***Boîte Collector* La Vache qui rit®**
***Édition* n° 13**
Dossier de presse - juillet 2026



Jean-Luc Moulène

Errata La Vache qui rit®

Lons-le-Saunier, 2026

L'ARTISTE JEAN-LUC MOULÈNE SIGNE *ERRATA*, LA TREIZIÈME ÉDITION DE LA *BOÎTE COLLECTOR* LA VACHE QUI RIT®

Lab'Bel, le Laboratoire artistique du Groupe Bel, a lancé en 2014 une série de collaborations avec de grands artistes contemporains pour la réalisation de *Boîtes Collector* La Vache qui rit®. Ces éditions annuelles renouvellent et actualisent les liens exceptionnels que les artistes tissent avec la marque depuis sa création en 1921.

Les *Boîtes Collector* sont considérées par celles et ceux qui les créent comme des œuvres artistiques à part entière. Elles offrent à leur acquéreur un double choix : en déguster le contenu ou les conserver intactes comme objets de collection. Cette mise à disposition originale et décalée de l'art contemporain auprès du plus grand nombre caractérise les actions de Lab'Bel depuis sa création en 2010.

Après Hans-Peter Feldmann, Thomas Bayrle, Jonathan Monk, Wim Delvoye, Karin Sander, Daniel Buren, Mel Bochner, Rosemarie Trockel, Franz Erhard Walther, Martha Wilson, Cildo Meireles et Henrik Olesen, c'est à l'artiste français Jean-Luc Moulène que Lab'Bel a confié la réalisation de la treizième *Boîte Collector*.

Commissaire de l'édition 2026 :
Erik Verhagen.

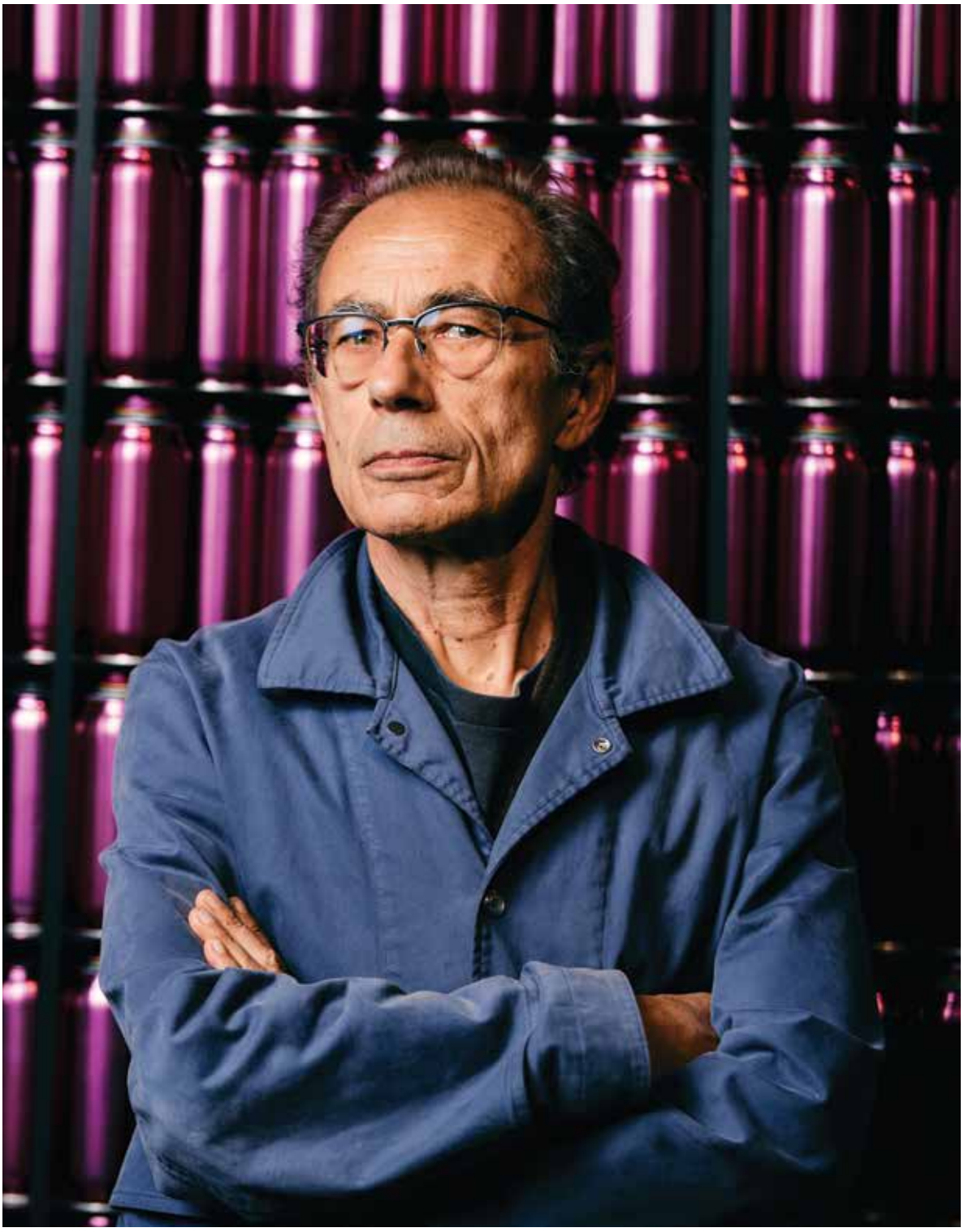
Les éditions *Collector* Jean-Luc Moulène seront proposées en avant-première aux collectionneurs, du 20 au 25 octobre 2026, à la foire d'art contemporain Paris Internationale. Elles seront ensuite proposées en ligne, dans la limite des stocks disponibles, sur le site www.boutique.lavachequirit.com


76065091

TABLE DES MATIÈRES

JEAN-LUC MOULÈNE	5
ERRATA	9
OÙ TROUVER L'ÉDITION *COLLECTOR* LA VACHE QUI RIT® DE JEAN-LUC MOULÈNE	14
LE FILM CONSACRÉ À L'ÉDITION	16
LES *BOÎTES COLLECTOR* : DE L'ART À PARTAGER	19
LA VACHE QUI RIT® ET LES ARTS	26
CHRONOLOGIE	27
LA VACHE QUI RIT® EN QUELQUES CHIFFRES-CLÉS	31
RIRES EN BOÎTES	32
ERIK VERHAGEN, COMMISSAIRE DE L'ÉDITION	33
LAB'BEL	34
AGENDA LAB'BEL	35
CONTACTS	35

JEAN-LUC MOULÈNE



Jean-Luc Moulène, Portrait par Jesse Hunniford, 2024.
© MONA / Jesse Hunniford

Né en 1955, Jean-Luc Moulène est l'un des artistes les plus importants de sa génération. Au début des années 1990, sa démarche est avant tout associée au médium photographique. À partir de la décennie suivante, son œuvre est perçue à l'aune d'une protéiformité plus affirmée qui en fait l'un des créateurs les plus « complets » de l'ère contemporaine, Moulène s'attachant aussi bien, indépendamment de la photographie, à une pratique du collage, du dessin, de la peinture que de la sculpture, cette dernière l'autorisant à épouser un répertoire de formes tout particulièrement étendu, nourri par un sens de l'expérimentation et mu par un rapport aux signes et images placé sous le signe de la transformation. Ses œuvres sont dès lors nourries par de nombreuses opérations : détournements, coupures, disjonctions, que l'artiste envisage par le biais de techniques « traditionnelles » ou de « nouvelles technologies », le recours à l'informatique ou à la modélisation 3D s'étant généralisé ces dernières années. L'intérêt porté à l'objet et corollairement au produit est sans doute le dénominateur commun à ce *corpus* hétéroclite. Ce ou ces objets, Moulène leur donne une visibilité tout en interrogeant les différents paramètres et facettes – politique, sociale, symbolique – qui entrent en jeu dans les étapes de la production, diffusion et réception, l'objet finissant toujours par se confondre avec l'œuvre d'art au sens le plus auratique du terme.

