

## LES 3 BLOCS, SANS LES MÉLANGER

<b>Identification</b>	Créateur, titre ou dénomination, date, matériaux et techniques, provenance, numéro d'inventaire. Le même ordre sur tout le parcours.
<b>Médiation</b>	Le contexte de l'œuvre, une clé de lecture, un détail à regarder. La première phrase porte l'essentiel.
<b>Crédits</b>	Mode d'entrée en collection, donateur, droits de la photographie. En dernier, en plus discret.

## LES REPÈRES CHIFFRÉS

**150 à 500 signes** en tout · texte de médiation : **50 à 60 mots** · première phrase : **16 mots maximum** · une idée par phrase

## LES 6 GESTES QUI CHANGENT UN CARTEL

- L'information la plus importante en premier. Le visiteur pressé ne lira que cette phrase.
- Des phrases courtes et actives. Le visiteur lit debout, souvent à plusieurs.
- Chaque terme technique expliqué à sa première apparition. Un mot obscur fait décrocher.
- Dirigez le regard vers un détail visible. Ne décrivez pas ce que chacun voit déjà.
- Pas de jugement creux (« magnifique », « incontournable ») : des faits précis.
- Assumez l'incertitude : « attribué à », « sans doute ». Les visiteurs apprécient l'honnêteté.

## AVANT D'IMPRIMER

- Lisez le cartel à voix haute. Si vous butez, le visiteur butera.
- Faites-le relire par quelqu'un qui ne connaît pas le sujet, ou par un comité d'usagers.
- Vérifiez que le texte correspond à ce que le visiteur voit réellement, une fois l'œuvre accrochée.
- Pour un public encore plus large, les principes du FALC s'appliquent très bien aux cartels.

Repères issus de deux références publiques : « Les cartels dans un musée de France », Service des musées de France (mise à jour juillet 2025) et « Writing Gallery Text at the V&A: A Ten Point Guide », Victoria and Albert Museum (2018).  
Mémo proposé par Gidmi, l'outil de médiation des lieux culturels. Votre cartel reste à relire et à valider par votre équipe.