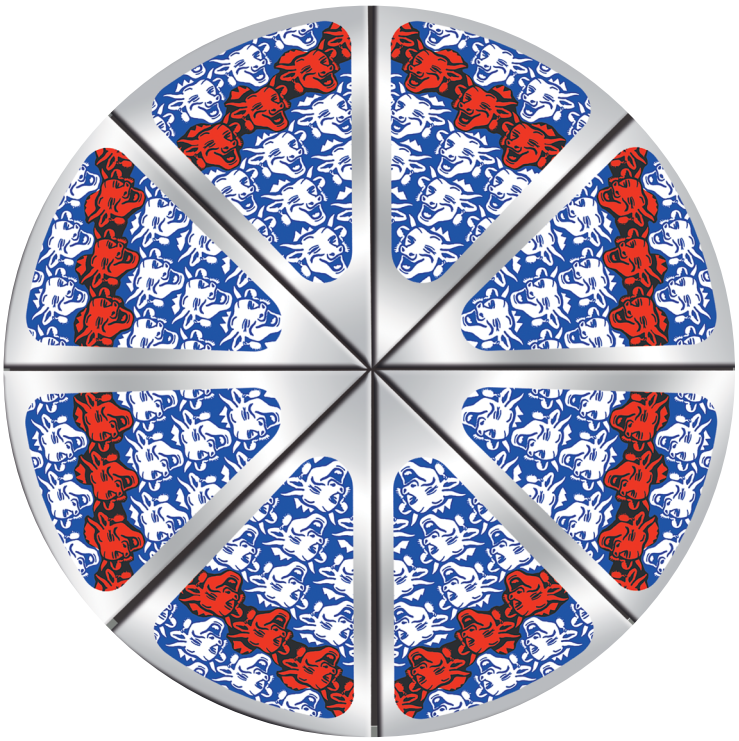
« Rien n'est identique dans la Nature. Dans la masse, non plus. »

" In the mass, like in nature, no two things are ever alike. "

DOSSIER DE PRESSE

La deuxième *Boîte Collector* signée par l'artiste **Thomas Bayrle** : 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* offriront 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, le Laboratoire artistique du Groupe Bel créé en 2010.

« La Vache qui rit® m'a séduit par son côté résolument positif.

Thomas Bayrle

La *Boîte Collector* Thomas Bayrle

En 2015, à la suite de l'artiste conceptuel Hans-Peter Feldman l'année précédente, et toujours en collaboration avec le plasticien Michael Staab en tant que commissaire, c'est à Thomas Bayrle - un des artistes pionniers du *pop art* en Europe qui utilise le logo de La Vache qui rit® dans ses œuvres depuis 1967 - que Lab'Bel a confié la création de la seconde *Boîte Collector*.

La démarche artistique de Thomas Bayrle se caractérise par le recours à ce qu'il nomme des collages de *superforms* - une *superform* étant une image composée résultant de la multiplication à l'infini d'une même image iconique. Réalisés initialement avec de simples tampons encreurs, ces collages sont aujourd'hui la résultante de recherches menées grâce à des programmes informatiques.

Thomas Bayrle et son travail ont fait l'objet de nombreuses expositions dans des musées et des institutions du monde entier dont le Portikus (1990, 1994) et le MMK, le Museum für Moderne Kunst de Francfort (2002, 2006), le Museum Ludwig de Cologne (2008), le MACBA, Museu d'Art Contemporani de Barcelone et le Mamco, Musée d'art moderne et contemporain de Genève (2009).

Thomas Bayrle a aussi participé à de nombreuses expositions collectives et notamment à la documenta de Cassel à laquelle il a été invité à trois reprises (1964, 1977, 2012). Il a pris part à de multiples biennales internationales d'art, dont celles de Venise (2003, 2009), Guangzhou (2005), Berlin (2006), Gwangju (2006, 2010), Sydney (2008) et Busan (2012). En 2013/14, sa rétrospective *All-in-One* a été accueillie au WIELS de Bruxelles, au MADRE, Museo d'Arte Contemporanea Donnaregina de Naples, au Baltic Centre for Contemporary Art de Gateshead (GB) et à l'IAC, Institut d'art contemporain de Villeurbanne.

