

signé

JACMO



un
graphisme **brut**
pour un
théâtre **populaire**

du 18.05 au 14.12.2019

**MAISON
JEAN VILAR**

8, rue de Mons - Avignon
maisonjeanvilar.org

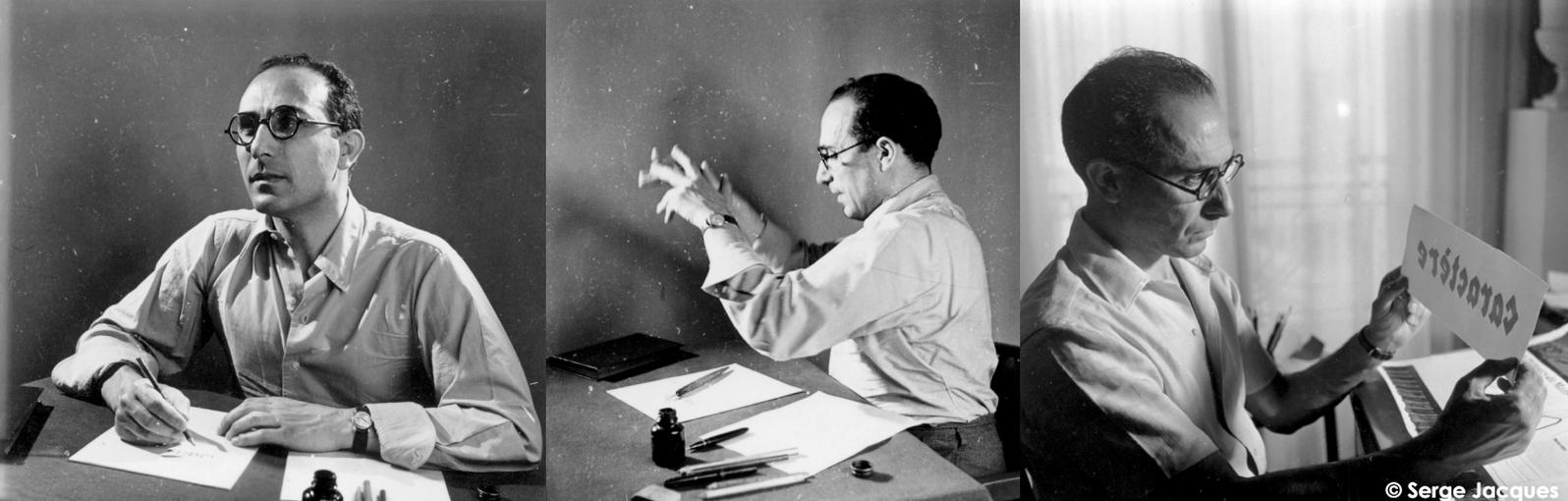
TON du Rouge.

TON du Bleu

© Marcel Jacno

Sommaire

Signé Jacno	3
Un graphisme brut pour un théâtre populaire	
Jacno - l'amour de la lettre	6
Jacno - pour un théâtre de haute culture à bon marché	7
Jacno - trois clés pour une légende	9
Jacno - l'affiche, reine de la rue	10
Jacno - des ailes bleues	12
Maison Jean Vilar	14
Informations pratiques	15



© Serge Jacques

signé

JACNO

Un graphisme **brut**
pour un théâtre **populaire**

Il y a trente ans, disparaissait Marcel Jacno.

Il a trente ans, la toute jeune Maison Jean Vilar lui rendait hommage en exposant ses réalisations pour le TNP.

Il y a soixante ans, Raoul-Jean Moulin, critique d'art pour le magazine Les lettres françaises, titrait un article « Connaissez-vous Jacno ? Imagier de notre temps ».

La même question pourrait être posée aujourd'hui.

Et il suffirait de montrer certains de ses travaux pour entendre :

« Mais oui, évidemment ! C'est lui... Jacno ? J'adore ! »

Parce que ses créations, ses objets sont entrés dans nos poches, nos maisons, nos rues, nos vies ou plutôt celles de nos parents, de nos grands-parents et par naturelle propagation, dans les nôtres.

Il y a plusieurs Jacno chez cet artiste de toutes les compositions.

Il y a Jacno, l'homme de caractères.

Graphiste, typographe amoureux des lettres, il a dessiné des alphabets pour nombre de projets qu'il menait. Certains restent inédits mais les plus célèbres ont fait les beaux jours des réclames de magazines, des programmes de cinéma et de théâtre, comme le Film, le Scribe, le Jacno ou le Chaillot créé pour le TNP.

