoir soit au moyen d'un éclairage diffus par l'arrière (tubes fluorescents + diffuseur), soit par la tranche du support fait d'un matériau transparent (au moyen de tubes fluorescents ou de dispositif à fibres optiques). En ce qui concerne les textes lumineux, il serait préférable d'utiliser une typographie sans Serif (empatement).

Exemple de typographie sur un panneau rétroéclairé :



Exemple d'organisation d'un panneau :



- Q Premier niveau de lecture, écrit pour être vu de loin : il donne le sens essentiel du contenu.
- W Second niveau de lecture, écrit pour être lu à proximité.
- E Joint au second niveau, qui, avec sa légende, doit suffire comme niveau d'information.
- R Niveau d'approfondissement.
- T Logo, réalisation, partenariat, droits de reproduction, sources, etc., mentions souvent indispensables légalement et que l'on trouve aussi dans les légendes.

Fournisseurs

Il existe partout en France des laboratoires photographiques spécialisés dans la conception de panneaux d'exposition, ainsi que de nombreux ateliers signalétiques, il est donc impossible d'en fournir une liste même non exhaustive, dans le cadre des *Muséofiches*.

Bibliographie

- WITTEBORG Lothar P., *Good Show, a Practical Guide for Temporary Exhibitions*, Smithsonian Institution, Washington, 1981, pp. 84-87.
- SERELL Beverly, *Making Exhibit Labels*, AASLH Press, Nashville, 1988 (1985, 1983), 117 p.
- MCMANUS Paulette, « Attention ! les visiteurs lisent vos textes dans les musées », *La Lettre de l'OCIM*, Dijon, 1992, pp. 11-17.
- MILLER Steven, « Labels », *Curator*, 33:2 AMNH, 1990, pp. 85-89.
- GOTTESDIENER Hana, « La lecture des textes dans les musées d'art », *Publics & Musées*, n°1, PUL, Lyon, 1992, pp. 75-89.
- AMPLITUDE - DMF, « Confection des cartels, notices et panneaux » et « Mise en place et éclairage des cartels, notices et panneaux », *Manuel d'accessibilité physique et sensorielle des musées*, DMF, Paris, 1992, pp. 30-35.
- GRISELIN Madeleine et al, *Guide de la communication écrite*, DUNOD, Paris, 1992, 325 p.
- KENDLEY Eric & NEGUS Dick, *Writing on the wall*, NMH, Londres, 1989.
- GUILLET Lise, JACOBI Daniel & POLI Marie-Sylvie, *Ecrire sur les murs*, OCIM, Dijon, 1993, 58 p. [traduction et adaptation de *Writing on the wall*].
- BLAIS Andrée et al, *L'écrit dans le média exposition*, musée de la Civilisation & société des musées québécois, Québec, 1993, 278 p.

Contact :

Jean-Jacques EZRATI, tél. 01 40 20 59 57.

la signalétique

La signalétique concerne les moyens qui, dans un espace intérieur ou extérieur, permettent au visiteur de se repérer, de suivre une direction, de trouver un service. Elle fait partie des éléments scriptovisuels qui ont leur place dans toute institution muséale, et, à ce titre, devra en suivre les mêmes règles.

PERTINENCE DE L'OPERATION

Avant d'envisager une nouvelle signalétique, comme pour toute action, il s'avère indispensable de se poser un certain nombre de questions : pourquoi ? pour qui ? où ? et enfin, comment ?

POURQUOI ?

La réponse est évidente et réside dans la définition même de la signalétique : signaler, diriger, indiquer tout lieu nécessaire au confort et à l'accueil (librairie, cafétéria, toilettes, ascenseurs, etc.), à la sécurité (issues de secours, extincteurs, plans d'évacuation, etc.), aux recommandations de courtoisie (photos sans flash, zone non-fumeurs, etc.). Il est donc important d'en dresser la liste.

POUR QUI ?

Pour le public, bien sûr ! Mais quel public ? Y a-t-il un ou des publics ? Des niveaux de lecture différents ? Des langues et des coutumes particulières ? La réponse à toutes ces questions est vraisemblablement analogue : oui. Mais contrairement aux autres éléments scriptovisuels, un seul produit convient ici, lisible par tous au même moment. On imagine d'emblée l'importance des pictogrammes, des textes à traduire, etc.

OÙ ?

Qu'il s'agisse de signalétique intérieure ou extérieure, ce n'est pas seulement le support qui change mais aussi son traitement typographique :

- à l'intérieur, les risques de dégradation sont moindres, la vision est rapprochée et l'architecture du lieu souvent très présente ;

- à l'extérieur, exposé aux intempéries, le support devra offrir toutes les garanties de solidité ; il est souvent vu de loin et dans un délai très bref (sur route).

COMMENT ?

Toutes les réponses apportées à ces questions aboutissent à l'élaboration d'un cahier des charges. Une fois ces éléments déterminés, il faut donc réunir une documentation et, surtout, voir non seulement des réalisations mais en connaître les évaluations ; savoir si ces réalisations sont positives ou négatives, et dans quelle mesure, au regard des objectifs annoncés dans le cahier des charges. Une certaine circonspection s'impose, car diverses réalisations, bien qu'esthétiques, ne remplissent pas leur fonction, la signalétique n'étant pas un objet de création artistique, même si créativité et imagination peuvent compléter un savoir-faire.

