

DOSSIER DE PRESSE

"L'œuvre ne peut être vue, ni comprise, ni appréhendée en soi,
elle n'est que *par-rapport-à* et de là indéfiniment redéfinie."

Daniel Buren



Daniel Buren

Boîte Collector La Vache qui rit[®]

Édition #6, 2019

**DANIEL BUREN,
CONCEPTEUR DE LA 6^e BOÎTE COLLECTOR LA VACHE QUI RIT®**

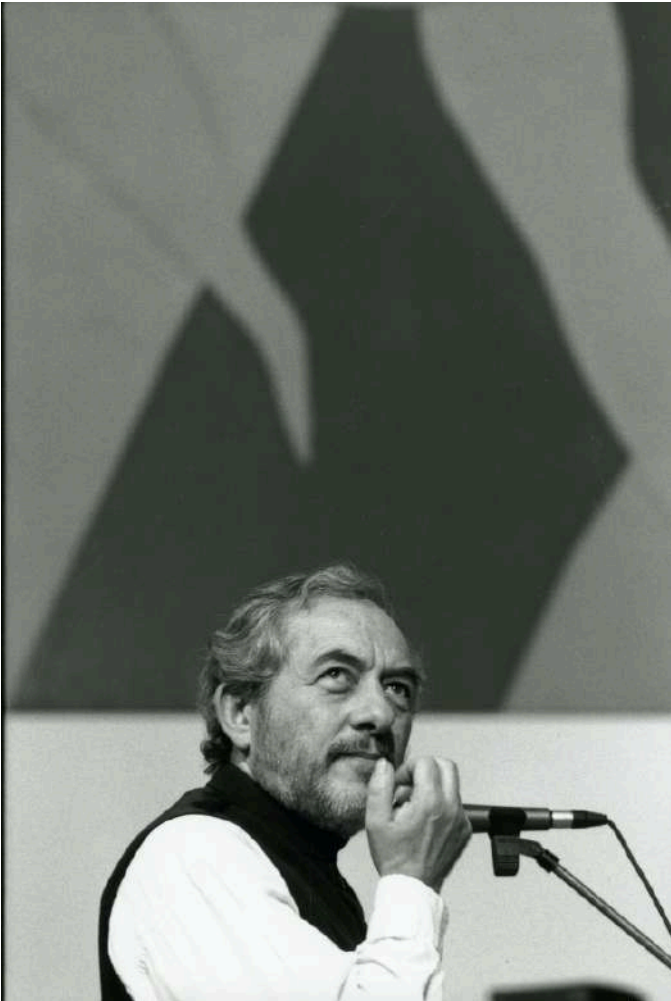
Lab'Bel, le Laboratoire Artistique du Groupe Bel, a lancé en 2014 une série de collaborations avec de grands artistes contemporains pour la réalisation de *Boîtes Collector* exceptionnelles en vue de célébrer le 100^e anniversaire de *La Vache qui rit*® en 2021. Ces propositions originales actualisent et perpétuent les liens que les artistes tissent avec la marque depuis ses origines, notamment en leur servant régulièrement de source d'inspiration. Les *Boîtes Collector* sont considérées par ceux qui les créent comme des œuvres artistiques à part entière que les consommateurs ont la possibilité d'acheter au prix habituel d'une boîte de 24 portions. Elles offrent à leur acquéreur un double choix : en manger le contenu ou les conserver intactes comme objet 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 et Karin Sander, c'est à l'artiste français Daniel Buren que Lab'Bel a confié la création de la 6^e *Boîte Collector*. Cette boîte sera proposée pour la première fois au public dans le cadre de l'édition 2019 de la FIAC, partenaire depuis 2016 du projet.

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



DANIEL BUREN



Daniel Buren est né en 1938 à Boulogne-Billancourt. Il vit et travaille *in situ*.
www.danielburen.com



LA BOÎTE COLLECTOR DANIEL BUREN DÉVOILÉE À LA

Lab'Bel dévoilera la collection des *Boîtes Collector* conçues par Daniel Buren dans le cadre de l'édition 2019 de la FIAC.

Collectionneurs et amateurs d'art contemporain pourront faire l'acquisition des boîtes sur le stand dédié au projet, situé sous la nef centrale du Grand Palais, au niveau de l'Escalier d'Honneur.