Il y a Jacno, l'homme qui s'affiche.

À la fin des années 20, Jacno travaille pour le cinéma. Il signe des affiches pour des films de Charlot, La valse de l'adieu avec Marie Bell et Pierre Blanchar, Loulou de Pabst qu'il charbonne du célèbre visage de Louise Brooks. À cette époque, Jacno a déjà exercé son talent de dessinateur en illustrant de caricatures les articles que son ami d'enfance, Pierre Lazareff, écrivait pour le journal Le soir.

Au cours des années 30, il commence à travailler pour le théâtre. Il compose affiches et programmes pour le théâtre des Ambassadeurs, l'actuel Espace Cardin. Mais c'est en 1951 que



© Marcel Jacno

lui sera donné la possibilité d'exercer pleinement son remarquable talent. Il rencontre Jean Vilar qui lui demande de signer l'image de marque de son tout nouveau Théâtre National Populaire. Fort du succès de son apport à la notoriété du TNP à Chaillot ou à Avignon, il continuera de contribuer à l'identité visuelle de nombreux autres grands théâtres parisiens comme l'Alhambra, le théâtre des Nations, l'Opéra, la Comédie-Française, le TEP, l'Athénée Louis Jouvet ou les Bouffes du Nord...

Il y a Jacno, l'homme qui emballe.

C'est pour le plaisir que Jacno commence à créer des emballages pour la Seita dans les années 30. Et c'est en 1935 qu'on lui demande d'actualiser le paquet de Gauloises. Il en finalisera le graphisme et le conditionnement en 1947. Usage peu commun à l'époque mais géniale intuition, il le signe. Ce qui lui vaudra de devenir, comme il le dit lui-même, le « recordman des multiples » puisque par ce simple paquet, sa signature est alors imprimée à un milliard et demi d'exemplaires par mois.

Emballage, conditionnement, flaconnage, Jacno travaille au fil des ans pour des marques prestigieuses : les parfums Revillon et Guerlain ou les cosmétiques Harriet Hubbar Ayer, les alcools Courvoisier et Cinzano pour lesquels il fait, comme à chaque fois, de nombreuses recherches plastiques. Parfois, après de nombreuses esquisses, un geste simple résout la demande. Il lui suffit d'agrandir le Z central de Cinzano pour donner à son étiquette rouge et bleue le rythme visuel impertinent qu'on lui connaît encore.

Il y a Jacno, l'homme à la page.

De la typographie, découle naturellement pour Jacno, la mise en page.

Ce domaine loin de lui déplaire est celui de la contrainte : clarté, rythme, identité et comme toujours composition.

Il fait la mise en page complète de nombreux ouvrages. C'est le cas de La Bible du Club bibliophile de France sur laquelle il travaille pendant quatre ans.

Pour Chanel, Lip, il met en page des encarts publicitaires pour les magazines.

Il conçoit la formule de l'Observateur, de France soir et la manchette des journaux Ici Paris, Radar ou Détective. Il compose, par ailleurs, la ligne d'ouvrage de nombreuses revues de théâtre, ainsi que des sigles, labels et jaquettes de livres pour des maisons d'édition : Julliard, Denoël, Pierre Horay, Hachette. Certaines de ces jaquettes sont entrées dans l'histoire de la littérature comme la couverture aux filets verts de Bonjour tristesse de Françoise Sagan, publié en 1954.

Qui ne connaît pas Marcel Jacno ? devrait-on dire.

Comme beaucoup d'artistes de l'ombre, ses œuvres sont plus célèbres que son nom.

Des œuvres qui sont des objets du quotidien : des livres, des parfums, des cigarettes, des affiches...

C'est un art de l'utile, un art du proche et de l'ordinaire.

C'est un art savant et appliqué au propre comme au figuré.

Son art est un art de l'intime qui habille de mythologies minimales la vie de chaque jour.



L'art d'un homme paradoxal à la fois fulgurant et méticuleux, timide et téméraire, moderne et élémentaire, Jacno qui savait travailler pour un théâtre populaire et pour une marque de cosmétiques, pour les éditions de l'Arche et pour Détective, pour les parfums Guerlain et les nylons Nylfrance, pour les vins Primior et les cognacs Courvoisier.
Cet art, c'est l'homme à son travail qui peut le mieux nous le faire ressentir.