Les expositions personnelles majeures de Jean-Luc Moulène incluent des institutions telles que le Museum of Old and New Art (MONA), Hobart (2023) ; Casa Sao Roque, Porto (2021) ; SculptureCenter, New York (2019) ; Secession, Vienne (2017) ; Musée National d'Art Moderne, Centre Georges Pompidou, Paris (2016) ; Villa Medici, Rome (2015) ; Kunstverein, Hanovre (2015); Beirut Art Center, Beyrouth (2013) ; Modern Art Oxford, Oxford (2012) ; Dia:Beacon, New York (2012) ; Carré d'art — Musée d'art contemporain, Nîmes (2010) ; Centre d'art Passerelle, Brest (2008) ; Musée du Louvre, Paris (2005) ; Jeu de Paume, Paris (2005) ; CCA Kitakyushu (2004) ; Centre d'Art Contemporain, Genève (2003) ; Le Confort Moderne, Poitiers (1994).

Il a également participé à la 58ème exposition internationale d'art Contemporain, Biennale de Venise (2019) ; Biennale de Taipei (2016) ; Biennale Internationale Design, Saint-Étienne (2015) ; Biennale de Sharjah (2011), ainsi qu'à la Biennale de São Paulo (2002).

De nombreuses institutions ont également présenté son travail dans le cadre d'expositions de groupe : Palais de Tokyo, Paris (2023) ; BY ART MATTERS, Hangzhou (2022) ; Drawing Room, Londres (2021) ; Calouste Gulbenkian Museum, Lisbonne (2020) ; MAC VAL, Vitry-sur-Seine (2020) ; MoMA PS1, New York (2019) ; MAXXI, Rome (2019) ; S.M.A.K., Gand (2018) ; Museo Tamayo Arte Contemporaneo, Mexico (2018) ; Museo Guggenheim Bilbao, Bilbao (2017) ; CCA Wattis Institute for Contemporary Arts, San Francisco (2017) ; Wiels, Bruxelles (2017) ; Jeu de Paume, Paris (2016) ; Punta della Dogana, Venise (2016) ; Aspen Art Museum, Aspen (2015) ; Sharjah Art Foundation, Sharjah (2013) ; Musée National d'Art Moderne, Centre Georges Pompidou, Paris (2012) ; CREDAC, Ivry-sur-Seine (2010) ; MARTa Herford Museum, Herford (2005) ; Museum Ludwig, Cologne (2005), entre autres.

Ses œuvres ont fait l'objet d'acquisitions par de nombreuses institutions, parmi lesquelles le Musée National d'Art Moderne, Centre Georges Pompidou, Paris ; MoMA, New York ; Tate Modern, Londres ; Dia Art Foundation, New York ; MOCA, Los Angeles ; Carré d'art, Nîmes ; MACVAL, Vitry-sur-Seine ; Musée d'Art Moderne de Paris ; Sharjah Art Foundation, Sharjah ; Centre National des Arts Plastiques (CNAP), Paris ; FRAC Île de France — Le Plateau, Paris ; Fondation Louis Vuitton, Paris ; Walker Art Center, Minneapolis.



Jean-Luc Moulène
Bleu Gauloises Bleues 210,
Fleury les Aubrais, Lille, 2000

210 paquets monochromes
14 x 42 x 25 cm
Courtoisie de la Galerie Chantal Crousel, Paris
Photo : Dia:Beacon / Bill Jacobson

ERRATA

Par Erik Verhagen, Commissaire de l'édition 2026

L'aventure des *Errata* commence en 1991. Pour être plus précis, elle a ou *aurait* commencé le 16 janvier de cette année car la date en question a été arrêtée un an après, jour pour jour, le 16 janvier 1992 à la faveur d'une décision rétrospective prise conjointement par Jean-Luc Moulène et son complice de circonstance Vincent Labaume. Et ce à l'occasion de l'impression d'un manifeste sous forme de brochure actant les activités d'un dénommé *Groupe de Recherche Publique et Plastique Errata*. Le nom s'inscrit bien entendu dans une histoire des collectifs qui ont marqué l'art contemporain. On songe au *Groupe de Recherche d'art visuel* (GRAV) qui réunissait entre 1961 et 1968 des artistes européens et latino-américains ou au *Groupe Dziga Vertov* fondé en 1968 par Jean-Luc Godard et Jean-Pierre Gorin. L'acte de naissance d'*Errata* avait d'emblée une portée politique, la date choisie postérieurement coïncidant avec le déclenchement de « l'opération militaire » *Tempête du désert à l'origine* de la première guerre du Golfe, celle-là même qui selon Jean Baudrillard « n'a pas eu lieu ».

Ce conflit asymétrique avait fait à l'époque l'objet d'une couverture médiatique « en temps réel » sans équivalent, synonyme d'une nouvelle ère « virtuelle » où tout un chacun pouvait suivre à distance et par le truchement d'*images* diffusées à la télévision les fameuses « frappes chirurgicales » opérées par l'armée états-unienne sur le territoire irakien. À ces frappes, Moulène et Labaume avaient décidé de réagir en s'attaquant à un supermarché en y apposant clandestinement des étiquettes vierges sur ses rayonnages, paralysant une économie tributaire d'une identification et comparaison de prix. Le « super marché » avait donc été à travers ces « contre-frappes chirurgicales » *déréglé* les produits se trouvant *in fine* « orphelinés » et les consommateurs « analphabétisés » dans la mesure où les uns comme les autres étaient subrepticement désolidarisés de toute « légende ». En effet, à l'image de celle d'une photographie, l'étiquette est, pour paraphraser Walter Benjamin, « l'élément le plus essentiel » du produit. Cette performance de 1991 s'intitulait *Prix blancs* et n'existe aujourd'hui, comme nombre d'*Errata*, que sous la forme de sa trace photographique. Son objectif visait à dénoncer « symboliquement les valeurs numéraires attribuées aux produits industriels de consommation » et ne « cherchait qu'à vérifier une hypothèse de travail sur l'effet d'un point de non-couleur sur des volumes colorés dans une ambiance rutilante ».
Le blanc dit aussi la *désorientation* du produit et du consommateur et chose étonnante, à la différence de ce qui caractérise la plupart des *Errata*, sans que les produits *per se* aient été modifiés ou contaminés par telle ou telle opération. La confrontation au blanc s'avère en effet anxiogène pour le consommateur dans un contexte transactionnel où la précision est de mise. Comme le rappelle Vincent Labaume, « l'un des principes constituants de l'objet de recherche d'*Errata* » est « la peur du blanc ».

