

« Être original est presque impossible. »



« Being original is almost impossible. »

DOSSIER DE PRESSE

La troisième Boîte Collector **Jonathan Monk** :
voilà comment La Vache qui rit®
continue de préparer son
100ème anniversaire en 2021.

Les Boîtes Collector : de l'art contemporain à partager

La Vache qui rit®, c'est du sourire et de la bonne humeur à partager, mais c'est aussi une incroyable histoire d'innovation et de créativité.

C'est la raison pour laquelle a été lancée en 2014 une remarquable série de collaborations avec de grands artistes contemporains pour la réalisation de *Boîtes Collector* exceptionnelles en vue de célébrer le 100ème anniversaire de la marque en 2021. Ces collaborations actualisent et perpétuent les liens que les artistes tissent avec La Vache qui rit®, icône moderne qui, depuis près d'un siècle, leur sert régulièrement de source d'inspiration.

Les *Boîtes Collector* sont considérées par les artistes qui les créent comme des œuvres à

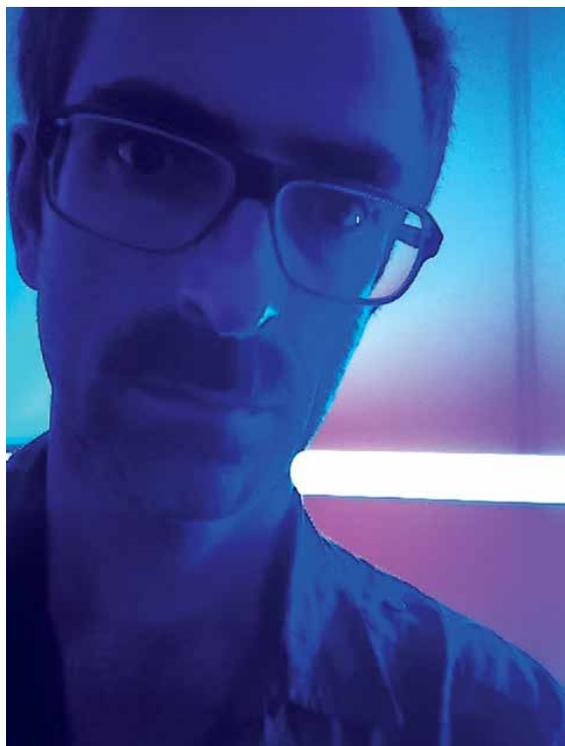
part entière que les consommateurs ont la possibilité d'acheter au prix habituel d'une boîte de 24 portions.

Lors de leur mise en vente, les *Boîtes Collector* offrent ainsi un double choix : en manger le contenu, selon les bonnes habitudes de tout un chacun, ou les collectionner parce que simplement belles et originales ou en raison de l'intérêt plus averti que peuvent porter les amateurs d'art contemporain au travail d'un artiste de renommée internationale.

Cette mise à disposition de l'art contemporain auprès du plus grand nombre, de façon originale et décalée, caractérise les actions de Lab'Bel, Laboratoire artistique du Groupe Bel créé en 2010.



La Boîte Collector Jonathan Monk



En 2016, après Hans-Peter Feldman en 2014 et Thomas Bayrle en 2015, et toujours en collaboration avec le plasticien Michael Staab en tant que commissaire, c'est à l'artiste britannique Jonathan Monk que Lab'Bel a confié la création de la troisième *Boîte Collector*.

Né à Leicester en 1969, Jonathan Monk vit et travaille à Berlin. Dans son travail, il réexamine, s'approprie et remanie des œuvres iconiques de l'Histoire de l'art du XXe siècle avec humour et mordant.

S'exprimant en 2009, il définissait ainsi sa démarche : « Le processus d'appropriation est quelque chose auquel j'ai fait appel et que j'ai utilisé dans mon travail depuis mes études en 1987. À cette époque (et jusqu'à maintenant), j'ai réalisé qu'être original était quelque-chose de quasi-impossible alors j'ai

essayé d'utiliser ce qui existait déjà en tant que source de mon travail ».