C'est pourquoi nous avons choisi de montrer non seulement ses projets finalisés mais, aussi et surtout, ses premières esquisses, ses travaux préparatoires bruts, libres et féconds.
C'est peut-être dans ses études, ses innombrables maquettes, ses collages, ses bromures et ses calques retouchés, scotchés puis repeints, ses études rudimentaires, ses brouillons admirables qu'on est au plus proche de son souffle inventif.
C'est probablement dans ces commencements là, qu'apparaît encore, la présence de son geste.

- Jean Pierre Moulères, commissaire de l'exposition

Commissariat et scénographie
Jean-Pierre Moulères
assisté
d'Adrian Blanchar, Alice Cuenot et Julia
Gensbeitel Ortiz
Graphisme d'exposition
alouette sans tête - Tiphaine Dubois
Lumières
Nicolas Gros
Tirages et impressions
ateliershl - Sunghee Lee
Construction et montage
Francis Mercier
assisté de Nicolas Gros et Alice Cuenot
Production
Association Jean Vilar

Remerciements
Corine Juresco, Éric Pascalis, Olivier
Jourdan, Isaline Rivery, l'association Les
amis de Marcel Jacno



L'amour de la lettre

*Et voici que s'avancent des formes toutes nouvelles
qui sont peut-être le réveil de pensées très anciennes.*

- Jacno

Jacno est avant tout un amoureux de la lettre, c'est la base de tout son travail, de toutes ses recherches. Pas un projet d'envergure sans qu'il ne dessine l'alphabet qui parlera pour lui. Il a publié sept caractères mais ses archives comportent des trésors typographiques dont certains travaux n'ont, peut-être, jamais été utilisés.

Jacno cherche de nouvelles formes de lettres par conviction et par plaisir.

Il y a toujours un nouvel alphabet qui lui trotte dans la tête, qui lui démange dans les doigts. Jacno parle de la joie que procure l'occasion d'inventer un caractère, de celle qu'il goûte quand l'invention se précise dans sa pensée.

Le nom qu'il leur trouve exprime déjà leur silhouette, leur personnalité.

Elzévir musclé, Nouveau monde, Hippocrate, Brantôme, Onyx, Élysée, Hercule...

Et puis le Film, bien sûr, première composition de Jacno, qu'il crée après avoir ressenti un vrai choc en découvrant, accroché au mur du cabaret Le bœuf sur le toit, le caractère Bifur dessiné par Cassandre. Il éprouve alors l'impérieuse envie d'en faire autant. Après plusieurs mois de travail, il présente ses dessins à Charles Peignot, fondeur de caractères qui les accepte aussitôt. C'est le début d'une longue histoire.

Le Scribe, qu'il crée ensuite, est radicalement différent. Il souhaite trouver dans cet alphabet, la spontanéité de l'écriture courante et pour être sûr de rester dans le vrai, il utilise et retravaille sa propre écriture. C'est un style parlé qu'il cherche pour faire entendre les slogans qu'on lit sur les affiches. Nous sommes dans les années trente, le Scribe est l'instantané de l'écriture moderne, celle de la réclame.

Après la guerre, Jacno publie un nouveau caractère, c'est le Jacno. Il cherche encore ici, à puiser aux sources mêmes du geste d'écrire. Il joue avec casses, comme on le fait souvent quand on écrit, agrandissant certaines minuscules, leur conférant alors le statut de capitales. Ce caractère qui porte son nom, sera très utilisé pendant les années cinquante pour titrer les encarts publicitaires.

Son talent et l'expérience acquise l'amène à enseigner dans de prestigieuses écoles et à publier un ouvrage dont le titre rend tangible son rapport presque charnel à la typographie Anatomie de la lettre.

Alors que, pendant la guerre, il est incarcéré à Fresnes, sans rien pour pouvoir écrire, il pense, élabore déjà ce que sera la matière de ce livre.

C'est à l'âge de soixante dix sept ans qu'il décide de soutenir une thèse sur le sujet à la Sorbonne. L'histoire ne s'arrête pas, la typographie non plus.



Pour un théâtre de haute culture à bon marché

*Avec le Chaillot, alphabet de forme inattendue,
j'ai voulu que les titres prennent la vedette
et fassent image dans les imprimés.*

- Jacno

Quand, en 1951, Jacno rencontre Jean Vilar par l'entremise de Léon Gischia, il ne faut pas moins - pas plus - de deux longs entretiens pour passer en revue tous les thèmes autour desquels doivent s'organiser ses recherches.