Actualité de Thomas Bayrle

Les boîtes *Collector* signées Thomas Bayrle seront prochainement mises en vente en exclusivité Grands Magasins dans les Gourmet de Paris, Marseille, Nice et Berlin au prix de 3,15 euros !

Expositions

La Galerie Dépendance de Bruxelles a présenté jusqu'au 17 octobre une exposition personnelle consacrée aux œuvres récentes de Thomas Bayrle. Le travail de l'artiste a également été montré dans le cadre de l'exposition collective *Individual Stories. Collecting as Portrait and Methodology* organisée par la Kunsthalle de Wien jusqu'au 11 octobre dernier.

Tandis qu'à Paris, la façade du Musée d'Art moderne arbore fièrement le célèbre *Cow Wallpaper* d'Andy Warhol (1966) grâce au soutien financier du Groupe Bel, dans le cadre de l'exposition Warhol *Unlimited* consacrée à l'artiste américain (du 2 octobre 2015 au 7 février 2016), la Tate Modern réserve à Londres la dernière salle de l'exposition *The World Goes Pop* (jusqu'au 24 janvier 2016) à Thomas Bayrle en présentant le *Blue Cow Wallpaper* (1967) à effigies de Vache qui rit qui lui rend directement hommage.

La première édition de cette œuvre, incontestablement l'une des plus célèbres et emblématiques de l'artiste allemand, fait aujourd'hui partie des collections du Groupe Bel.

Actualité de Thomas Bayrle

On peut aussi la trouver à La Maison de La vache qui rit de Lons-le-Saunier, aux Editions Dilecta à Paris et au WIELS Centre d'art contemporain de Bruxelles !

Une œuvre d'art chez vous

Parallèlement à la présentation en avant-première de la *Boîte Collector* par Thomas Bayrle à Paris, La Maison de La vache qui rit de Lons-le-Saunier (Jura) a lancé en octobre 2015 l'opération *Une œuvre d'art chez vous.*

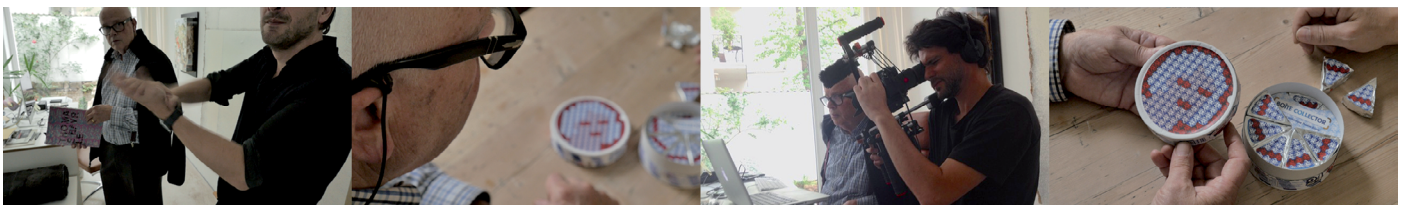
Cette initiative propose et soutient la mise en place d'une série d'expositions à domicile de la *Boîte Collector* chez les résidents de Lons-le-Saunier et de sa région. Elle illustre les valeurs de partage et de sensibilisation artistique défendues par le groupe Bel, Lab'Bel et La Maison de La vache qui rit. Le projet est documenté sur un blog accessible sur le site de La Maison de La vache qui rit :