Au travers de peintures murales, monochromes, sculptures éphémères ou photographies, il reflète la tendance de l'art contemporain à s'inspirer de références existantes tout en rendant hommage à de grandes figures telles que Sol LeWitt, Ed Ruscha, Bruce Nauman ou Laurence Weiner. Ce faisant, il questionne le processus créatif à l'œuvre.

Son travail a été notamment présenté au Kunsthau Baseland (Bâle, 2016), à l'IMMA - Irish Museum of Modern Art (Dublin, 2014), au CAC - Centro De Arte Contemporáneo (Málaga, 2013), au Kunstraum Dornbirn, (Dornbirn, Autriche, 2013), au Palais de Tokyo et au Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris (2008), au Kunstverein de Hanovre (2006), à l'Institute of Contemporary Art (Londres, 2005), et au Museum Kunstpalast (Düsseldorf, 2003). Jonathan Monk a également participé à Manifesta 11 - Biennale européenne d'art contemporain (Zurich, 2016), aux 50ème et 53ème éditions de la Biennale d'art contemporain de Venise (en 2003 et 2009), à la Biennale de Whitney (New York, 2006), à la Biennale de Berlin (2001) et à la Biennale de Taipei (2000).

Jonathan Monk a reçu le Prix du Quartier des Bains, Genève, en 2012. Il est représenté à Londres par la Lisson Gallery, à Saint-Ouen par la galerie Untilthen, et à Bruxelles et Tel Aviv par la Dvir Gallery.

Faire son supermarché à la FIAC



Lab'Bel dévoilera la *Boîte Collector* Jonathan Monk lors de l'édition 2016 de la FIAC - Foire Internationale d'Art Contemporain - qui se tiendra du 20 au 23 octobre à Paris.

Collectionneurs et amateurs d'art contemporain pourront ainsi faire l'acquisition de ce qui sera sans doute l'une des œuvres les moins chères de la FIAC dans le cadre d'un projet aux allures de mini-supermarché réalisé en collaboration avec l'artiste.

Lab'Bel présentera également à cette occasion le nouveau film-portrait consacré à Jonathan Monk réalisé par François

Prodromidès à la suite des deux premiers dédiés à Hans-Peter Feldmann et à Thomas Bayle*.

Une rencontre avec l'artiste et le curateur du projet, Michael Staab, sera également organisée dans le cadre du programme VIP de la foire le jeudi 20 octobre à 13h00 devant l'espace consacré à la *Boîte Collector* au sein de la foire.

*Les films consacrés à la réalisation de deux précédentes éditions de la *Boîte Collector* sont consultables en ligne sur le site de Lab'Bel : www.lab-bel.com

Dates à retenir lors de la FIAC 2016



Mercredi 19 octobre de 14h00 à 17h00

Vernissage presse où sera remise une *Boîte Collector* à tout journaliste qui en fera la demande

Jeudi 20 octobre à 13h00

Rencontre avec Jonathan Monk et Michael Staab

Où trouver la *Boîte Collector* Jonathan Monk ?

Dans le réseau des Galeries Lafayette Gourmet

Comme pour sa précédente édition, la *Boîte Collector* sera mise en vente à partir du mois d'octobre 2016 dans certains magasins du réseau Lafayette Gourmet / Galeries Lafayette dans toute la France et en Allemagne.

Dates en magasin et liste des points de distribution à consulter sur www.lab-bel.com.

PARIS

Lafayette Gourmet : 35 bd Haussmann Paris 9ème
BHV/Marais rivoli : 52 Rue de Rivoli Paris 4ème

BERLIN

Galeries Lafayette : Friedrichstraße 76-78, Berlin

MARSEILLE

Galeries Lafayette : 28 rue Bir Hakeim, Centre commercial Bourse, Marseille 1er

SAINT LAURENT DU VAR

CAP 3000 : Centre commercial Cap 3000, Quartier du Lac

MICHAEL STAAB, CURATEUR

Being original is almost impossible - L'artiste britannique Jonathan Monk emploie souvent dans ses travaux les œuvres et concepts formels d'autres artistes. Alors qu'il étudiait à la *Glasgow School of Art*, il avait déjà constaté que l'*appropriation* pouvait constituer une démarche dans sa propre création d'images. Développer une approche originale dans le grand canon de l'art moderne et contemporain lui semblait impossible. C'est la raison pour laquelle, aujourd'hui encore, il se sert d'éléments artistiques préexistants comme matériau de base à son propre travail.