Gischia, par son travail de scénographe, a déjà donné le ton : franchise des couleurs, radicalité des formes.

Il s'agit alors de théâtre de grandeur à la portée des petites bourses.

Vilar entend donner à ses spectacles un caractère spécifiquement nouveau : suppression de la rampe qui fait barrière entre le public et la scène, nudité du plateau animé par le seul jeu des lumières. Pour annoncer cette formule révolutionnaire, il fallait des moyens appropriés, une brutale simplicité.

Tout d'abord, faire en sorte que les mots « théâtre », « national » et « populaire » reprennent leur vrai sens. Jacno commence par remplacer ce nom de vingt quatre lettres par un sigle de trois : TNP puis trouve un style graphique d'évocation révolutionnaire.

Une des ambitions de Vilar étant de déplacer son entreprise comme un cirque itinérant, Jacno imagine costumes et dispositifs scéniques voyageant dans des caisses marquées au tampon de l'emballleur. Il dessine alors son alphabet en lettres pochoirs qu'il inscrit dans un ovale assimilable à un cachet. Ce label devant frapper les prospectus, les livrets mais aussi et surtout les affiches, Jacno donne alors aux lettres un tracé irrégulier qui rappelle la rusticité des imprimés de la révolution. Ce savant travail à main levée, porté à l'échelle de la rue fait vibrer la lettre et en accroît sa puissance de suggestion. Le tampon TNP est né.

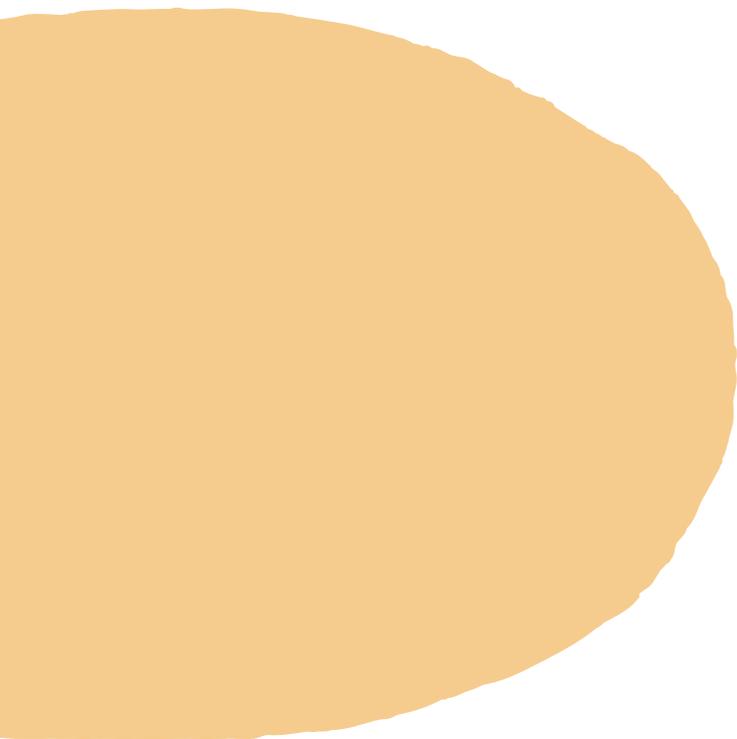
Ainsi par sa typographie et ses aplats de couleurs pures, violemment caractéristiques, un céruleum et un rouge orangé, l'image de marque du TNP est d'une efficacité jusqu'alors réservée au graphisme publicitaire. Pour Jacno, l'image est comme un signal, une injonction saisissable en un instant. Dans un premier temps, effet de choc ! Mais l'affiche doit aussi remplir son office de près. On doit pouvoir recueillir toutes les informations utiles sur la distribution, les tarifs et prestations spécifiques au TNP.

C'est en s'inspirant des mêmes principes que Jacno conçoit la présentation des différentes publications gravitant autour du TNP jusqu'aux jaquettes de disques et aux couvertures des collections du répertoire. Il habille les camions, remorques et autocar de la troupe, essentiels au projet vilarien car la troupe n'a pas de maison, elle joue à Chaillot incidemment mais doit se déplacer et aller jouer à domicile, répète Jean Vilar.



© Marcel Jacno

Ainsi, se répand le style typographique du TNP, répondant aux multiples raisons qu'il a de s'exercer : façades du théâtre de Chaillot, aménagement intérieur, librairie, murs de la ville et routes d'Europe. La mythologie du TNP aussi, est en route.