Cette peur générée par les étiquettes vierges équivaut d'une certaine manière à celle suscitée par le « démarquage » des produits qui va déterminer quasiment toutes les actions *Errata* effectuées avant et suite à l'« attaque » de 1991. Mentionnons enfin et avant d'en venir aux « démarquages » en question que le collectif avait préalablement trouvé un mode opératoire alternatif, tout aussi *désorientant*, en déplaçant certains produits de supermarché de leur emplacement d'origine afin de composer d'improbables télescopages à l'image de celui juxtaposant dans un rayonnage de lessives un pack de bières coiffé d'un colis de 16 yaourts au bifidus actif. Or cet assemblage incongru qui relève à la fois du geste facétieux et



Jean-Luc Moulène
Bio Heineken, 1990

Photographie
15 x 10 cm
© Jean-Luc Moulène / ADAGP, 2026

anarchiste, de l'humour potache que d'une volonté de mettre en place une forme de « déterritorialisation » des produits qui dans une perspective deleuzienne acte la nécessité de sortir d'une habitude et d'échapper à une aliénation, donne une idée de l'état d'esprit qui anime les *Errata* produits avant et surtout après ce *Bio Heineken* de 1990. Mais cette œuvre témoigne aussi du registre étendu mis en place par Moulène qui revisite et enchevêtre à sa manière les différentes catégories, techniques, genres ou notions artistiques étant donné que dans leur large spectre d'applications les *Errata* conjuguent, dans le désordre, à un détournement et appropriationnisme ready-made – le groupe préfère parler d'une « désappropriation » –, des assemblage, collage, nature morte, peinture, dessin, photographie, sculpture, installation sans oublier une dimension performative bien ancrée dans l'histoire de cette famille d'œuvres. Ce qui les définit enfin comme le rappelle opportunément Nathalie Delbard est un « incessant passage de l'objet à l'image et de l'image à l'objet », ce va-et-vient entre bi- et tridimensionnalité, ne serait-ce qu'à travers les relais et extensions photographiques, étant l'une des principales caractéristiques du travail de Moulène.

Évoquons à présent l'essence de l'entreprise *Errata*. Et reprenons à ce titre le texte introductif de la brochure de 1992 qui en stipule certains de ses axes. On peut y lire que « depuis un an, le *Groupe de recherche publique Errata* travaille au dégagement de régularités perceptives à partir de produits industriels. Par soustraction des qualifications d'ordres langagiers et économiques qui les recouvrent (noms, marques, prix), le produit industriel subit une éclipse au profit de sa teneur sculpturale, ou de chose, éclipse ou lapsus visuel qui en libère la charge auratique. Cette correction infligée au produit ne procède pas d'une règle préalable ni d'une manière systématique, mais elle implique des ajustements constants, des types d'interventions parallèles et concurrents de ceux mis en œuvre dans son façonnage et dans l'étude de son lancement. En corrigeant, il s'agit, avant tout, de produire la 'faute' qui révèle le sous-produit dérobé par ses ordres lisibles jusque dans ses contraintes ».
Quant à sa recherche, elle a été « engagée par une série de gestes et d'actions plastiques, plus ou moins hypnotiques-hypothétiques, menés séparément et le plus souvent de concert entre ses deux membres fondateurs sur divers produits et emballages courants, en situation publique d'achat ou bien dans l'espace domestique ».

Revenons à la fonction du langage et à l'inquiétude que peut générer son absence. Roland Barthes a parfaitement analysé l'appréhension que peut engendrer une image, publicitaire ou d'un produit, sans texte. Compte tenu de sa polysémie, l'image « seule » est forcément dysfonctionnelle. Dans sa nudité, elle relève de la « terreur des signes incertains » là où le message linguistique « aide à identifier » et offre un « *ancrage* de tous les sens possibles ». Cet ancrage, nous précise Barthes peut être idéologique, « c'est même, sans doute, sa fonction principale ; le texte *dirige* le lecteur et les signifiés de l'image, (…) ; à travers un *dispatching* souvent subtil, il le téléguide vers un sens choisi à l'avance. (…) : l'ancrage est un contrôle, il détient une responsabilité, face à la puissance projective des figures, sur l'usage du message ; par rapport à la liberté des signifiés de l'image, le texte a une valeur *répressive*, et l'on comprend que ce soit à son niveau que s'investissent surtout la morale et l'idéologie d'une société ».

L'ambition de Moulène est de rendre au produit sa « liberté des signifiés de l'image » comme il s'y est employé par exemple avec

« son » monochrome démultiplié en 216 unités, à savoir le *Bleu Gauloises bleues* (2000) réalisé avec le concours du groupe Altadis, soit un changement de paradigme dans l'aventure des *Errata* compte tenu du fait que l'artiste a bénéficié de la complicité, comme pour *La Vache qui rit*®, de la marque du produit qu'il a « rectifié » au sens où on peut l'entendre de certains *ready-made* de Marcel Duchamp. Dépossédés de toute inscription écrite et réduits à leur couleur emblématique, les paquets superposés convoquent de nombreuses références qui vont du bleu Klein aux sculptures modulaires minimalistes. Quelques années plus tard et dans la même veine, l'artiste récidive au Mexique, en s'appropriant des canettes de jus Jumex – *Errata (Ecatepec, Mexico)*, 2002-2013 – vierges de tout élément langagier disposées sous forme de palettes polychromes contenant des milliers d'unités. Le glissement opéré dans ces deux œuvres est d'autant plus subtil qu'il engendre une collision entre des produits réifiés et un dispositif de présentation minimaliste qui ne saurait justement se limiter à une prétendue « objectité » servie par une syntaxe épurée et géométrique. On se souvient en effet qu'en 1984, l'artiste Peter Halley avait diagnostiqué une « crise en géométrie » ne permettant plus selon lui de considérer les travaux minimalistes comme de simples exercices formalistes « autonomes ». Selon lui les « curieux arguments » de certains de ses confrères visant à réduire leurs œuvres à des formes « neutres » alors qu'elles sont tramées de considérations idéologiques n'étaient plus recevables. Or ce paramètre a été pris en compte par Moulène, aussi bien dans ses paquets et canettes à l'ascétisme trompeur, que dans nombre d'*Errata* où les perfection et « pureté » géométriques ont été au contraire mises à mal par des découpages, démantèlements, aplanissements, biffures, effacements, recouvrements, gribouillages et autres procédés visant à extraire l'objet (d'art) du produit. Il en va de même pour la boîte *La Vache qui rit*® réinventée par l'artiste qui appartient donc elle aussi en matière de nomenclature des *Errata* à la catégorie des « sous-produits » étant donné qu'elle est obtenue « par correction pendant la fabrication ». Dans une négociation engagée avec la marque, l'artiste a peu à peu réussi à (faire) délester le produit de toutes ses inscriptions écrites, exception faites de celles imposées par la loi, demandant enfin à ce que ces dernières soient non pas imprimées sur la boîte mais délocalisées sur l'intercalaire et pour celles, obligatoires, collées au dos sur une étiquette *de facto* potentiellement… décollable. Il va sans dire que dans ce cas précis la qualité d'*Errata* tient bien entendu autant aux interventions de soustractions imaginées par l'artiste et à la « décomposition » accomplie qu'au processus de discussion souterrain et pour ainsi dire invisible qu'il a engagé avec la société Bel SA. Le résultat n'en demeure pas moins identique à toutes les opérations précédentes : rendre possible l'éclosion d'une œuvre à « forte teneur auratique », d'autant plus la bienvenue qu'au même titre qu'à la fin des années 1980, face à la production et à la promotion d'un fromage, « l'art et la poésie du moment » semblent « *gravement* en panne ».