Un livre de photographies d'Ed Ruscha devient le modèle d'une vidéo, une sculpture en acier réalisée par Jeff Koons se transmue en de multiples formes, un travail lettriste minimaliste dans le style de Pierre Huyghe voit son message transformé et une vidéo musicale de la *Bohemian Rhapsody* du groupe Queen prend une nouvelle perspective - pour ne citer que quelques exemples d'une pratique longue de plusieurs années.



À première vue, on pourrait se méprendre quant à cette approche conceptuelle de l'appropriation et n'y voir qu'un simple acte interprétatif dont la vocation serait, au mieux, de produire des hommages malicieux, des réminiscences ironiques ou des accumulations de références intellectuelles. Mais Monk ne se contente pas de reprendre les réalisations conçues par d'autres artistes ; il y introduit, au moyen de ses libres transformations, ses propres idées aussi bien que celles qui nous été inculquées quant à la création artistique. S'il reste au plus près de l'œuvre originale, il n'impose pas moins ses formes, ses matériaux et son concept créatif. Il réussit de la sorte à démystifier les notions d'originalité, de caractère unique, de création artistique et de sens de l'œuvre telles que nous les avons assimilées, rendant ainsi possibles de nouvelles façons de voir et des associations d'idées à partir de contextes familiers. Cette démarche est dépourvue de tout iconoclasme car les originaux demeurent intacts dans leur forme, leur message ou leur signification. C'est que les reformulations de Monk ne déploient tous leurs effets subversifs, et parfois même perfides, que dans le contexte de l'exposition - où se produit alors, dans la tête de l'observateur, une démultiplication de la perception.

MICHAEL STAAB, CURATEUR

Jonathan Monk et La Vache qui rit® Boîte collector 2016

What next? « Et ensuite ? » Telle est pour Jonathan Monk la question qui se pose avant et après chaque intervention. Cette fois-ci, Jonathan Monk ne s'est pas approprié l'œuvre d'un plasticien mais un autre type d'« original », l'image familière d'une marque française de longue tradition : La Vache qui rit®. Le logo de cette marque - une vache affublée de boucles d'oreille en forme de boîtes de fromage et riant à pleines dents - n'a cessé d'évoluer avec le temps ; pourtant, il est toujours resté original et identifiable. Jonathan Monk réussit par le truchement d'une modification technique d'une confondante simplicité à renouveler cette image immédiatement identifiable sans avoir recours au moindre pinceau ou crayon, sans rien changer à la forme ou au message d'origine.

Sometimes we forget the obvious - Lors du processus de production industrielle, et à la demande de l'artiste, l'image sur l'étiquette des boîtes se voit complètement inversée sur un segment de la production régulière. La vache se met alors à regarder dans l'autre direction, de même que toutes les informations sur le produit se présentent inversées. En tenant cette boîte si familière dans la main, on sent bien que quelque chose n'est pas comme d'habitude. Mais quoi au juste ? Il saute alors aux yeux que le texte est inversé, mais la vache, l'est-elle aussi ? Dans quelle direction regarde-t-elle normalement ? De gauche à droite, ou bien de droite à gauche ? Nous regarde-t-elle toujours avec cet air espiègle ? À moins que cette impression ne soit due au changement de direction ?

L'original nous est si familier que nous ne le voyons plus vraiment. Le résultat de l'intervention artistique de Monk, c'est que nous devons y regarder de plus près et que, grâce à elle, l'image du produit et sa forme artistique deviennent plus visibles. Le procédé artistique à l'œuvre ici est le mécanisme de transformation en lui-même et l'image qui en résulte sa forme visible. L'image en miroir de l'étiquette conçue par Monk - à la fois complète et reproduite de façon mécanique - élimine tout jugement de valeur personnel qu'on pourrait croire porté sur les différents éléments qui la composent ; on ne peut y reconnaître aucune signature artistique personnelle. Le trouble ainsi suscité dans la sphère du quotidien a, aux yeux de Monk, plus d'importance que le processus consistant à percevoir une œuvre d'art.