© Marcel Jacno

Trois clés pour une légende

Ce qui m'amuse c'est d'avancer.

- Jacno

Pour Jacno, il semble que les choses vont souvent par trois.

Trois médaillons pour l'affiche de lancement du TNP.

Trois principes fondateurs de son travail de graphiste pour le théâtre.

Une bonne image de marque doit :

- Être assez facile à retenir pour s'imposer à l'indifférence d'un public trop sollicité – déjà !
- Être suggestive pour prévenir le lecteur du genre d'information sur lequel son attention va être attirée
- Être extrêmement personnelle pour se distinguer aisément des entreprises analogues donc concurrentes.

Trois clés pour Avignon.

À partir de 1954, le TNP assure entièrement l'organisation du Festival, Vilar a besoin d'une affiche ayant force de label. Il demande donc à Jacno de travailler à un projet dans la veine de la charte graphique du TNP.

Curieusement, la maquette est reçue par Vilar avec surprise et sans enthousiasme. Pourquoi trois clés ? Il ne lui semble pas qu'elles représentent au mieux son théâtre de combat et la communion populaire qu'il défend. Symbole de la seigneurie et du pouvoir pontifical, les trois clés sont le blason de la ville.

Le choix des projets entre Vilar et Jacno se fait toujours en tête à tête. Au cours de leurs premières entrevues, Vilar a bien exprimé son désir : « il faut que ça crache ! ».

Jacno finit par le convaincre en argumentant sur la simplicité du symbole et sa facilité de mémorisation.

Il reprend les lettres au pochoir du caractère Chaillot dont l'âpreté épouse très naturellement les couleurs en aplat. Les trois clés dans ce cadre, se jouent de toute interprétation, entre jeux d'enfants et rituel magique, elles contribuent rapidement à la fabrication d'une identité collective souhaitée par Vilar.

Comme pour le TNP, Jacno décline cet emblème avec bonheur jusque sur les oriflammes qui, avec les trompettes de Maurice Jarre, ajoutent de la splendeur au rituel avignonnais.

Pour le vingtième anniversaire du festival, Jacno redessine les trois clés.

Mais Vilar souhaite une nouvelle image où le A d'Avignon prendrait le pas sur le mot Festival. L'affiche dessinée en 1967 marque une nouvelle ère : Vilar ouvre le Festival à d'autres compagnies, à d'autres arts que le théâtre.

Le A ne résiste pas au pouvoir des trois clés qui reviennent dès l'année suivante.



DIRECTION JEAN VILAR

THÉÂTRE NATIONAL DU PALAIS DE

CHALLOT

© Marcel Jacno

L'affiche, reine de la rue

*L'artiste est un explorateur.
Lorsqu'il se plie à un art appliqué,
il n'est pas obligé d'abandonner l'innovation.
Il peut être l'art vivant.*
- Jacno

Par sa collaboration avec Jean Vilar, Jacno a créé plus qu'une image de marque, il a synthétisé l'esprit TNP auquel le public s'identifie. Dépourvu de fioritures inutiles, rapidement adopté et parfaitement durable selon un de ses principes de base : l'essentiel ne se démode pas. Ce travail révèle la quintessence de ses intentions.

Le succès de cette entreprise amène Jacno à travailler pour d'autres théâtres et lieux de spectacles. Il devient même un graphiste incontournable, travaillant des années 50 aux années 80 avec les maisons les plus prestigieuses du spectacle vivant.

Pour l'Alhambra, célèbre music-hall parisien qui voit, à l'époque, passer toutes les têtes d'affiches du cabaret, il va, comme presque chaque fois par la suite, inventer un alphabet qu'il dessine avec un soin remarquable. Ses nombreux travaux préparatoires précis, corrigés, signés et consignés en témoignent. Comme pour le TNP, il va chercher par la lettre à figurer l'essence même du lieu.

Il est, ensuite, sollicité par l'ancien secrétaire général du TNP, Claude Planson qui vient de cofonder le Théâtre des Nations, (C'est une innovante) vitrine du théâtre international (où le public vient découvrir le Kabuki, l'Opéra de Pékin ou le Berliner Ensemble).

L'affiche doit faire signal. Il invente pour ce théâtre cosmopolite et fraternel un nouveau drapeau. Il en choisit les couleurs, (s'assurant que ce drapeau n'existe pas encore) Ce sera celui des théâtres du monde : orange, jaune et vert. L'empreinte noire du théâtre Sarah Bernhardt qui accueille les spectacles, vient sobrement impacter ces aplats sommaires et joyeux. Le geste brut du peintre, impérieux et franc, y est, à dessein, très exposé.