Jean-Luc Moulène
Errata, Ecatepec, Mexico, 2002-2013

9 palettes de canettes de 500ml de 9 couleurs
différentes, 3240 canettes par palettes
181 x 112 x 141 cm (chaque)
Collection Fondation Serralves, Porto, Portugal
Vue d'exposition Jean-Luc Moulène and Teams,
MONA, Hobart, Tasmania (2023-2024)
Photo : Mona / Jesse Hunniford



OÙ TROUVER L'ÉDITION *COLLECTOR* LA VACHE QUI RIT® DE JEAN-LUC MOULÈNE

En avant première, dans le cadre de la foire d'art contemporain Paris Internationale, du 21 au 25 octobre 2026



Puis, dans la limite des stocks disponibles :

- sur le site
www.boutique.lavachequirit.com

- à La Grande Épicerie de Paris
(38 rue de Sèvres, Paris 7e)
www.lagrandeepicerie.com

- à la librairie du Jeu de Paume
(1 place de la Concorde, Paris 8e)
www.jeudepaume.org/a-propos/librairie/

- à la librairie-boutique du Palais de Tokyo
(13 avenue du Président Wilson, Paris 16e)
www.palaisdetokyo.com

- à La Maison de La Vache qui rit
(2 rue Richebourg, Lons-le-Saunier)
www.lamaisondelavachequirit.com



LA MAISON DE LA VACHE QUI RIT

Consultez la liste actualisée des lieux de distribution sur **www.lab-bel.com**

LE FILM CONSACRÉ À L'ÉDITION

Vous pourrez découvrir le film consacré à l'édition
de Jean-Luc Moulène en activant le QR code suivant :

Réalisation : Nathalie Delbard
Image et montage : Clio Simon
Son : Lucien Santerre
Étalonnage : Baptiste Evrard
Mixage : Christian Cartier
Traduction : Amanda Crabtree

Production exécutive : BlueBird - Marie-Laure Gilles

Avec Jean-Luc Moulène



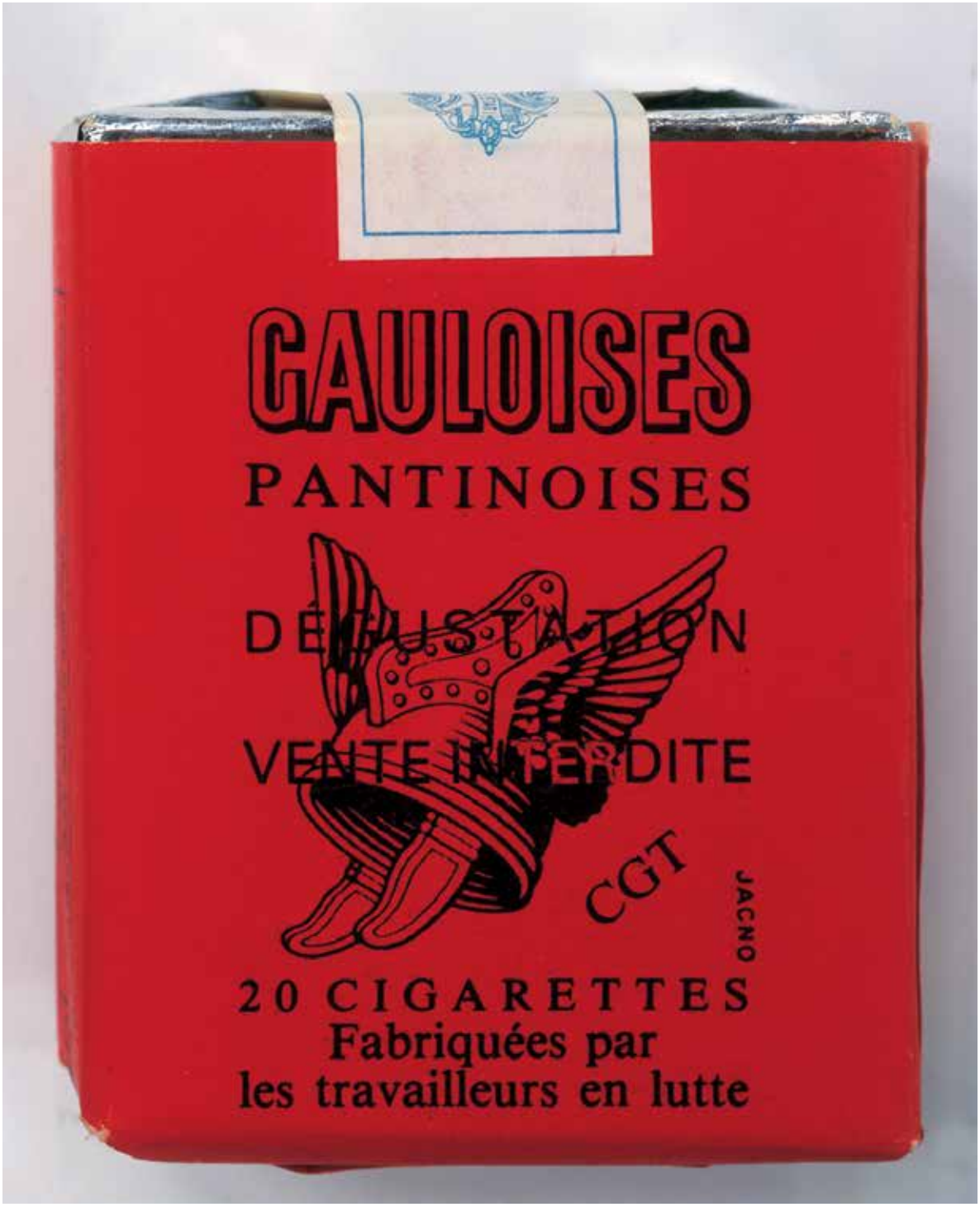
Jean-Luc Moulène
Vase (Destop - entretien canalisations),
Le Buisson, 2024

Plastique, sable, résine, peinture, vernis
49 x 15 x 7,8 cm
Courtoisie de Miguel Abreu Gallery, New York
Photo : Miguel Abreu Gallery, New York



Jean-Luc Moulène
Articulation (humérus - clavicule), 2023

Bronze patiné (Fonderie de Coubertin)
65 x 49 x 93 cm
Courtoisie de la Galerie Chantal Crousel, Paris
Photo : Jiayun Deng/Galerie Chantal Crousel



Jean-Luc Moulène
La Pantoise, 1999-2000

Cibachrome sous diasec, contrecollé sur aluminium
47 x 36 cm
Edition 5 + 2AP

LES *BOÎTES COLLECTOR* : DE L'ART À PARTAGER

Par Laurent Fiévet, Directeur de Lab'Bel

Le projet des *Boîtes Collector* est né d'une envie de bousculer, à travers une édition au prix très accessible, les logiques de perception de l'art contemporain, de ses modes de diffusion et de son marché, dans un mouvement qui poursuit l'histoire très particulière que La Vache qui rit® entretient depuis ses origines avec les artistes et dans le respect des valeurs de plaisir, de partage, d'innovation et d'excellence défendues par le Groupe Bel dont elle constitue l'une des marques emblématiques.