LA REALISATION

- Le texte, réduit au minimum, obéit à plusieurs impératifs : être indicatif, clair et compréhensible par tout visiteur quelle que soit sa culture ou sa langue. Les pictogrammes se révèlent donc d'une grande utilité pour résoudre ces difficultés de compréhension internationale. Ceux liés à la sécurité des personnes (signalétique d'évacuation) obéissent à des normes bien précises.
- La typographie doit être sobre, voire neutre, et surtout offrir une lisibilité parfaite (contraste lettre/fond, empiètement ou non, graisse, etc.).
- L'impression des textes et des pictogrammes sera réalisée en tenant compte du support et des données budgétaires. Il existe un large éventail de possibilités : lettres imprimées, lettres de transfert, gravure chimique ou mécanique, anodisation, sérigraphie, etc.
- Tous les supports peuvent convenir pour la signalétique intérieure, à condition de

MATERIAUX	INTERIEUR	EXTERIEUR	OBSERVATIONS
le bois	oui	oui	avec traitement adéquat pour l'extérieur (vernis, laques, etc.)
la tôle émaillée	oui	oui	craint les chocs à l'extérieur
l'aluminium anodisé	oui	oui	toutes les couleurs sauf le blanc
l'acier inoxydable	oui	oui	généralement monochrome
la lave émaillée	oui	oui	onéreux
le verre	oui	oui	gravure ou transfert sur la face interne et contre un fond opaque ou dépoli
le polyester	oui	non	tendance à l'abrasion
le polycarbonate	oui	non	attention à l'abrasion et au jaunissement

prendre en compte que celle-ci doit généralement durer et s'entretenir facilement.

- L'emplacement des éléments de signalétique est choisi en fonction de l'endroit présumé où le visiteur peut se poser une question sur le choix d'une direction ou d'une opportunité. Pour la signalétique d'évacuation, le choix n'existe pas, c'est la norme en vigueur qui en détermine la place.
- L'éclairage peut être intégré ou non. Il ne faut pas oublier que la signalétique doit être seulement vue, et qu'il ne s'agit pas de la « mettre en valeur », tel un objet de collection ou d'occuper, voire de « parasiter » l'environnement.

Bibliographie

- RUPPLI Catherine, *Annuaire des fournisseurs des musées*, OCIM, Dijon, 1994, 291 p.
- OBERMAYER Jacqueline et REMOND André, *Guide de l'éclairage-enseigne-signalétique*, numéro hors série de *Décors et Lumière*, Edition de l'Amandier, Paris, 1995, 88 p.
- FEVRIER Gilles, « La signalétique sur le lieu d'accueil des musées : être lu sans être vu », *Publics & Musées*, n° 4, PUL, Lyon, 1995, pp. 105-106.

Contact :

Jean-Jacques EZRATI, tél. 01 40 20 59 57.

MISE EN ŒUVRE

Si une vitrine joue un rôle de protection vis-à-vis des objets qu'elle contient, elle est aussi un élément significatif en muséographie, par le

simple fait de sa présence. Protéger un objet, c'est dans ce cas le retirer de l'environnement immédiat, le mettre sur un autre plan, lui donner un statut particulier, le mettre en valeur. Cet effet peut être réduit si la vitrine s'intègre complètement dans la scénographie par ses dimensions, sa couleur, ses matériaux, son habillage et son emplacement.

Fournisseurs

- APIMEX : 1, place de la Liberté, 92252 La Garenne-Colombes cedex, tél. 01 47 84 92 65
- BROT : 99, rue du Faubourg-du-Temple, 75010 Paris, tél. 01 42 0814 90.
- EURALUX : 196, rue Carnot, 94122 Fontenay-sous-Bois, tél. 01 48 76 93 44.
- GRIVOIS : 81, rue des Archives, 75003 Paris, tél. 01 42 72 14 17.
- PERRIERE : 31, avenue du Général Leclerc, 92100 Boulogne, tél. 0148 45 92 23.
- SARAZINO : 639, chemin du Fassum, quartier Vaumarre, 06250 Mougins, tél. 04 93 45 29 59.
- VERALBANE : 149, rue Montmartre, 75002 Paris, tél. 01 42 21 00 00.

Bibliographie

- C.C.I, *Index du mobilier et du matériel muséologique - Vitrines*, centre Georges-Pompidou, Paris, 1977
- de GUICHEN Gaël, KABAOGLU Cengiz, " Petit Guide de la vitrine ratée ", *Museum*, n° 146, XXXVII:2, Unesco, Paris, 1985, pp 64-67.
- ERI Istvan, " Un court historique des vitrines, 6 *Museum*, n° 146, XXXVII:2, Unesco, Paris, 1985, pp 71-74.
- GARDNER Georges S., " vitrines anciennes : rebut ou recyclage ? ", *Museum*, n° 146, XXXVII:2, Unesco, Paris, 1985, pp 74-78.
- Roland Kaehr, Le " rhaker " que tout le monde attend, *Objets prétextes, objets manipulés*, MEN, Neuchatel, 1984, pp 9-12.

Contact :

Jean-Jacques EZRATI, tél. 01 40 20 59 57.