www.lamaisondelavachequirit.com

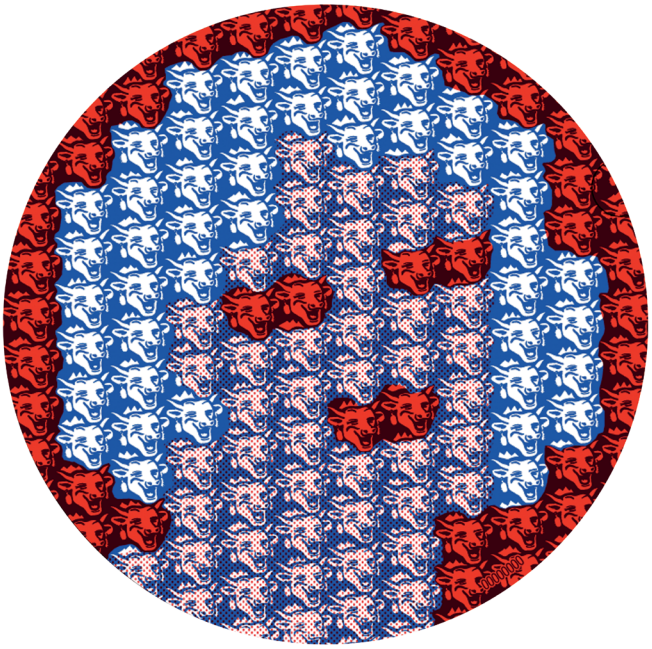
Un film

Comme pour l'édition Hans-Peter Feldmann en 2014, Lab'Bel a commandé un film à François Prodromidès pour garder trace de cette collaboration exceptionnelle. Il peut être consulté en accès direct sur le site internet de Lab'Bel :

www.lab-bel.com



Thomas Bayrle et La Vache qui rit®, une complicité ancienne



La Vache qui rit®, à la fois pour son design et pour son statut d'emblème populaire, a éveillé l'intérêt de Thomas Bayrle dès 1967, date à laquelle il réalisa pour la première fois plusieurs *superforms* à base du logo de la marque.

Son œuvre *Mädchen/Fille/Girl* - réalisée au tampon encreur - composait le visage d'une riante jeune femme à partir de l'assemblage de cent cinquante logos de La Vache qui rit®. Thomas Bayrle y citait le tout dernier logo créé pour la marque par le grand illustrateur Benjamin Rabier.

En 2015, c'est cette première création qui sert de base au motif de la seconde *Boîte Collector.* Le bleu et le rouge ont légèrement été rafraîchis mais la boîte garde volontairement une esthétique 1960 dans laquelle une grosse trame rouge vient donner à la jeune paysanne un teint rose.

En jouant sur les qualités du logo imaginé en 1921 par Benjamin Rabier, Thomas Bayrle a d'abord souhaité faire appel au charme et au pouvoir de séduction originels que dégageait l'image de la première Vache qui rit® avec ses cornes effilées et son sourire intrépide.

Au temps de Rabier, elle passait pour un détournement ironique de la Walkyrie. Avec la jeune paysanne qui orne la *Boîte Collector* et les étiquettes intérieures sur ses portions en forme de rosace, Thomas Bayrle jette un pont entre la longue tradition artistique des Fromageries Bel et l'évolution de la marque sur des décennies, un pont qui débouche naturellement sur l'art contemporain.

La *Boîte Collector* de Thomas Bayrle joue également, et comme toujours dans le travail de l'artiste, sur nos perceptions visuelles. Sur le couvercle de la boîte, la masse des vaches – un véritable troupeau en fait – est beaucoup plus individualisée qu'il n'y paraît au premier regard. Certaines d'entre elles sont bleues, d'autres rouges, d'autres encore à pois. C'est aussi l'effet produit par le visage qu'elles composent : il n'est pas dessiné, c'est notre œil qui le crée. Certains y voient la vache, d'autres le visage de la jeune fille. Et on peut passer alternativement de l'une à l'autre.

Thomas Bayrle

Thomas Bayrle est un artiste allemand, né à Berlin en 1937. Il vit et travaille à Francfort. Considéré avec Sigmar Polke comme l'un des pionniers du *pop art* en Allemagne, Thomas Bayrle est aujourd'hui un artiste de renommée internationale. Dans son travail, il s'exprime au travers d'installations, d'animations, de films, de photographies, d'œuvres graphiques, de sculptures et d'objets.