Le prix de la *Boîte Collector* sera aligné sur le prix de la boîte 24 portions classique fixé par les distributeurs.

Horaires :

Mercredi 16 octobre (sur invitation uniquement)

Jeudi 17 octobre : 11h-14h (Preview VIP) puis 14h-20h

Vendredi 18 octobre : 12h-20h

Samedi 19 et dimanche 20 octobre : 12h-19h.

Accès :

GRAND PALAIS

Avenue Winston Churchill
75008 Paris

Tarifs et informations pratiques :

www.fiac.com/infos-pratiques/

LES BOÎTES COLLECTOR SERONT ENSUITE VENDUES SUR INTERNET ET À LA MAISON LA VACHE QUI RIT, À LONS-LE-SAUNIER


**LA MAISON DE
LA VACHE QUI RIT**

Horaires :

Hors vacances scolaires, tous les jours sauf le lundi, de 14h à 18h
Pendant les vacances scolaires, tous les jours de 10h30 à 19h.

Accès :

25 rue Richebourg

39000 Lons-Le-Saunier

www.lamaisondelavachequirit.com/prepa-rez-votre-visite/plan-access

Tarifs et informations pratiques :

www.lamaisondelavachequirit.com/infos-pratiques

Achats sur internet :

www.boutique.lavachequirit.com

Pour la liste actualisée des points de

vente, consulter : www.lab-bel.com/box



LES BOÎTES COLLECTOR, DE L'ART À PARTAGER

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 de son temps et dans le respect des valeurs d'excellence, de partage, de plaisir et d'innovation défendues par le Groupe Bel dont elle émane ; avec ce prétexte d'annoncer et d'accompagner, à travers une série de rendez-vous annuels, le centième anniversaire de la marque en 2021.

Cinq artistes, depuis 2014, se sont illustrés dans l'exercice consistant à se confronter à la marque, ses codes et ce qu'elle a réussi à construire au fil du temps pour tenter de l'intégrer dans leur pratique et en déplacer la perception. Ils ont su répondre à la commande que leur avaient faite le Groupe et son Laboratoire artistique avec brio en interrogeant son statut et le caractère iconique de son effigie souriante. Le premier, Hans-Peter Feldmann, a accentué la dimension facétieuse de la vache et pointé l'essence même de son identité. Le second, Thomas Bayrle, l'a utilisée comme un motif constitutif d'une trame graphique plus large pour mieux marquer sa singularité, sa popularité et son intégration dans notre société pointant doublement ses origines et son expansion internationale. Un troisième, Jonathan Monk, a déplacé l'aspect conceptuel de sa composition en abyme en la transformant en objet d'exception. Le quatrième, Wim Delvoye, a rebondi sur son histoire promotionnelle pour pouvoir mieux la nourrir. Quant à la cinquième, Karin Sander, elle en a brouillé ludiquement l'image pour mieux signifier l'assimilation de ses codes dans notre quotidien.

Certains des artistes sollicités développaient déjà un lien très étroit avec la vache et l'avaient introduite auparavant dans leurs réalisations (Thomas Bayrle, Wim Delvoye), que ce soit de façon ponctuelle ou en corpus plus consistant d'œuvres disséminées dans le temps ; d'autres ont profité de cette commande pour la prolonger à travers d'autres propositions (Hans-Peter Feldmann et Jonathan Monk), soulignant par là-même une forme de cohérence entre leur démarche et celle qui leur avait été suggérée ; 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 servir 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 et dont j'ai l'honneur de faire partie, 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 depuis 2016 à la FIAC, la Foire Internationale d'Art Contemporain de Paris, dans l'enceinte prestigieuse du Grand Palais, sur une invitation de sa directrice Jennifer Flay, 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, qu'il s'agisse de particuliers ou d'institutions. 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 présence dans certaines grandes surfaces, le plus souvent en France mais aussi ponctuellement à l'étranger, la diffusion de la *Boîte Collector* sur internet invite depuis 2017 à gagner une audience plus élargie. Et le constat est sans appel : la marque est devenue clairement une ambassadrice des différents intervenants qui s'y sont confrontés, participant à donner de l'art contemporain une image plus accessible et développer une connaissance de pratiques conceptuelles souvent ignorées du grand public. Ce qui est apparu très vite dans l'entreprise 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 est tout aussi forte dans le milieu de l'art contemporain où a été saisi, édition après édition, la pertinence des propositions égrenées et ce qui pouvait se jouer de vertueux entre art et entreprise.