Par son intervention directe dans la chaîne de fabrication strictement contrôlée et hautement standardisée d'un produit de grande consommation toujours identique, Monk conçoit une pièce de collection particulière. Nous avons tous un penchant pour les choses exceptionnelles. C'est pourquoi nous aimons en faire collection lorsque nous en trouvons. Un trèfle à quatre feuilles, une pierre insolite ou un timbre présentant une erreur d'impression. Et c'est pour cela que cette boîte, avec son étiquette inversée, va être prisée pour son altérité et sera collectionnée en raison de cette particularité, même si on ignore tout de son arrière-plan artistique.

MICHAEL STAAB, CURATEUR

C'est le contenu qui importe

Dans le projet *Boîte Collector*, ce lieu mystique qu'est l'atelier d'artiste se trouve remplacé par l'atelier de fabrication industrielle. Le service de conception graphique, le parc des machines et les ouvriers accomplissent la réalisation artistique. L'œuvre ne tire plus son existence de son caractère de pièce unique mais du fait qu'elle surgit au sein d'une masse d'originaux de référence.

Chaque boîte en particulier est une partie autonome d'une œuvre d'art globale et peut être achetée au rayon alimentation au même prix qu'une boîte de *Vache qui rit*® originale. Et c'est ainsi qu'après Hans-Peter Feldmann en 2014 et Thomas Bayrle en 2015, Jonathan Monk devient en 2016, pendant un certain temps, l'artiste le plus vendu du marché. Et en même temps le moins cher. Pour très peu d'argent, l'amateur habitué aux œuvres exposées dans les musées et les galeries devient ainsi le propriétaire d'une œuvre originale. Désormais, l'exposition et la critique artistiques ont lieu sur la table de la cuisine.

It's the inside that matters - Ce qui compte, c'est le contenu. Cela vaut tout particulièrement dans l'art conceptuel où l'idée de base et les associations d'idées qui en résultent sont plus importantes que l'œuvre elle-même. Cette approche moins sensorielle et visuelle qu'intellectuelle confère à bien des œuvres d'art conceptuel un abord aride et impénétrable. Mais, partant de cette espèce de charme naturel qui se dégage de la vache rieuse, Jonathan Monk réussit avec sa « Boîte collector » à combiner le manifeste et l'abstrait - autrement dit l'image visible et le concept général - d'une façon juste, simple, intelligente et surtout empreinte d'humour. *Sharing smiles.*

MICHAEL STAAB est metteur en scène, artiste conceptuel et commissaire indépendant. Né à Esslingen en Allemagne en 1962, il vit et travaille à Cologne.

La Vache qui rit® et les arts



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 *Notre 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 proposera précisément, année après année, cette série de *Boîtes Collector* en leur demandant de détourner la boîte de Vache qui rit® 24 portions avec la malice et l'impertinence qui sont les leurs.

Jalons chronologiques

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 représenter une *Nature morte* avec, figurant en son centre, une boîte de La Vache qui rit®. Une consécration précoce pour la marque. La Maison de La vache qui rit (Lons-le-Saunier, Jura), toujours reconnaissante envers cet artiste oublié, présente cette œuvre originale dans son parcours permanent.

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 une œuvre intitulée *Notre Sainte-Mère La Vache* figurant 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®. Une reproduction de cette œuvre sera réalisée en 1985 par Bernard Rancillac pour être directement apposée sur la boîte.

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/Girl* servira, près d'un demi siècle plus tard, de base pour la réalisation de la *Boîte Collector* de 2015.

1968

L'artiste belge Marcel Broodthaers utilise la boîte de 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 dans lesquelles l'artiste décline les phrases *Je vous aime, un peu, beaucoup, passionnément, à la folie, pas du tout* aux côtés de sa signature MB68 et de reproductions photographiques de lettres.

1971

Pour sa 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®.

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 4.000 étiquettes de La Vache qui rit®.

2010

Création de Lab'Bel, le Laboratoire Artistique du Groupe Bel.

REWIND, la première exposition du Laboratoire est inaugurée au printemps 2010 à La Maison de La vache qui rit® (Lons-le-Saunier, Jura).

