



LES CARTELS DANS UN MUSÉE DE FRANCE



Première publication : 1998
Mise à jour : 31 juillet 2025

Que ce soit pour une exposition permanente ou temporaire, l'identification de l'œuvre ou de l'objet, constitue un impératif. Le cartel permet de donner aux visiteurs, les informations essentielles pour situer et comprendre les œuvres.

Les cartels font l'objet d'une attention particulière dans les musées car ils constituent une étape élémentaire et essentielle dans le processus de médiation entre les collections et le public.

Qu'est-ce qu'un cartel ?

Le cartel est un texte court, placé au plus près de l'œuvre. Il permet d'identifier le nom de son créateur, son titre ou sa dénomination, sa provenance, ses matériaux et techniques, son mode d'entrée en collection, son numéro d'inventaire. En réalité, plutôt que de parler d'écrit, il est préférable d'employer le terme scriptovisuel, car un texte affiché est d'abord vu, comme une image, puis lu. Leur production demande des compétences variées dans le domaine de la mise en texte (rédaction des contenus), de la mise en forme (conception et réalisation graphique) et de la mise en place (installation et pose).

La réalisation des cartels requiert des moyens humains et budgétaires, comme tous les autres textes affichés dans les expositions.

La mise en texte – Rédaction

Elle revient à l'équipe scientifique de conservation. La connaissance du sujet est un préalable. La mise en texte commence par la définition des objectifs de médiation, c'est-à-dire par le choix du niveau d'information que l'on souhaite partager avec public. Le cartel permet en premier lieu d'identifier l'objet ou de le décrire mais il peut aussi constituer une aide à l'interprétation et à la connaissance pour l'apprécier. Il ne se substitue pas pour autant aux textes de salle plus développés.

Certains musées sollicitent des comités d'usagers pour une relecture des cartels afin de vérifier la compréhension des textes. Ainsi le musée des beaux-arts de Lille a fait relire par une dizaine de personnes d'horizons différents, l'ensemble des cartels du département du Moyen-Age.

Une typologie de cartels peut être envisagée : simple, développé, groupé, figuré, etc. L'objectif est de partager des clés de lecture en fonction de l'importance donnée à une œuvre exposée. Leur rédaction constitue un exercice contraint : clarté, concision, phrases simples et courtes, évitant un vocabulaire professionnel ou complexe, sont des gages d'intelligibilité.

Le principe des FALC (textes et contenus faciles à lire et à comprendre), développés pour s'adresser à un plus large public est tout à fait applicable aux cartels.

Néanmoins, si la concision définit traditionnellement le cartel, des institutions de plus en plus nombreuses s'engagent dans de véritables chantiers d'écriture ou de réécriture de cartels dits « développés » de leurs collections permanentes ou d'objets présentés en exposition temporaire. Au-delà de l'identification de l'objet exposé, ce type de cartel, doté d'un texte nécessairement plus long, remet en contexte l'objet présenté en explicitant par exemple la place particulière qu'il tient au sein de la collection, sa provenance archéologique ou historique, sa matérialité, son mode d'entrée dans les collections ou bien encore en livrant des clés de lecture de l'œuvre qui guident le visiteur (composition, iconographie, etc.).

Les cartels peuvent être utilisés pour développer de nouvelles formes de médiation, incluant par exemple le point de vue d'habitants ou d'écrivains (musée du Havre). Ils peuvent venir souligner certains aspects de l'histoire de la collection (Fig. 1)



Fig.1 Cartel du musée Girodet à Montargis, signalant les œuvres touchées par l'inondation du 31 mai 2016 et restaurées
(Cliché : Agnès Lepicard)

Les cartels, dédiés au jeune public (Fig.2), peuvent être accompagnés d'un livret-jeu sous forme d'enquête ou de quizz. Même s'ils s'adressent aux enfants, ces textes sont également souvent lus et appréciés par les adultes. Leur positionnement doit être adapté à ce public sans entrer en conflit avec les autres modes de médiation textuelle.