Les équipes de Bel et de Lab'Bel sont aujourd'hui très heureuses de poursuivre ce projet en vous dévoilant cette sixième *Boîte Collector*. Sa réalisation est signée par Daniel Buren qui est le premier artiste à avoir été sollicité en 2012 pour la série mais dont la proposition n'avait pu aboutir en raison de problèmes techniques aujourd'hui résolus. Elle se décline pour la première fois en quatre couleurs qui sauront, j'espère, chacune à leur manière, attiser votre appétit.

En vous souhaitant bonne dégustation,

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

LA BOÎTE COLLECTOR DANIEL BUREN POUR LAB'BEL

Le processus de production industrielle suit un certain nombre de règles et de dispositifs techniques impliquant un grand nombre de compétences. Aussi simple qu'elle puisse paraître, une boîte de *Vache qui rit*[®] mobilise une constellation d'intervenants : des ingénieurs et des ouvriers qui conçoivent, fabriquent et façonnent le carton, des juristes qui doivent permettre au produit de respecter les règles de la grande distribution et les contraintes sanitaires, elles-mêmes rédigées par d'autres juristes qui ont traduit des directives nationales votées dans les assemblées de différents pays et la communauté Européenne, des gestionnaires qui organisent les comptes de l'entreprise, des dirigeants qui orchestrent et orientent la destination du groupe, des syndicats qui protègent les intérêts des employés, des distributeurs qui imposent des formats et des prix, des responsables du marketing, des publicitaires et des graphistes qui ont du s'entendre pour imaginer les meilleurs moyens visuels pour stimuler au premier coup d'œil l'intérêt des consommateurs de 136 pays à travers le monde... sans compter le produit lui-même, le fromage fondu dont la production implique des cuisiniers, des laitiers, des agriculteurs, des pâturages et, tout en haut de la chaîne, des vaches, nous y reviendrons... Ces entités interdépendantes font des choix en permanence dont la complexité passe souvent totalement inaperçue. Ces simples boîtes sont pourtant le résultat d'un ensemble d'opérations dont Daniel Buren n'a pas seulement conscience mais dont le travail va révéler certaines des particularités.

Les bandes de couleur verticales de 8,7 cm qu'il utilise comme « outil visuel » depuis 1965 font partie, selon ses propres termes, des éléments qui permettent d'« élargir le champ de vision »¹, d'interroger de manière critique les particularités d'un espace, d'un objet, d'une situation où « s'organisent des mécanismes, des attitudes et des systèmes de

pouvoir »². Comme Daniel Buren le dit lui-même, il « vit et travaille *in situ* », ce qui signifie que son œuvre ne peut exister que dans des contextes existants. En l'occurrence, le contexte est celui des boîtes de *Vache qui rit*[®] dont il révèle certaines dimensions telles qu'elles sont conçues matériellement et visuellement, produites, circulent et sont mises à disposition des consommateurs. D'une manière générale, une relation de codétermination se joue entre l'outil visuel de Daniel Buren et le contexte dans lequel il est inscrit. L'œuvre est ainsi modifiée par les particularités des contextes qu'elle rencontre, en l'occurrence, les lieux où les boîtes de *Vache qui rit*[®] sont mises en vente et les lieux innombrables, et donc indéfinissables, où elles sont consommées.

Retracer certains moments saillants du cheminement de Daniel Buren permettra de prendre toute la mesure de l'œuvre qu'il propose dans le contexte des *Boîtes Collector La Vache qui rit*[®] et de quelle manière elles s'inscrivent dans l'histoire de son travail. Tout débute en 1965. Daniel Buren achève un processus de réduction des effets picturaux qu'il avait entamé depuis la fin des années 1950 en adoptant cette forme visuelle caractéristique de son travail: des bandes blanches et de couleur de 8,7 cm de large chacune. C'est au Marché Saint-Pierre qu'il trouve ce tissu produit industriellement servant généralement à confectionner les matelas ou les coussins. Ce qu'il appellera plus tard son « outil visuel » est formé à partir d'une dialectique élémentaire : une différence entre une chose et une autre. Utilisant comme médium de la toile ou du papier imprimé de cet outil visuel, il s'émancipe de l'espace pictural traditionnel, le tableau, pour le placer sur de nombreux types de supports comme moyen de révéler des dimensions spécifiques de l'architecture, de l'espace urbain, de dispositifs de communication... L'insertion de cet outil