Depuis 2014, treize artistes se sont illustrés dans l'exercice, parfois difficile à tenir, qui consiste à confronter leur art à la marque, ses codes et l'héritage qu'elle à construit au fil du temps pour tenter de l'intégrer dans leur pratique et en déplacer la perception. Chacun d'entre eux a su répondre avec brio à la commande que leur avaient faite le Groupe et son Laboratoire artistique en interrogeant le statut de la boîte et le caractère iconique de son effigie souriante.



Le premier, **Hans-Peter Feldmann**, a accentué la dimension facétieuse de la vache en la dotant d'un nez de clown et pointé, par là-même, l'essence de sa singularité. Tout en rappelant ses origines rurales, le deuxième, **Thomas Bayrle**, l'a utilisée comme un motif constitutif d'une trame graphique complexe pour mieux souligner la dimension populaire de la marque et sa diffusion virale au sein de notre société. Le troisième, **Jonathan Monk**, a orienté son sourire dans une nouvelle direction pour le démarquer encore davantage et signifier sa nature exceptionnelle. Le quatrième, **Wim Delvoye**, a rebondi sur son histoire promotionnelle pour mieux l'alimenter en imaginant pour elle une collection d'étiquettes triangulaires. La cinquième, **Karin Sander**, en a brouillé intentionnellement l'image pour signifier l'assimilation de ses codes dans notre quotidien. Le sixième, **Daniel Buren**,



qui fut également le premier à être sollicité par l'équipe de Lab'Bel, a décliné les boîtes pour la première fois en quatre variantes, appréhendées comme autant d'éléments modulaires pouvant se prêter à différentes formes d'installations promptes à la hisser jusqu'au ciel. Le septième, **Mel Bochner**, a renforcé le rire du bovidé par le truchement d'une série d'onomatopées qui en ont non seulement interrogé la nature et intensifié la portée, mais lui ont également conféré une forme d'autonomie. Une dimension que la huitième, **Rosemarie Trockel**, n'a pas hésité à faire disparaître, dans un troublant et audacieux jeu d'éclipse, pour la réimposer avec d'autant plus de force dans l'esprit des collectionneurs ; au même tire que le fera l'année suivante le neuvième, **Franz Erhard Walther**, par le truchement d'un simple système graphique en jouant sur leur sagacité et leur sens de déduction. En l'affublant d'une perruque blonde et en la maquillant de rose et de bleu, la dixième, **Martha Wilson**, s'est appliquée à libérer la vache des contraintes du *qu'en-dira-t-on* et des diktats de sa féminité ; en déconstruisant un soi-disant idéal de beauté, elle a su souligner les attraits incontestables et la personnalité forte d'une centenaire revendiquant, comment elle, sa part de visibilité dans notre société. Un idéal avec lequel renoue toutefois le onzième, **Cildo Meireles**, à travers *Monavache*, en l'inscrivant dans la lignée d'une tradition jocodophile (ou jocondoclaste, c'est selon) qui n'aurait pas déplu à un Marcel Duchamp et en célèbre l'iconicité. Le douzième, **Henrik Olesen**, en prenant appui sur son histoire et la pensée de Donna Haraway, l'a érigée comme une ambassadrice des questions de diversité, d'égalité et d'inclusion. Quant au treizième, **Jean-Luc Moulène**, il introduit clairement son édition comme un objet transitoire en éliminant toute mention écrite ou commerciale sur les étiquettes supérieures et latérales de la boîte.







Certains des artistes sollicités développaient déjà un lien étroit avec la vache et l'avaient introduite dans des réalisations antérieures (Thomas Bayrle, Wim Delvoye), que ce soit de façon ponctuelle ou en corpus plus consistant d'œuvres disséminées dans le temps ; d'autres partageaient avec elle certains éléments de son vocabulaire formel (Daniel Buren) ou de ses dimensions constitutives (Mel Bochner, Martha Wilson) ; les derniers ont profité de cette commande pour prolonger leurs explorations anthropologiques (Henrik Olesen) et conceptuelles (Hans-Peter Feldmann, Jonathan Monk, Karin Sander, Rosemarie Trockel, Franz Erhard Walther, Cildo Meireles, Jean-Luc Moulène), soulignant par là-même une forme de cohérence entre leur démarche et celle qui leur avait été proposée ; il en est même, doit-on le rappeler, qui ont servi leurs intérêts de collectionneur en détournant l'histoire de la marque par une incursion toute personnelle qui n'était pas sans affirmer leur propre gloire (Wim Delvoye) – mais n'est-ce pas la particularité même de ce projet que de susciter ce type de tentation ?

Tous se sont engagés dans des directions très différentes et souvent vertigineuses dans les perspectives qu'elles permettaient d'ouvrir, forts de l'émulation qu'entraînait l'inscription de leur proposition dans une série où s'étaient brillamment illustrés leurs prédécesseurs. Tous ont pris extrêmement à cœur la gageure qui leur était confiée et participent désormais à l'histoire d'une marque qui, malgré son ancrage historique dans une forme de tradition, conforte à travers ce type de projet sa nature atemporelle et une forme indéniable de contemporanéité. Et je peux affirmer sans trop me tromper que le Groupe, ses collaborateurs et ses dirigeants, mais aussi la famille qui en assure le contrôle déjà depuis cinq générations, leur en sont non seulement extrêmement reconnaissants mais qu'ils tirent une grande fierté de ces







collaborations successives. Ce dont je me permets, au nom de tous, de les remercier chaleureusement.

Accueilli, sur une invitation de sa directrice Jennifer Flay, de 2016 à 2021 à la FIAC, la Foire Internationale d'Art Contemporain de Paris, dans l'enceinte prestigieuse du Grand Palais, puis par Alix Dionot-Morani, de 2023 à 2026, au sein de la foire Paris Internationale, le projet s'est imposé rapidement comme un rendez-vous très attendu qui attire tout autant la convoitise des amateurs d'art contemporain que celle des amoureux de la marque. La boîte a su susciter à la fois des envies de collection et trouver sa place chez les collectionneurs les plus pointus. Elle s'exhibe aussi bien sur les tables de cuisine et les étagères des bibliothèques que se conserve à l'abri de la lumière et de l'humidité dans les entrepôts les plus secrets en misant sur le dépassement de sa date de péremption. Épuisées, les premières éditions sont devenues très recherchées et la spéculation va bon train, dans des logiques qui retrouvent celles du marché.







Après sa diffusion en grandes surfaces, la *Boîte Collector* est désormais à la portée de tous grâce à sa diffusion via internet, et a pu atteindre, grâce à ce moyen, de nouveaux fidèles. Et le constat est sans appel : la marque est devenue clairement une ambassadrice des différents intervenants qui s'y sont confrontés, contribuant à donner de l'art contemporain une image plus accessible et à développer une connaissance de pratiques conceptuelles souvent ignorées du grand public. Ce qui est apparu très vite pour le Groupe Bel comme un objet de fierté et un élément constitutif de sa culture est aujourd'hui érigé à l'international comme un cas d'école destiné à expliquer aux étudiants de commerce et de marketing les suppléments de sens et d'âme qu'une marque, qui entend se différencier de ses concurrentes, se doit d'apporter à ses consommateurs ;

ceux-là mêmes qui ont contribué au succès de La Vache qui rit® dès les années 20. Et cette reconnaissance apparaît tout aussi forte dans le milieu de l'art contemporain où ont été saisis, édition après édition, la pertinence des propositions égrenées et ce qui pouvait se jouer de vertueux entre les mondes de l'art et de l'entreprise ; en témoignent l'intégration de la série des boîtes dans les collections du MUCEM, du FRAC Picardie et du MMK de Frankfort grâce à l'enthousiasme et la complicité de Édouard de Laubrie, Pascal Neveux et Susanne Pfeffer, ainsi que la publication en 2025 du livre *Rires en Boîtes* qui lui est entièrement consacré.