C'est, ensuite, Françoise Spira, emblématique comédienne du TNP, devenue directrice de l'Athénée-Louis-Jouvet qui lui demande, en 1962, de créer label et affiches pour son théâtre. Il retravaille à l'Athénée au début des années quatre vingt, y concevant de nouvelles affiches où la composition, à la fois savante et brute, rappelle les affiches spectacles du TNP.

Entre temps, Jacno renouvelle celles de l'Opéra pour lequel il commence, comme souvent, par la couleur : ça ne peut être qu'un rouge, rouge Opéra !

Pour la Comédie-Française, il crée l'alphabet Molière qu'il décline sagement pour les volumes de la Collection du répertoire.

THEATRE NATIONAL DU PALAIS DE

CHAILLOT

PLACE DU TROCADERO. PARIS XVI

SHAKESPEARE

LE SONGE D'UNE NUIT D'ÉTÉ

BUCHNER

LA MORT DE DANTON

Éléments scéniques et costumes : Léon GISCHIA

avec (par ordre alphabétique) :

Mmes Laurence BADIE
Zanie CAMPAN
Maria CASARÈS
Christiane DESBOIS
Daniele GIRARD
Nicole GUEDEN
Catherine LE COUEY
Lucienne

© Marcel Jacno

(C'est Guy Rétoré, directeur du TEP qui l'invite à revoir entièrement l'identité visuelle du Théâtre de l'Est Parisien pour lequel il dessine un nouvel alphabet le Ménilmontant).

Quand Jacno rencontre Peter Brook, en 1974, il est très impressionné par son talent et son aura. Cet homme toujours attentif, habillé en ouvrier du bâtiment, lui semble appartenir à sa famille (un lointain cousin russe dont les parents auraient émigré en Angleterre).

Jacno, inspiré par la beauté des Bouffes-du-Nord, la noblesse des proportions et l'intelligente rudesse de la restauration décide de faire de l'architecture intérieure du bâtiment, l'architecture même de sa recherche visuelle. Il la décline sur affiches, programmes et revues avec une élégante théâtralité.

Pour son ami Jean Négroni, ancien acteur venu, lui aussi, du TNP, il conçoit entièrement l'identité visuelle de la toute nouvelle Maison des Arts de Créteil. Elle fait partie des Maisons de la Culture qu'a voulu Malraux, des établissements où l'art doit sortir du cercle restreint des initiés. Jacno cherche, lui aussi, des inspirations nouvelles, il choisit des couleurs très marquées par l'époque : un turquoise, un orange et un rose résolument pop. Quant au logotype, il insère les C de Créteil et de Culture l'un dans l'autre, des cercles ouverts qui suggèrent l'image d'un œil, celui du spectateur au centre du projet.



© Marcel Jacno

Des ailes bleues

*Toute époque, par le type de lettre d'imprimerie qu'elle crée,
qu'elle emploie, donne la clé - c'est le mot :
de son caractère profond.*

- Jacno

En 1935, en apposant sa signature à côté d'un dessin sur un paquet de cigarettes, Jacno a-t-il pensé qu'il signait plus que de son nom ? Peut-être, signait-il un temps nouveau pour la légitimation des arts appliqués aux usages du quotidien.

Certainement sans réelle intention activiste ou subversive, bien avant les préoccupations du Pop Art, avant Warhol chez qui la signature de l'artiste peut jouer avec celle de l'inventeur de la boîte de soupe, Jacno voit, associé à la marque Gauloises, son nom reproduit près de deux milliards de fois par an.

Car dans toutes les poches, sur toutes les lèvres, la Gauloise est la cigarette des français. La Caporal ordinaire fait office d'emblème national. La « Goldo », « la gnoise des brunes », vendue dans vingt cinq pays, se passe de publicité. Son image suffit.

Le casque gaulois orné d'une paire d'ailes déployées, dessiné en 1925 par Maurice Giot, est actualisé par Jacno qui fixera la maquette définitive du paquet en 1947.

Il dessine aussi pour la Régie française des tabacs, étuis, coffrets, bagues des cigares Voltigeurs Diplomates, Entracte, Reinitas.

Jacno, identifié et reconnu dans le métier grâce à cette fructueuse collaboration, diversifie ses talents.