Thomas Bayrle s'est d'abord formé au tissage industriel avant d'étudier de 1958 à 1961 le dessin publicitaire, puis l'imprimerie d'art à la Werkschule Offenbach. La formation au tissage Jacquard qu'il a reçue entre 1957 et 1959 représente un aspect essentiel de sa pratique artistique. S'il a rapidement arrêté de travailler sur le métier à tisser, il a continué d'en utiliser la technique. Les références au domaine du tissage, comme la chaîne et la trame, tiennent en effet une place essentielle dans ses recherches. De fait, il favorise dans sa pratique artistique un rapport à l'horizontalité en opposition à la verticalité traditionnelle avec laquelle il n'entretient, de son propre aveu, que peu d'affinités.

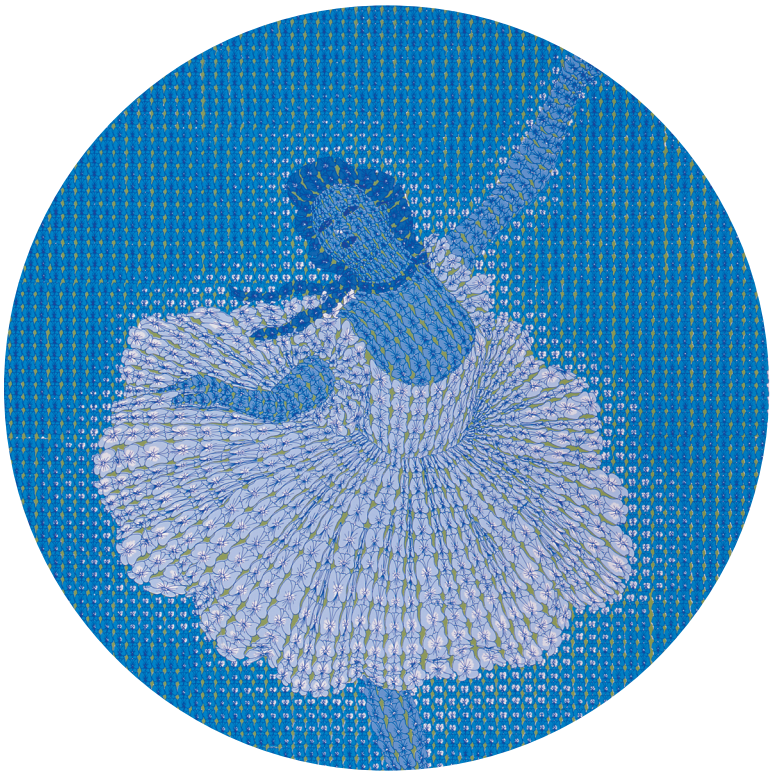
Sa connaissance des techniques du tissage industriel lui a permis d'accéder très tôt à la programmation des machines, ce qui devait avoir une importance considérable dans toute sa production artistique, notamment pour ses collages et ses objets.

Dans ses œuvres, Thomas Bayrle a souvent fait appel à des images et à des icônes issues de la production industrielle de masse ou de l'univers des marques qu'il appelle *superforms*. Les couleurs y sont vives, presque criardes, les motifs souvent empreints d'humour ou de fantaisie, ce qui pourrait laisser penser, de prime abord, que les œuvres de Thomas Bayrle ne semblent viser qu'une séduction formelle et esthétique.

Ainsi, dans ses collages de *superforms* réalisés initialement avec de simples tampons encreurs puis à l'aide de programmes informatiques, des centaines de petits avions donnent-ils naissance à une gigantesque image d'avion ou des centaines de fleurs forment-elles l'image d'une danseuse. Et la réunion d'une nuée de verres de bière minuscules crée un verre de bière majuscule.

Cependant, et en raison de la cohérence que Thomas Bayrle s'est toujours attaché à donner à ses œuvres, celles-ci révèlent un contenu insoupçonné au sein d'un *pop art* longtemps considéré comme apolitique, parce que puisant ses références dans la publicité, les médias, la société de consommation.