Libre à vous de suivre aujourd'hui ces exemples pour écouter votre gourmandise et devenir un collectionneur éclairé. C'est avec grand plaisir que nous vous invitons à vous saisir de ces éditions à votre tour pour les conserver jalousement ou partager votre goût de l'art avec tous ceux que vous aimez.

Lien vers l'ensemble des éditions de la *Boîte Collector* : **www.lab-bel.com/box**


76065091


3 073781 192339 >
bel
for all for good
Pour tous. Pour de bon.
Découvrez
nos engagements !
www.ribambel.com
BEL - BP 114 - 92151
SURESNES CEDEX
FRANCE
Spécialité fromagère fondue.
Ingrédients : lait écrémé réhydraté (origine : France), fromages, beurre, protéines de lait, sel de fonte : polyphosphates, calcium, concentré de minéraux du lait, concentré lactique laitier.
Pour une dégustation optimale, à consommer de préférence avant le : voir ci-contre.
Valeurs nutritionnelles moyennes pour 100g / 16g : Energie 970kJ-232kcal / 155 kJ- 37 kcal ; Matières grasses 18g / 2,9g ; dont acides gras saturés 12g / 1,9g ; Glucides 6,5g / 1,0g ; dont sucres 6,5g / 1,0g ; Protéines 11g / 1,8g ; Sel 1,7g / 0,27g ; Calcium 800 mg (100%*) / 128 mg (16%*).
*des apports quotidiens de référence.
24
76065092
À conserver au froid après achat
384g e
FR
39.198.001
UE
SI DE SUR LE FOND
FR
39.300.001
UE
SI LS SUR LE FOND
FR

LA VACHE QUI RIT® ET LES ARTS

Par Laurent Fiévet, Directeur de Lab'Bel

Lorsqu'en 1921, Léon Bel dépose la marque La Vache qui rit®, il n'a pas encore en tête d'en confier la représentation à Benjamin Rabier. Il faut attendre 1923 pour qu'à l'issue d'un concours destiné à lui donner plus d'attractivité, elle finisse par apparaître sur les étiquettes.

Une collaboration s'engage dès lors entre les deux hommes qui se poursuivra bien après la disparition de l'artiste en 1939, comme en témoigne la publication, dans les années cinquante, d'albums remplis de ses joyeuses images animalières. Bien que celle-ci demeure aujourd'hui la plus connue, la politique publicitaire inventive des Fromageries Bel fait appel à bien d'autres illustrateurs. Luc-Marie Bayle, Corinne Baille, Hervé Baille, Paul Grimault et Albert Dubout prêtent tour à tour leur plume pour concevoir les nombreux cadeaux destinés aux jeunes consommateurs.

En 1954, Alain Saint-Ogan fait entrer La Vache qui rit® au paradis des animaux, tout aussi bien dans ses célèbres albums illustrés que dans l'émission radiophonique éponyme. Une tradition promotionnelle qui prend bien d'autres formes par la suite, comme lorsque Jacques Parnel opère dans les années soixante-dix une révolution remarquée dans l'histoire de la marque, en invitant la vache à se dresser et à se déplacer sur ses deux pattes postérieures.

Parallèlement à cette activité industrielle, La Vache qui rit® inspire de nombreux artistes. Dès 1924, le peintre Marcel Lenoir la représente dans une Nature Morte que l'on peut découvrir aujourd'hui à La Maison de La Vache qui rit de Lons-le-Saunier (Jura).

Le détournement le plus célèbre demeure probablement celui opéré par Bernard Rancillac qui l'érige en 1966 comme un soleil dans son tableau *Sainte Mère La Vache*. D'après les propres déclarations du chef de file du mouvement de la Figuration narrative, il l'impose à la fois comme symbole de la société de consommation occidentale et rappel du carcan hindouiste. En 2005, l'artiste belge Wim Delvoye la redéploie sous la forme d'une impressionnante collection d'étiquettes, dans le cadre de la Biennale de Lyon. La référence darwinienne du titre de son intervention, *On the Origin of Species by Means of Natural Selection, or The Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life*, y associe audacieusement histoire de l'art et logique marketing.

Dans la continuité de ce double mouvement de collaboration et d'appropriation, il apparaissait bien naturel que la marque soit à nouveau revisitée par des artistes. Et c'est ce que propose précisément, année après année, la série des *Boîtes Collector* en leur demandant de détourner la boîte de La Vache qui rit® 24 portions avec la malice et l'impertinence qui sont les leurs.



CHRONOLOGIE

Par Laurent Fiévet, Directeur de Lab'Bel

1921
Création de la marque La Vache qui rit® par Léon Bel.

1923
L'illustrateur Benjamin Rabier propose à Léon Bel le dessin d'une vache qui rit qui sera adoptée l'année suivante sur toutes les boîtes. On y retrouve les codes qui font encore aujourd'hui le succès de la marque : le rire bien entendu, mais aussi la couleur rouge, les boucles d'oreilles et les yeux malicieux. Ce dessin est préféré à celui de Francisque Poulbot qui avait également été sollicité par Léon Bel. Pourtant, les deux artistes travailleront avec les Fromageries Bel pendant plusieurs années, et c'est ainsi que l'on retrouve sur de nombreuses factures et publicités de l'époque des dessins de Rabier et Poulbot.

C. 1929
Le peintre Marcel Lenoir décide de réaliser une nature morte avec, figurant en son centre, une boîte de La Vache qui rit®. Une consécration précoce pour la marque. Cette œuvre a été depuis intégrée aux collections de La Maison de La Vache qui rit de Lons-le-Saunier.

1950
Les Fromageries Bel collaborent avec Alain Saint-Ogan. Ce partenariat donnera lieu à l'édition de nombreux supports publicitaires signés de la main de l'artiste : protège-cahiers, buvards, mais aussi une série de 10 albums pour enfants intitulés *La Vache qui rit® au paradis des animaux*.

1966
Le peintre Bernard Rancillac, chef de file de la Figuration narrative, compose *Sainte Mère la Vache*, un tableau où sont représentés une femme, un enfant et un âne portant des jarres au milieu d'un désert écrasé par la chaleur d'un imposant soleil figuré par le dessin d'une boîte de La Vache qui rit®.

1967
Thomas Bayrle réalise pour la première fois plusieurs superforms à base du logo de La Vache qui rit®. La première d'entre elles, *Mädchen [Fille]*, servira, près d'un demi-siècle plus tard, de base pour la réalisation de l'édition 2015 de la *Boîte Collector*.

1968
L'artiste belge Marcel Broodthaers utilise la boîte de La Vache qui rit® pour l'une des éditions de sa galerie *Wide White Space* d'Anvers. *La Vache qui rit®* de Marcel Broodthaers se compose de huit boîtes sur lesquelles l'artiste déstructure la phrase « Je vous aime, un peu, beaucoup, passionnément, à la folie, pas du tout » et appose sa signature.

1971
Pour leur nouvelle campagne publicitaire, les Fromageries Bel font appel à Jacques Parnel qui relève le défi de représenter La Vache qui rit® de plain-pied. Il en décline l'image de multiples façons : en différents costumes régionaux, en robe, en blue jean, etc.