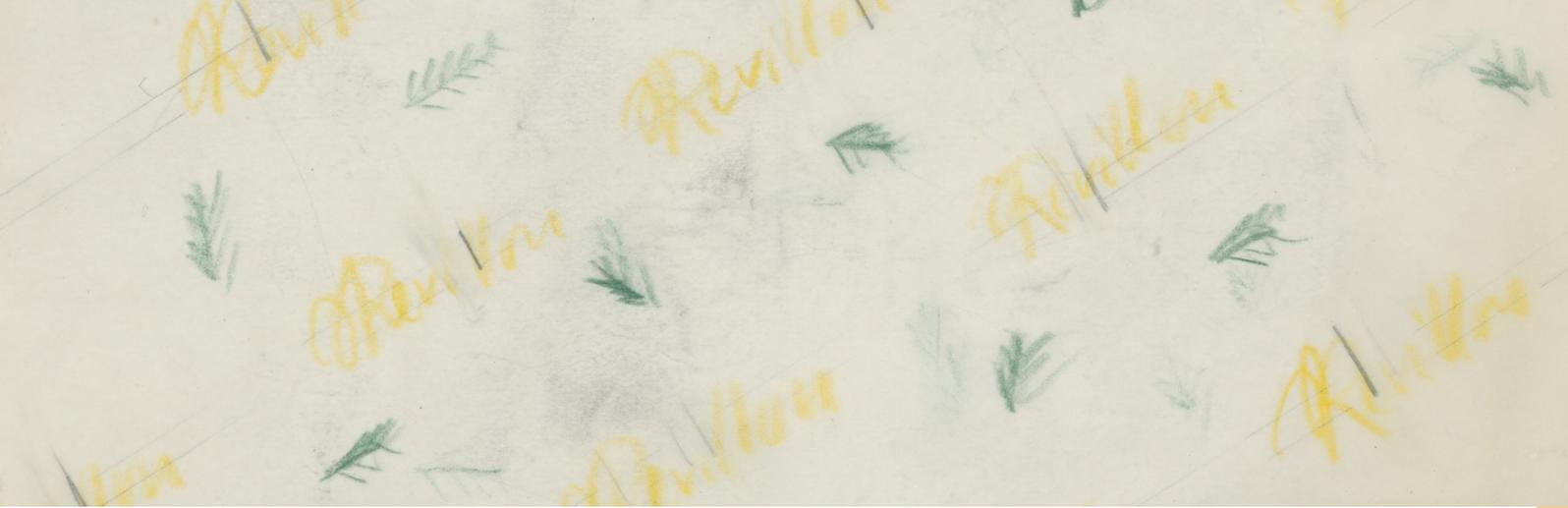
Il dessine de nombreux labels, sigles et emblèmes et renouvelle les images de marque dans des domaines commerciaux très différents.

Pour Revillon, grand parfumeur très en vogue dans les années cinquante, il redessine entièrement l'identité graphique, des emballages au flaconnage, avec des couleurs tendres, des motifs légers à l'opposé de l'esthétique élémentaire et rugueuse qu'il choisit pour le TNP. Il y accorde autant de soin et de réflexion qu'il le fait pour ses commanditaires culturels. Ses nombreux travaux préparatoires précis, corrigés, signés et consignés en témoignent.

De la firme Guerlain et ses mythiques parfums Shalimar, Mitsouko, Chamade, L'heure bleue et autre Habit Rouge, il rajeunit l'image. Il dessine un élégant et savant motif cinétique dans l'air du temps qui habille de noir et blanc, les emballages marqués d'un label. Le cadre, rappelant la forme d'un miroir, reçoit le nom du parfum.

Jacno exerce, tout autant, ses talents dans le milieu de l'édition.

Son souci, son intérêt pour la lettre trouve dans ce domaine un terrain parfait pour se déployer. Dans la mise en page, la conception des jaquettes, il prend soin à travailler à la clarté de la composition. Pour l'éditeur René Julliard, avec qui il collabore étroitement, il crée des couvertures parfaitement identifiables dont les titres débordent du subtil cadre vert. Les titres fonctionnent



comme des images, tout particulièrement quand le choix éditorial de Julliard se porte sur des romans qui ont pour nom : Aimez-vous Brahms ? de Françoise Sagan ou Le temps d'un soupir d'Anne Philipe .

Travaillant pour l'édition, la presse, la mode, le théâtre, l'industrie, Jacno devient un des graphistes français le plus recherchés, s'attachant, le plus souvent, à dessiner de nouveaux caractères, à explorer de nouveaux champs de réflexion.