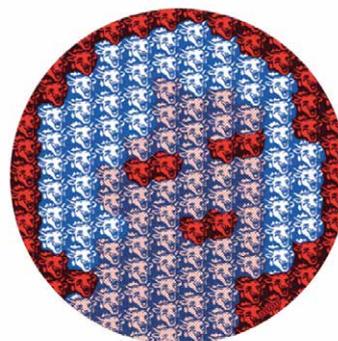
2014

Sur l'initiative de Lab'Bel, le Groupe Bel met en place l'opération des *Boîtes Collector*. La première œuvre de la série est confiée à l'artiste conceptuel 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/Girl* 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 conceptuel britannique Jonathan Monk (né en 1969, vit et travaille à Berlin).



Lab'Bel, Laboratoire artistique du Groupe Bel



Lab'Bel, le Laboratoire artistique du Groupe Bel, est né au printemps 2010 de la ferme volonté d'engager le Groupe Bel dont il émane dans une politique d'inté-

rêt général de soutien à l'art contemporain. Dirigé par Laurent Fiévet et Silvia Guerra, son directeur et sa directrice artistique, il s'engage auprès des artistes plasticiens et des différents acteurs du monde de l'art contemporain avec humour, décalage et impertinence, les trois axes thématiques autour desquels il structure son identité.

Au travers de ce ton particulier et de son association à un groupe alimentaire à la gamme de marques très populaires, Lab'Bel a retenu aussitôt l'attention par son positionnement singulier dans le paysage du mécénat français. Plateforme hors-sol, il a jusqu'à présent privilégié des actions décentralisées en France mais aussi en Espagne, au Portugal, en Grèce et en Italie. Berceau historique du groupe familial, le Jura a été naturellement choisi comme premier terrain de ses interventions à travers la programmation à Lons-le-Saunier de plusieurs expositions collectives principalement organisées en collaboration avec La Maison de La vache qui rit : *REWIND* en 2010, *Même pas vieille* en 2011, *Au Lait !* en 2012, *Un Œil dans la Maison* en 2013, *Histoires sans Sorcière* en 2014/2015 et *La Collection mise à nu par ses artistes, même* au printemps 2016. Cette proximité avec le Jura s'affirme également avec le dépôt au Musée des Beaux-Arts de Dole des pièces de la collection du Laboratoire artistique qui est enrichie de nouvelles acquisitions d'année en année.

La collaboration qui fut engagée à partir de 2009 entre Lab'Bel et l'équipe de programmation de la Nuit Blanche de Metz, puis de Paris, répondait à la même logique d'ouverture de

l'art contemporain au plus grand nombre.

En 2011, Lab'Bel a pu faire ses premiers pas à un niveau international dans le cadre de la foire SWAB de Barcelone. L'exposition collective *Art for Life/Art for a Living* avait notamment pour enjeu d'interroger le statut de l'artiste aujourd'hui et l'implication de sa mobilité dans les processus de création. L'exposition confrontait le travail des lauréats à celui d'autres artistes réalisés dans des lieux de résidence et de création internationaux : Gasworks à Londres, Palais de Tokyo à Paris et Hangar à Barcelone.

Toujours à Barcelone et en collaboration avec la Fondation Mies van der Rohe, Lab'Bel demanda également en 2011 à l'artiste Stefan Brüggemann d'investir le Pavillon du célèbre architecte allemand. L'exposition *The World Trapped in the Self* inaugurait ainsi un cycle de dialogues entre bâtiments iconiques de l'architecture moderniste et art contemporain qui a trouvé un prolongement au printemps 2014 avec l'exposition *The Light Hours: Haroon Mirza* présentée à la Villa Savoye de Le Corbusier à Poissy (Yvelines).