1975
Le graphiste et typographe Albert Hollenstein compose, pour ses amis et ses clients, une carte de vœux de forme ronde directement inspirée de La Vache qui rit® mais représentant une *Dame qui rit*. La carte reprend la forme des portions, fond bleu, étoiles blanches, visage rouge et cornes blanches.

1985
Pour promouvoir la marque, le Groupe Bel fait appel à Franquin qui crée un album promotionnel. Sur la couverture, on retrouve le célèbre Gaston Lagaffe portant deux boucles

d'oreilles identiques à celles de La Vache qui rit®.

Une reproduction de *Sainte Mère la Vache* de Bernard Rancillac est apposée par l'artiste sur une boîte de La Vache qui rit®.

2005
L'artiste belge Wim Delvoye, grand collectionneur d'objets liés à la marque, présente lors de la Biennale internationale d'art contemporain de Lyon une installation intitulée *On the Origin of Species by Means of Natural Selection, or The Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life* composée de plus de quatre mille étiquettes de La Vache qui rit®.

2009
Création de La Maison de La Vache qui rit à l'initiative de Catherine Sauvin, petite fille de Léon Bel, à Lons-le-Saunier, sur le site même où est née la marque en 1921. Elle est un lieu de référence de la mémoire de la marque.

2010
Création de Lab'Bel, le Laboratoire artistique du groupe Bel, sous l'initiative de Laurent Fiévet, arrière-petit fils de Léon Bel. REWIND, la première exposition du Laboratoire, est inaugurée au printemps 2010 à La Maison de La Vache qui rit.

2014
Sur l'initiative de Lab'Bel, le groupe Bel initie la collection des *Boîtes Collector*. La conception de la première d'entre elles est confiée à l'artiste allemand Hans-Peter Feldmann.

2015
La deuxième *Boîte Collector* est réalisée par Thomas Bayrle sur la base d'une réactualisation de son œuvre *Mädchen [Fille]* de 1967 de 1967, première *superform* de l'artiste utilisant le logo de La Vache qui rit®.

2016
La réalisation de la troisième *Boîte Collector* est confiée à l'artiste britannique Jonathan Monk. Elle fait son entrée pour la première fois dans le cadre de la FIAC, la Foire internationale d'art contemporain de Paris, où un stand lui est entièrement consacré. Le succès de cette présentation est immédiat auprès des médias et les collectionneurs de la foire.

2017
L'artiste belge Wim Delvoye est choisi pour réaliser la quatrième *Boîte Collector*.

Pour sa première exposition solo à la galerie Almine Rech, Paris, l'artiste Chloe Wise décline la portion de La Vache qui rit® sous différentes formes dans ses sculptures, installations et peintures figuratives.

L'artiste Sophie Calle est sollicitée pour le projet de la *Boîte Collector*. Sa proposition n'est finalement pas retenue par le groupe Bel SA.

2018
Le photographe belgo-marocain Mous Lamrabat introduit La Vache qui rit® dans des clichés empreints de surréalisme qui fusionnent tradition nord-africaine et codes de l'industrie alimentaire ou de la mode.

L'artiste allemande Karin Sander réalise la cinquième *Boîte Collector*.

Jonathan Monk réalise *A Mirrored Carpet Reversal With Segmented Cheese And Underside Reveal*, une installation directement inspirée par son édition de la *Boîte Collector.* L'œuvre est présentée pour la première fois dans le cadre de son exposition *Chinese Whispers* à Bruxelles, à la galerie Meessen de Clercq.

2019
Écarté en 2012 pour des raisons de difficultés techniques insolubles sur le plan industriel, le projet inaugural conçu par Daniel Buren pour la série des *Boîtes Collector* est finalement concrétisé. Pour la première fois de son histoire, la *Boîte Collector* se décline en quatre versions de couleurs différentes (bleu, jaune, rouge, vert). Elles seront présentées aux collectionneurs en avant-première à la FIAC dans une installation tout spécialement conçue par l'artiste pour le projet.

2020
Mel Bochner est le septième artiste à réaliser une *Boîte Collector*. Elle est déclinée en deux versions, jouant sur un effet d'alternance de couleurs.

Les sept premières *Boîtes Collector* intègrent les collections du MUCEM.

2021
Une galerie éphémère est ouverte dans le quartier du Marais à Paris pour diffuser les *Boîtes Collector* de Mel Bochner.

Les sept premières *Boîtes Collector* sont présentées au Musée de la ville de Ljubljana, dans le cadre de l'exposition collective *When in Doubt, Go to a Museum* interrogeant les nouvelles pratiques des collectionneurs d'art contemporain.

L'artiste allemande Rosemarie Trockel signe trois nouvelles éditions de la *Boîte Collector*, dont l'une sans tête de vache. Elle réalise également un film pour son édition.

À Paris, au Palais de Tokyo, l'exposition *Elle rit !* rassemble les travaux des huit premiers artistes ayant collaboré au projet des *Boîtes Collector*, dans le contexte du centième anniversaire de La Vache qui rit®.

2022
L'artiste allemand Franz Erhard Walther réalise deux nouvelles éditions de la *Boîte Collector.* Elles sont présentées en avant-première dans le cadre d'une exposition rassemblant d'autres éditions de l'artiste rue du Marché Saint-Honoré.

2023
Le boycott de La Vache qui rit® au Moyen-Orient suite à la prise de position du Président Emmanuel Macron au sujet de l'affaire des caricatures de Mahomet dans la revue *Charlie Hebdo* rejaillit dans les propositions du trio de plasticiens iraniens Ramin Haerizadeh, Rokni Haerizadeh et Hesam Rahmanian, transposant et recardant dans leur sculptures compositionnistes, articulant des disques flottants sur des tiges d'aluminium, des éléments extraits de l'actualité.

Les neuf premières *Boîtes Collector* intègrent les collections du MMK Museum für Moderne Kunst de Francfort.

Le groupe Bel acquiert l'une des deux versions de *Sainte Mère la Vache* de Bernard Rancillac.

L'artiste Martha Wilson signe la dixième édition *Collector* La Vache qui rit®. Elle est lancée dans le cadre de la foire Paris Internationale avec laquelle le groupe Bel et Lab'Bel engagent une première collaboration.

La série des *Boîtes Collector* rejoint les collections du FRAC Picardie à l'initiative de Pascal Neveux.

Sophie Calle expose son projet de *Boîte Collector* datant de 2017 dans le cadre de son exposition monographique *À toi de faire ma Mignonne* au musée Picasso de Paris. Dans un cartel accompagnant l'édition, elle y interroge la forme de censure dont elle aurait été victime.

Le groupe Bel fait l'acquisition de la tapisserie réalisée à partir de motifs de La Vache qui rit®, *Artistinnen* (2022) de Thomas Bayrle représentant trois gymnastes chinoises en train d'exécuter un numéro d'acrobatie sur bicyclette. Cet ouvrage de près de trois mètres de long constitue la première œuvre de l'artiste réalisée sur un métier à tisser Jacquard et marque à ce titre un tournant dans sa pratique.

2024
La Vache s'invite en tête de l'exposition *Abus de souffle* de Bertille Bak au Jeu de Paume de Paris en apparaissant dans sa collection de gabarits de *Soufflets*.

La Vache partage l'affiche avec Mickey pour promouvoir les trésors des collections du Mucem.

Sainte Mère la Vache de Bernard Rancillac intègre le parcours historique de La Maison de La Vache qui rit.