¹ Daniel Buren, *Les Écrits 1965-2012*, vol. 1, Flammarion/CNAP, Paris, 2012, p.798

² Daniel Buren, *Les Écrits 1965-2012*, vol. 1, Flammarion/CNAP, Paris, 2012, p.959

visuel dans ces contextes publics ou privés révèle certaines de leurs qualités formelles, institutionnelles, politiques, sociales, juridiques et symboliques. Cet outil visuel est à la fois banal, impersonnel et, par son effet visuel, se remarque, surtout lorsqu'il est apposé sur des endroits *a priori* incongrus. Appliqués sur des panneaux publicitaires, dans les rues et le métro Parisien en 1968, ces fragments de papier interrogent ce qu'il en est de la parole dans l'espace public à une époque où le consumérisme et l'autoritarisme arbitraire du système politique sont contestés par des slogans écrits sur les murs et les affiches militantes. Son geste clandestin consistant à coller ces affiches sur des panneaux publicitaires est à ce point critique qu'il finira au poste en 1969 à Berne, en Suisse, alors qu'a lieu l'exposition *Quand les attitudes deviennent forme*. Les autorités ont certainement compris ce qu'il y avait de subversif dans cet affichage « illégal » d'autant plus intrigant et disruptif qu'il est impersonnel, apparemment dénué « d'intérêt » et sans signification à l'endroit même où sont abusivement autorisés des messages quant à eux déclamatoires pour promouvoir des intérêts privés dans l'espace public.



Photo-souvenir : *Within and Beyond the Frame*, octobre 1973, travail *in situ*, John Weber Gallery, New York, États-Unis. © Daniel Buren/Adagp, Paris. Détail.

En 1970, avec *Within and Beyond the Frame* c'est le statut des œuvres que Daniel Buren interroge lorsqu'il fait courir des toiles aux bandes verticales alternativement noires et blanches de 8,7cm à l'intérieur de la John Weber Gallery, à travers la fenêtre ôtée complètement pour l'occasion et pendant un

mois, et traversant West Broadway jusqu'à l'immeuble opposé. L'outil visuel peut être interprété comme une œuvre à l'intérieur de l'espace et du linge qui sèche à l'extérieur, surtout à deux pas de Little Italy où cette pratique était encore courante à l'époque. Une simple différence de contexte confère ainsi au même objet des significations et des valeurs radicalement différentes. Daniel Buren s'intéresse particulièrement à la qualité d'œuvres qui ne s'affirment pas comme telles mais ont cette faculté de produire des effets disruptifs car inattendus dans des espaces de la vie quotidienne. Loin d'être le contexte naturel où l'on s'attend à trouver une œuvre d'art, une boîte de fromage produite en série représente un objet idéal pour diffuser son travail, comme il en a fait l'expérience dans des journaux de grande diffusion comme *Libération* et *Le Progrès*.

Bouleversements graphiques

D'une manière générale, la peinture réductionniste, dont est issu Daniel Buren, engage à porter une attention scrupuleuse aux détails, à ce que chaque forme, en apparence anodine, peut porter comme significations ; Daniel Buren a étendu cette attention depuis la peinture vers le reste du monde.

L'application des bandes de couleur verticales sur les *Boîtes Collector La Vache qui rit*[®] bouleverse un grand nombre de choses particulièrement significatives qui sont communément ignorées parce que peu visibles ou négligées. En regardant attentivement une *Boîte Collector* de Daniel Buren, on observe notamment que le paysage bucolique devant lequel sourit habituellement la vache évoquant le dispositif de la Mona Lisa a disparu. Le portrait est inscrit sur un aplat de couleur rendant le dessin plus saillant. Habituellement rouge, ce qui en fait sa singularité visuelle, la figure de la vache prend à chaque fois la couleur de la bande pour devenir tout aussi arbitrairement soit bleue, soit verte, soit jaune. Le regard se focalise donc sur la figure centrale sans