Fig.2 Cartel pour enfants et familles, musée du Louvre-Lens, dans l'exposition *Pologne* - 25 septembre 2019 – 19 janvier 2020
(Cliché : Laura Quaranta)

Même si une majorité des publics n'y prête pas attention, les numéros d'inventaire ont une importance. Ils sont surtout utiles pour l'équipe de conservation et permettent une meilleure gestion interne des collections (traçabilité, récolement, constat d'état, etc.). Ils facilitent les recherches éventuelles des spécialistes.

La traduction, en une ou plusieurs langues, du texte du cartel aura un impact sur le support et la densité du texte. Il faut alors distinguer les différentes langues pour équilibrer la quantité des contenus rédactionnels. En général, seuls les textes de salles sont traduits. Des outils d'aides à la visite, numériques ou papier, peuvent permettre au public étranger d'appréhender l'ensemble des contenus du parcours de l'exposition, y compris des cartels.

La mise en forme – Graphisme

La dimension des supports graphiques et le nombre de signes (généralement entre 150 à 500) sont ensuite définis par la maîtrise d'œuvre scénographique et graphique qui fournit alors une charte graphique. Celle-ci doit allier créativité et accessibilité universelle. Elle veille à la bonne hiérarchie des niveaux de lecture (cartel simple, cartel développé, texte de salle...) et à la cohérence globale de ces différents dispositifs.

Lorsque de nouveaux aménagements muséographiques ont lieu, il convient de maintenir une unité globale pour les cartels. Les différentes générations de cartels qui peuvent cohabiter à la suite de reprises successives du parcours muséographique, nuisent à la compréhension des informations par le public et à la qualité muséographique de l'ensemble.

Le choix des caractères (police), de leur épaisseur (graisse), du corps (points), de l'empattement, du support, de la couleur des textes comme des fonds contribuent à la lisibilité du texte. Il en va de même de la ponctuation, de la longueur des lignes, de la construction des paragraphes et de leur hiérarchisation.

Il est fortement conseillé de procéder à des essais à l'échelle 1 afin de tester la lisibilité et l'intelligibilité du dispositif avant sa validation et sa réalisation.

L'esthétique du graphisme ne doit pas être une entrave à la lecture. De même, il est important de veiller à des contrastes suffisants et des formes simples pour un confort de lecture et une accessibilité universelle à tous les publics.

Des cartels en Braille peuvent être édités pour les mal voyants (Fig.3), complétés par des ressources sonores (audioguide).



Fig.3 Cartel en braille et en écriture visible à la Laiterie de Rambouillet (Cliché : Julie Corteville)

Pour la conception et la réalisation d'un parcours permanent, dans un souci de développement durable, il faut veiller à ce que les supports graphiques et la police de caractère puissent être changés facilement, de préférence en interne par les équipes pour ne pas occasionner un coût trop important. (Fig.4)

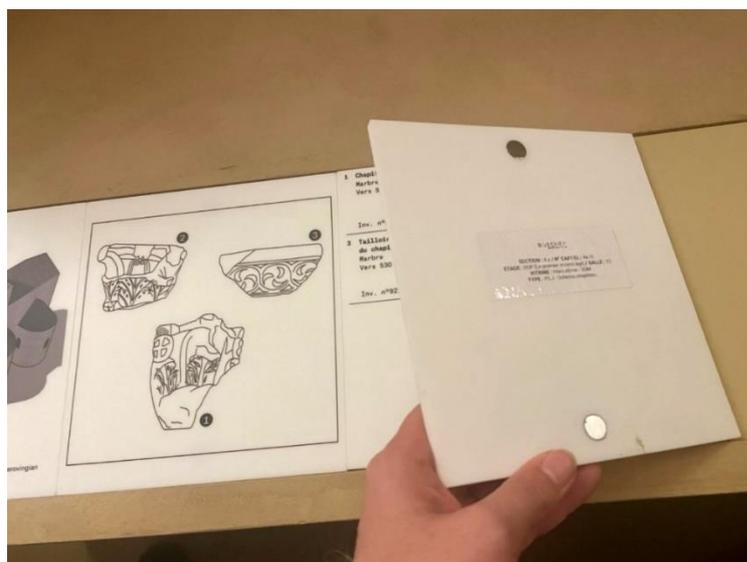


Fig.4 Cartel évolutif avec aimant au musée Dobrée à Nantes (Cliché : Agnès Lepicard)

Du cartel groupé au cartel numérique

Les cartels groupés sont adaptés pour des petits objets ou des ensembles d'objets. Au-delà de cinq objets, les allers-retours constants cartel/objets deviennent un facteur de fatigue visuelle supplémentaire. Il faudra alors privilégier un cartel avec la silhouette dessinée des objets, ou leur photographie pour que le visiteur ait une vision d'ensemble.