Jacno se plait à dire : « Le salut c'est l'action ».



La Maison Jean Vilar

Un lieu de mémoire, de transmission et d'inventions

Rendre au spectateur sa vraie place, une place à égalité dans la cérémonie dramatique du spectacle, avec le poète, le comédien, le musicien, le peintre
- Jean Vilar

Ouverte en 1979 par Paul Puaux, successeur de Jean Vilar à la direction du Festival d'Avignon après sa disparition en 1971, la Maison Jean Vilar réunit, en partenariat avec la Bibliothèque nationale de France, les archives personnelles de Jean Vilar et celles du Festival d'Avignon depuis sa création en 1947 jusqu'à aujourd'hui.

Lieu à la richesse patrimoniale exceptionnelle, la Maison Jean Vilar dispose ainsi de collections uniques d'écrits, de photographies, de films, d'archives sonores, de documents graphiques et de costumes. Au travers de ce patrimoine, se racontent, non seulement l'histoire du Festival d'Avignon et mais plus largement encore celle du spectacle vivant des 70 dernières années. Installée dans l'Hôtel de Crochans, hôtel particulier du XVIII^{ème} siècle, entre la Place de l'Horloge et le Palais des Papes, la Maison Jean Vilar bénéficie d'un site et d'un emplacement exceptionnel dans la ville capitale mondiale du théâtre.

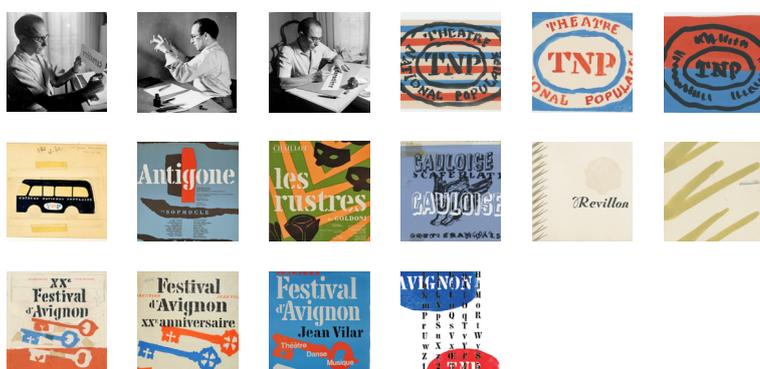
Parce que ce patrimoine a vocation à être partagé avec le plus grand nombre, la Maison Jean Vilar construit ses projets en partenariat. Et en premier lieu en accueillant l'unique antenne en France de la Bibliothèque nationale de France et une salle de lecture spécialisée du Département des Arts du Spectacle. Pendant le mois de juillet, avec le Festival d'Avignon avec lequel elle propose une programmation de spectacles, de rencontres et la grande Librairie du Festival. Et, toute l'année, avec des acteurs locaux et régionaux (Festival les Hivernales, Université d'Avignon, Opéra et Orchestre du Grand Avignon, Parcours de l'art, Festival Festo Pitcho, Théâtre des Halles...).

Parce que Jean Vilar a démontré que la plus grande exigence était compatible avec le partage de l'art avec le plus grand nombre, les propositions de la Maison Jean Vilar s'adressent résolument à tous les publics, connaisseurs comme néophytes, festivaliers et visiteurs comme avignonnais et publics régionaux, adultes, jeunes et scolaires.



© Marcel Jacno

Kit presse à télécharger ici



Informations pratiques

Maison Jean Vilar
Place de l'Horloge - Montée Paul Paux
8 Rue de Mons
84 000 Avignon
04 90 86 59 64

SIGNÉ JACNO

un graphisme brut pour un théâtre populaire

Du 18.05 au 15.06.19
Du 5 au 23.07

Du 10.09 au 14.09 et du 5.11 au 14.12
du mardi au vendredi de 14h à 18h
et le samedi de 11h à 18h

Du 18.09 au 3.11
du mercredi au vendredi de 14h à 18h
et le samedi et dimanche de 11h à 18h

Internet et réseaux sociaux

maisonjeanvilar.org
facebook.com/maisonjeanvilar/
twitter.com/MaisonVilar
instagram.com/maisonjeanvilar/

Contact

Léa Massé
Chargée de communication
et des partenariats
lea.masse@maisonjeanvilar.org



Maison
Jean Vilar

Nos partenaires