laquelle le produit n'existerait pas : l'animal à l'origine du fromage et ses traits si caractéristiques – le sourire et sa couleur rouge – qui en ont fait un emblème si fructueux. Beaucoup d'éléments graphiques, notamment les informations promotionnelles ou les rayures obliques qui font partie du vocabulaire de la marque, ont intégralement disparu, rendant le graphisme considérablement plus clair et lisible. D'autre part, les bandes verticales de couleur libérant des aplats blancs attirent l'attention sur les informations légales qui sont faites pour informer mais sont habituellement difficilement trouvables lorsqu'elles sont perdues dans différentes zones du graphisme. Un tel objet industriel doit concilier la présence des impératifs techniques (le poids, les valeurs nutritionnelles, la date de péremption...) et les éléments graphiques de communication. Ces deux paramètres étant en évolution constante, chaque promotion fait l'objet de bouleversements souvent au détriment de la lisibilité de l'ensemble. L'intervention de Daniel Buren n'est pas tant un ajout qu'un prisme clarifiant l'ensemble et révélant, en les différenciant, les multiples éléments qui sont ainsi mis en scène. Lors de son exposition *Le Musée qui n'existait pas* au Centre Georges Pompidou en 2002, l'une de ses œuvres consistait en de larges écrans couvrant la signalétique de Ruedi Baur qui a été finalement retirée après l'exposition, les responsables du musée s'étant rendu compte que le public se repérait plus facilement sans elle. Il arrive d'ailleurs souvent que les œuvres de Daniel Buren modifient les habitudes d'un lieu. Le seul fait d'intégrer les bandes de couleur verticales sur les boîtes a déjà bouleversé le processus de production industrielle. La machine ne pouvant ajuster l'étiquette à la banderole circulaire, l'opération a dû être effectuée à la main, revenant à une production semi-artisanale. Les outils habituels ne fonctionnent plus dès lors qu'intervient un changement de paramètre. Cette contrainte avait d'ailleurs suspendu le projet de *Boîte Collector* proposé par Daniel Buren en 2009.

Multiples illimités

Chaque année, plus de 200 millions de boîtes de *Vache qui rit*[®] sont vendues dans le monde, couvrant, si elles sont empilées, la distance entre la Terre et la Lune. Ce caractère monumental d'un objet industriel est la première chose qui a séduit Daniel Buren et la dimension déterminante sur laquelle il est intervenu. Cet effet de démultiplication se retrouve dans le principe de mise en abyme présent dans l'image de la *Vache qui rit*[®] elle-même : Daniel Buren a reporté les bandes de couleur dans l'image figurée sur les boîtes que l'animal porte en boucles d'oreille. Le logo imaginé par l'illustrateur Benjamin Rabier est ainsi actualisé, empilé au sein de l'image, à l'infini.

Mais le geste déterminant de Daniel Buren a consisté à utiliser son outil visuel pour organiser une continuité verticale incitant l'accumulation des boîtes. L'intervention graphique induit d'emblée un passage de la 2D à la 3D: empilées, les bandes verticales imprimées sur les boîtes forment une colonne virtuellement infinie.



Photo-souvenir : *Les Deux Plateaux*, travail *in situ*, Cour d'honneur du Palais-Royal, Paris, 1985-2009 © DB / Adagp Photo. Charles Duprat Courtesy de l'artiste et Kamel Mennour, Paris.

Les colonnes sont un des éléments par lesquels Daniel Buren avait interrogé le mode d'appropriation collectif d'un espace public avec notamment *Les Deux Plateaux* au Palais-Royal où les bandes rayées, initialement présentes sur les stores des façades, se prolongent sur des colonnes dont

les tailles varient selon l'inclinaison du ruisseau qui coule sous le niveau du plateau ou sur la surface convexe de l'ensemble de la cour. Plutôt que de reproduire la physionomie des places à la Française où trône, généralement au centre, la sculpture d'une figure de pouvoir, les colonnes permettent à chacun de s'instituer comme sujet en montant dessus.