Les objets sont alors repérés par un marquage graphique numéroté qui renvoie au cartel. Le cartel numérique se développe actuellement pour les *period rooms* ou les reconstitutions (Fig.5). Il permet de zoomer sur chaque objet et d'obtenir davantage d'informations.



Fig.5 Cartel numérique au château de Breteuil (Cliché : Nelly Breton)

De même, les QR codes imprimés sur les cartels (Fig.6) permettent d'avoir un contenu plus développé lors de la visite ou après la visite, sans pour autant surcharger le cartel.



Fig.6 Cartel numérique au musée de Vévey (Cliché : Julie Corteville)

Il est important de veiller à la maintenance d'exploitation des cartels numériques. Le choix d'un matériel de bonne qualité est conseillé pour une meilleure durabilité et un réemploi. L'intégration de l'équipement audiovisuel est essentielle. Fils et branchements doivent être dissimulés par souci de sécurité et d'esthétique.

La mise en place – Pose

Le positionnement du cartel et sa mise en espace doivent être anticipés en étroite collaboration avec les scénographes au même titre que tous les autres éléments de la scénographie.

A proximité immédiate de l'objet et en respectant sa visibilité, le cartel est disposé toujours du même côté (autant que possible). Il est affiché plus bas que l'axe de vision et à environ 1 m de hauteur du sol. La régularité de son positionnement le fera disparaître psychologiquement tout en facilitant le processus de lecture.

Pour être lisible, le cartel ne peut pas se trouver dans l'ombre, voire dans l'obscurité. Certains cartels sont rétroéclairés par souci esthétique ou de visibilité (Fig.7).



Fig.7 Cartels rétro-éclairés au musée Courbet à Ornans (Cliché : Agnès Lepicard)

Les cartels placés sur un pan incliné assurent un confort de lecture optimal pour l'ensemble des publics. Le report d'une photo de l'œuvre en vignette est conseillé quand plusieurs œuvres sont présentées sur un même mur ou cimaise (Fig.8).



Fig.8 Cartel incliné, musée Dobrée à Nantes (Agnès Lepicard)

Le bon sens doit prévaloir dans tous les cas de figure.

Pour aller plus loin

- Guide pratique : [Exposer des objets photographiques : rédiger des cartels](#), DIRI, Direction générale des patrimoines et de l'architecture – mars 2025 (Site consulté le 23/07/2025)
- « [Cartels de musée, nouvelle ère, nouvelles écritures](#) » IN Journal des Arts, Christine Coste, 4 juillet 2025. (Site consulté le 23/07/2025)
- Marie-Dominique GIL « [D\)écrire les œuvres : histoires, enjeux et expérimentations autour des cartels](#) ». Variations patrimoniales. Le carnet de l'INP.10 janvier 2025 (Site consulté le 23/07/2025)
- Blog du Musée d'art et d'histoire de Genève, « [Cartel. Le syndrome du majordome](#) », Bertrand Mazeirat, novembre 2013 (Site consulté le 23/07/2025)
- Le jeune public au musée, C. Merleau-Ponty, L'Harmattan, 2020 : nombreux exemples concrets de cartels enfant
- La Lettre de l'OCIM n°132, « [De l'utilité du « texte enfant » au musée](#) », Amandine Duclos, Franck Philippeaux, Marie-Sylvie Poli, novembre-décembre 2010
- La lettre de l'OCIM n°110, « [Le jonglage objet-cartel](#) », A.-S. Grassin, mars-avril 2007
- [Sélection de photographies de cartels en situation](#) (Site consulté le 23/07/2025)