Metaphoria II, Athènes/ Athens, 2013 Remap Biennial.
photo crédits: Nikos Kokkas

Lab'Bel est également intervenu au Portugal dans le cadre de *Guimarães, Capitale Européenne de la Culture* à l'automne 2012 avec l'exposition *Metaphoria I*. Née d'un dialogue sur l'idée de la métaphore - à la fois figure de style issue des premiers balbutiements poétiques, puissance de déplacement, évocation d'un transport d'une réalité à une autre, d'une réalité à une pensée - *Metaphoria I* établissait une passerelle entre poésie, musique et arts visuels. Cette exposition a fait l'objet d'un second volet à l'automne 2013 dans le cadre de la Biennale REMAP, Plateforme d'art contemporain d'Athènes.



Concertino Unisono / 3 Easy Pieces / Venice 2015
photo crédits: Maurizio Torresan

Lors de la Biennale de Venise 2015, Lab'Bel fut également à l'origine de *Concertino Unisono*, une performance du plasticien allemand Michael

Staab sur la Place San Marco. Commande de Lab'Bel, *Concertino Unisono* représentait le premier volet de la programmation de 3 *Easy Pieces*, une série de performances commandées à des artistes internationaux pour l'espace public.

Au printemps 2016, jouant sur le titre d'une des œuvres les plus emblématiques de Marcel Duchamp - *La Mariée mise à nu par ses célibataires, même* - Lab'Bel a souhaité mettre « à nu » sa propre collection en la déployant dans trois lieux différents, tous situés dans le Jura : La Maison de La vache qui rit (Lons-le-Saunier - du 19 février au 1er mai 2016), le Musée des Beaux-Arts de Dole (du 18 mars au 22 mai 2016), le magnifique jardin du Belvédère Calonne de Sappel à Baume-les-Messieurs (les week-ends du 18 mars au 30 septembre 2016).

Pour Lab'Bel cette « mise à nu », qui faisait suite à une première présentation de la collection à Angers en 2012, consistait à présenter ses dernières acquisitions tout en interrogeant les enjeux d'une collection d'art contemporain, qui pour être encore modeste par le nombre de ses œuvres, compose déjà un ensemble caractérisé par une approche marquée sous le triple signe du décalage, de l'humour et de l'impertinence.



La Collection mise à nu par ses artistes, même, 2016, MVQR, Lons-le-Saunier.
photo crédits: Martin Argyroglo.

La Vache qui rit® en quelques grands chiffres :

En France :

La Vache qui rit® est le **numéro 1** des fromages pour enfants depuis des générations (source Nielsen / ventes volume)

97% des enfants de 7 à 12 ans et **94%** des mères connaissent la marque (source : Tracking Enfants IFOP Novembre 2014 / Tracking Millward Brown 2015)

1 famille sur 2 avec des enfants de moins de 15 ans achète de La Vache qui rit® (source Nielsen / CAM P13 2015)

1.100.000 fans sur Facebook

Dans le monde :

Numéro 3 mondial des fromages de marque (Étude Zénith International - Source Bel Global Cheese 2012)

400 millions de consommateurs dans le monde (source Bel)

240 portions consommées par seconde (source Bel)

Crédits images

Jonathan Monk - Defated Sculpture I, 2009 Stainless steel- 71.1 x 73.7 x 39.4 cm
Courtesy the artist and Lisson Gallery Photography: Ken Adlard

Jonathan Monk

Do Not Pay More Than \$60,000, 2009 Neon
40 x 70 cm

Courtesy the artist and Lisson Gallery Photography: Dave Morgan

Jonathan Monk

Senza Titolo VIII, 2012

Jesmonite bust with nose broken by Maurizio Cattelan Bust: 45.5 x 21 x 26 cm,
base: 150 x 50 x 50 cm Courtesy the artist and Lisson Gallery

Photography: Jack Hems

Autoportrait Jonathan Monk

©Jonathan Monk

Boîtes Collector

Boîte Collector Hans-Peter Feldmann ©GroupeBel-Hans-Peter Feldmann,2014

Boîte Collector Thomas Bayrle ©GroupeBel-Thomas Bayrle ,2015

Boîte Collector Jonathan Monk ©GroupeBel-Jonathan Monk ,2016

RELATIONS POUR LA
PRESSE ET LES MÉDIAS

FOUCHARD FILIPPI COMMUNICATIONS

Philippe Fouchard Filippi
info@fouchardfilippi.com

+33 (0)1 53 28 87 53
+33 (0)6 60 21 11 94