Michael Staab, Commissaire



Le grand sujet de Thomas Bayrle, c'est la société

> Rien n'est identique dans la Nature. Dans la masse non plus. Chaque chose a sa vie propre. Individualité et masse ne sont pas contradictoires. La Nature produit les deux, masse et individualité. Et nous faisons partie de la Nature.
>
> Thomas Bayrle, 2015

Si Thomas Bayrle ne recherche pas à délivrer un message explicitement politique dans son travail, les fonctionnements sociétaux, leurs expressions, leurs principes de répétition et de variation, le rapport de la masse à l'individu constituent autant de sujets centraux au sein de sa réflexion.

Pour reprendre l'image du tisserand, on pourrait voir dans le tissu une analogie avec la société, avec son ample horizontalité et les liens de toutes sortes qu'elle met en place. Selon Thomas Bayrle, la Nature et la société – qui en fait partie – produisent à la fois la masse et l'individu. Mais rien n'y est tout à fait semblable, que ce soit dans la masse sociale ou dans la production de masse de la Nature. Chaque chose a sa vie propre et son caractère unique. L'intérêt de Thomas Bayrle pour la production de masse, la consommation de masse et la communication de masse diffère donc des notions traditionnelles de masse, qu'elles soient idéologiques ou économiques, où la valeur d'une création est souvent déterminée par sa reproductibilité, mais aussi par sa rareté.

Ainsi, avec des moyens simples et directs, Thomas Bayrle parvient-il à ouvrir l'Art à de nouvelles façons d'envisager les évolutions et les structures sociétales, sans se contraindre lui-même à une action politique. Ce n'est pas un hasard si depuis quelques années, depuis que les conséquences sociales de la mondialisation se font de plus en plus ressentir, le monde de l'Art manifeste un regain d'intérêt pour son travail. On y décèle en effet des métaphores qui, sans nous soumettre à une forme de propagande, permettent à chacun de réfléchir sur l'évolution et sur la situation de la société et de la culture. De ce fait, il permet à l'Art de remplir une importante mission sociale.

Si l'on retrace les presque cinquante années durant lesquelles Thomas Bayrle a exercé une activité artistique, l'œuvre constituée s'étend bien au-delà des collages de *superforms* auxquels il doit sa célébrité. Dans ses créations de jeunesse, on trouve des sculptures-machines peintes qui traitent des mouvements de masse du national-socialisme, du communisme, du capitalisme et du rôle de l'individu. Viendront ensuite les séries sculptées faites d'*Autobahnen (Autoroutes)* entrelacées, symbole du transport de masse, auxquelles s'ajouteront des machines, des moteurs ou des pneumatiques débitant des prières. Dans *Gerani/Pavesi*, son ensemble le plus récent, les icônes du transport de masse sont associées à des motifs religieux.

Dans son travail, Thomas Bayrle emprunte volontairement des techniques et des esthétiques à la production médiatique et industrielle. Il reste un des premiers artistes à avoir utilisé le numérique pour créer des images. C'est ce qui nous rend ses travaux si familiers et si accessibles. De plus, il se voit en acteur du système sociétal et non en observateur distancié. Et cette proximité est perceptible dans son travail, ce qui explique que celui-ci nous soit aussi proche.

Michael Staab, Commissaire

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 occidental 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.

Laurent Fiévet, Directeur de Lab'Bel, Laboratoire artistique du Groupe Bel

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

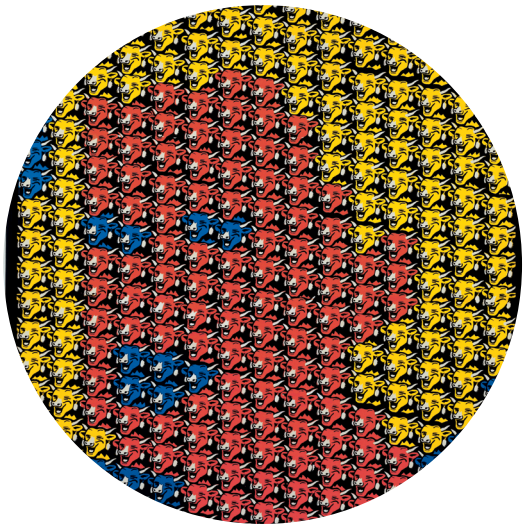
Les Fromageries Bel collaborent avec Alain Saint-Ogan. Ce partenariat donnera lieu à l'édition de nombreux supports publicitaires signés de la main de l'artiste : protège-cahiers, buvards, mais aussi une série de 10 albums pour enfants, intitulés *La Vache qui rit® au paradis des animaux*.