L'artiste brésilien Cildo Meireles signe la onzième édition de La *Boîte Collector*. En la baptisant *Monavache*, il est le premier à donner un nom à son édition.

2025
Les *Boîtes Collectors* engagent un fructueux dialogue avec des papiers d'agrume dans le cadre de l'exposition *Superbemarché* du Musée International des Arts Modestes de Sète.

Le film consacré à Martha Wilson pour la dixième édition *Collector* est présenté à Tokyo à la galerie 360 dans le cadre d'une exposition consacrée à l'artiste et à la Franklin Furnace Foundation.

L'artiste danois Henrik Olesen signe la douzième *Boîte Collector*. Après Rosemarie Trockel, il est le second artiste à réaliser un film pour son édition.

Suite à sa collaboration avec la marque, Bel acquiert *Crocodile (post-war Art Brut landscape)* (2025) de Henrik Olesen.

Le groupe Bel fait l'acquisition de l'installation *A Mirrored Carpet Reversal With Segmented Cheese And Underside Reveal* de Jonathan Monk.

L'édition Cildo Meireles de la *Boîte Collector* Cildo fait une entrée remarquée sur le marché chinois.

Une édition de *Moïse et une édition de La Vache qui rit - Censuré* de Sophie Calle intègrent la collection du groupe Bel.

Lancement au Jeu de Paume, à Paris, de l'ouvrage *Rires en Boîtes* entièrement consacré aux douze premières éditions de la *Boîte Collector.*

2026
L'artiste français Jean-Luc Moulène signe la treizième édition de La *Boîte Collector*. Il est le premier artiste de la série à apposer son nom sur la boîte.

Au même titre que Babybel®, Kiri® et Boursin®, autres marques phares du groupe Bel, La Vache qui rit® est intégrée à la série Fromages de l'artiste Jochen Gerner. Le groupe fait l'acquisition de quarante dessins de la série.

LA VACHE QUI RIT®
EN QUELQUES CHIFFRES-CLÉS

La Vache qui rit® est présente dans 136 pays et sur 5 continents.

6 milliards de portions de La Vache qui rit® sont fabriquées dans le monde chaque année.

En 1921, les Fromageries Bel produisaient 12 000 portions par jour. Le Groupe Bel en produit désormais quotidiennement 20 millions.

2 000 portions de Vache qui rit® sont consommées dans le monde toutes les 10 secondes.

En juin 2024, La Vache qui rit® rassemblait plus de 1,5 millions de fans sur Facebook.

Le plus haut sommet de l'Himalaya, le Mont Everest, culmine à 8 848m. En 1962, il fallait 2 jours aux usines du Groupe Bel pour fabriquer des boîtes qui, une fois empilées, auraient atteint son sommet. Aujourd'hui, il leur faut seulement 6 heures pour le faire.

Pourquoi La Vache qui rit® porte-t-elle des boucles d'oreilles ?

Dans le monde de l'art et du design, La Vache qui rit® est une véritable icône. Un détail amuse particulièrement : ses boucles d'oreilles. En y regardant bien, on remarque que ce sont des boîtes de La Vache qui rit®, avec La vache dessus, encore et encore. Ce système est devenu depuis une référence pour expliquer le principe de mise en abyme. Le saviez-vous ? Ce détail culte a été ajouté à la demande de la femme de Léon Bel, pour rendre la vache plus féminine. Une petite idée peut devenir un grand classique du design.

RIRES EN BOÎTES

Proposées chaque automne, depuis 2014, dans les rayons des supermarchés, dans les foires d'art contemporain ou sur Internet, les *Boîtes Collector* La Vache qui rit® constituent une collection d'œuvres conceptuelles conçues par des artistes majeurs de notre époque et qui questionnent l'idée même d'œuvre d'art dans l'ensemble de ses dimensions d'usage, de diffusion, de valorisation et de conservation.

Livre-objet doté d'une centaine d'illustrations et scellé par un opercule à l'image des fameuses boîtes rondes, *Rires en Boîtes* fait retour sur l'ensemble des douze premières collaborations, et invite à travers les textes de différents intervenants (commissaires des éditions, conservateurs, économistes, historiens d'art, collectionneurs) à mieux saisir les enjeux d'un projet aujourd'hui largement plébiscité par les collectionneurs.

L'ouvrage existe également en langue anglaise sous le titre *Boxed Laughter*.

Édition : Lab'Bel
Direction éditoriale : Laurent Fiévet
ISBN : 9791097841508
Nombre de pages : 342
Dimensions : 21 x 21 cm
Prix : 36 euros TTC
Date de parution : Décembre 2025.

Pour toute information complémentaire :
https://www.lab-bel.com/edition/

ERIK VERHAGEN,
Commissaire de l'édition

Erik Verhagen est Professeur en Histoire de l'art contemporain à l'Université de Lille, critique d'art et commissaire d'exposition indépendant. Il a publié de nombreux ouvrages, essais et articles sur l'art des années 1960 à aujourd'hui. Cette année, il a assuré le commissariat des expositions *Jan Dibbets 1966 – 1976. Toward another photography* au H'Art Museum (Amsterdam) et *Dan Flavin. Des simples tubes fluorescents* à la Fondation Venet (Le Muy). Il est le directeur scientifique du catalogue raisonné de François Morellet dont le premier volume sera publié en 2028.

LAB'BEL

Lab'Bel est un fonds de dotation créé au printemps 2010 pour soutenir et contribuer au développement de la création artistique.

Les activités de ce laboratoire d'idées et d'innovation au ton impertinent se partagent entre la constitution d'une collection, aujourd'hui en dépôt au Musée des Beaux-Arts de Dole, et la réalisation d'expositions et d'événements artistiques en France et en Europe. Lab'Bel initie également des séries de projets performatifs et transversaux où il est aussi bien question d'architecture moderniste que de poésie et de musique.

LAB BEL
LABORATOIRE
ARTISTIQUE
DU GROUPE BEL

@Lab'Bel

@laboratoire_artistique_bel

https://www.lab-bel.com

AGENDA LAB'BEL

> Jusqu'au 31 décembre 2026
Five Radio Stations - 2e saison
Une proposition curatoriale rassemblant des contributions sonores de Claude Closky, Jenny Odell, Yuri Suzuki, Isa Toledo et Nico Vascellari à écouter sur le site https://www.fiveradiostations.com
Commissaires : Seb Emina et Silvia Guerra.

> Du 21 au 25 octobre 2026
Lancement officiel de l'édition *Collector* Jean-Luc Moulène

> Du 6 février au 19 septembre 2027
Moving Perspectives
10 ans d'acquisitions des Collections d'art contemporain Lab'Bel et Bel SA
Exposition collective réalisée en collaboration avec
La Maison de La Vache qui rit, Lons-le-Saunier
(du 6 février au 19 septembre),
Le Musée des Beaux-Art de Dole
(du 2 mars au 19 septembre),
et Les Scènes du Jura
(du 9 février au 11 mai).

https://www.lab-bel.com

Commissaires : Laurent Fiévet et Silvia Guerra.

CONTACTS PRESSE :

Agnès Renoult Communication
5 Boulevard Poissonnière 75002 Paris France
+ 33 (0)1 87 44 25 25
+33 (0)6 804 888 26
agnes@agnesrenoult.com
www.agnesrenoult.com

LABORATOIRE
ARTISTIQUE
DU GROUPE BEL

www.lab-bel.com