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 cotés 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 « ose » représenter La vache qui rit® de plain-pied. Il l'habille également de mille façons : en différents costumes régionaux, en robe, en blue jean, etc.

1975

Albert Hollenstein, graphiste et typographe, compose une carte de vœux de forme ronde pour ses amis et ses clients, 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

Réalisation de la deuxième *Boîte Collector* par Thomas Bayrle sur la base d'une réactualisation de *Mädchen/Fille/Girl* de 1967, première *superform* de l'artiste avec le logo de La Vache qui rit®.

Lab’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’intérêt 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 et *Histoires sans Sorcière* en 2014/2015. Cette proximité avec le Jura s’affirme également avec le dépôt au Musée des Beaux-Arts de Dôle des pièces d’une collection qui devrait s’enrichir de nouvelles acquisitions chaque année. La collaboration qui fut engagée à partir de 2009 entre Lab’Bel et l’équipe de programmation de la Nuit Blanche de Metz 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. Au sein de la foire SWAB de Barcelone, il a organisé l’exposition collective *Art for Life/Art for a Living* dans le but 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 fit appel la même année à l'artiste Stefan Brüggemann afin d'investir le Pavillon du célèbre architecte allemand. L'exposition *The World Trapped in the Self* (illustration ci-dessus) 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).

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.

En 2015, Lab'Bel fut également à l'origine de *Concertino Unisono*, une performance du plasticien allemand Michael Staab qui s'est déroulée sur la Place Saint-Marc lors de l'ouverture de la 56ème Biennale Internationale d'art contemporain de Venise. Commande de Lab'Bel, *Concertino Unisono* est le premier volet de la programmation de *3 Easy Pieces*, une série de performances commandées à des artistes internationaux pour l'espace public.

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 96% des mères connaissent la marque

(source : Tracking Enfants IFOP Novembre 2014 / Tracking Millward Brown 2014)

1 famille sur 2 avec des enfants de moins de 15 ans achète de La Vache qui rit®

(source Nielsen / CAM P6 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)

Comment se procurer* la *Boîte collector* ?

EN FRANCE

Galeries Lafayette Paris - Le Gourmet – 35 boulevard Haussmann Paris 9ème
Galeries Lafayette CAP 3000 – Le Gourmet - BP 126 06703 Saint-Laurent du Var
Galeries Lafayette Marseille Bourse – Le Gourmet - 28 rue Bir Hakeim 13001 Marseille
A La Maison de La vache qui rit© et par envoi postal en adressant une demande au 25, rue de Richebourg F-39000 Lons-le-Saunier
Aux Editions Dilecta 49, rue Notre Dame de Nazareth, F-75003 Paris

EN ALLEMAGNE

Galeries Lafayette Berlin – Le Gourmet - Französische Strasse 23 D-10177 Berlin Allemagne

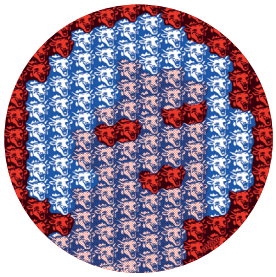
EN BELGIQUE

Au WIELS Centre d'art contemporain, Avenue Van Volxemlaan 354, BE-1190 Bruxelles

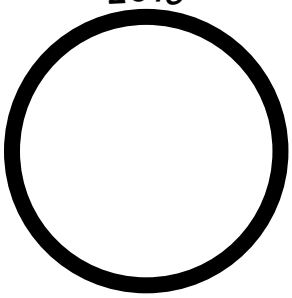
*dans la limite des stocks disponibles

2014

2015



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