Le même principe d'appropriation est en jeu avec le projet de *Boîte Collector La Vache qui rit*[®]. Éditées en quatre couleurs – bleu, jaune, rouge et vert –, les boîtes de fromage offrent de multiples permutations d'agencements chromatiques possibles. Daniel Buren a toujours davantage utilisé des couleurs pour différencier des choses ou des espaces que pour des questions de goût. Depuis la fin des années 1960, il utilise des couleurs industrielles élémentaires qu'il organise selon l'ordre alphabétique du pays dans lequel il travaille afin de relativiser des questions de jugement de goût. Ce système revendiquant une dimension arbitraire est variable selon les contextes : un enchaînement bleu-jaune-rouge-vert en France devient bleu-vert-rouge-jaune (blue-green-red-yellow) aux USA.

On peut se demander ainsi pourquoi la vache historique est rouge. Est-ce un choix volontaire ou arbitraire ? Si l'on sait ce que peut signifier l'expression « rire jaune », que pourrait signifier le fait de rire rouge, vert ou bleu ? Et d'ailleurs, de quoi la vache rit-elle ? La vache aurait été dessinée en 1917 par l'illustrateur Benjamin Rabier comme mascotte de son bataillon. Appelée la « Wachkyrie », l'animal souriant était une boutade destinée à se moquer de la figure des *Walkyries* prisées par l'ennemi germanique d'alors. Au-delà de cette histoire séminale, on peut se demander pour

quelles raisons, certainement différentes à chaque époque, la vache rit-elle ? Rit-elle de nous ou avec nous ? Ce rire toujours aussi insolite, sur lequel Daniel Buren insiste en le mettant tant en valeur par le graphisme et le changement des couleurs, est-il critique ou complice ? Cette question revient à se demander quelle peut être notre position face à ce rire. L'approche de Daniel Buren consiste toujours à interroger ce qui n'est pas questionné, ce qui passe pour un *statut quo*. En l'occurrence, pourquoi est-elle rouge et pourquoi, ou de quoi, rit-elle ? « Critiquer un phénomène, une attitude ou un système, ce n'est certainement pas y croire, mais bien, et surtout, étudier ce phénomène, cette attitude ou ce système, en analyser les limites et/ou en découvrir les failles. »³

La Critique Institutionnelle⁴ à laquelle Daniel Buren est associé – bien qu'il s'en défende – s'est vite confrontée au paradoxe consistant à critiquer une institution tout en la valorisant par le fait de contribuer à sa réputation. Daniel Buren affirme que la critique n'est qu'un moyen pour proposer autre chose, une alternative, une manière de voir autrement. « Je pense que critiquer pour critiquer est aussi stupide et vain que de ne pas critiquer du tout »⁵. Plus loin dans le même texte, il ajoutait : « Critiquer, c'est questionner. Critiquer c'est déconstruire. Critiquer c'est aussi s'autocritiquer. »⁶ D'une certaine manière, il n'interroge pas tant *un* contexte institutionnel, qu'il ne s'interroge *avec* ce contexte, s'incluant lui-même, en tant qu'institution, dans la critique.

Sébastien Pluot
Commissaire associé de l'édition 2019 de la
Boîte Collector

³ Daniel Buren, *Les Écrits 1965-2012*, vol. 1, Flammarion/CNAP, Paris, 2012, p.959

⁴ La Critique Institutionnelle désigne des pratiques artistiques utilisant les éléments d'une institution comme médium de l'œuvre. Les premiers artistes identifiés depuis les années 1960 sont notamment : Michael Asher, Marcel Broodthaers, Daniel Buren, Graciela Carnevale, Guerilla Girls, GAAG, Mierle Laderman Ukeles, Hans Haacke, John Knight, Martha Rosler, suivi d'artistes dans les années 1970 et 1980 tels que Christopher D'Arcangelo, Andrea Frazer, Renée Green, Silvia

Kolbowski, Louise Lawler, Adrian Piper, Group Material, et plus récemment Renaud Auguste-Dormeuil, Tania Bruguera, Matthieu Laurette, Gianni Motti, Walid Raad, Tino Sehgal, Hito Steyerl...

⁵ Daniel Buren, *Les Écrits*, Entretien avec Olle Granath et Mats B. à l'occasion de l'exposition *Coincidences* à Stockholm, Moderna Museet, janvier 1984, p.961

⁶ Ibid, p.959.

LA BOÎTE COLLECTOR, 6 ÉDITIONS



HANS-PETER FELDMANN



WIM DELVOYE



THOMAS BAYRLE



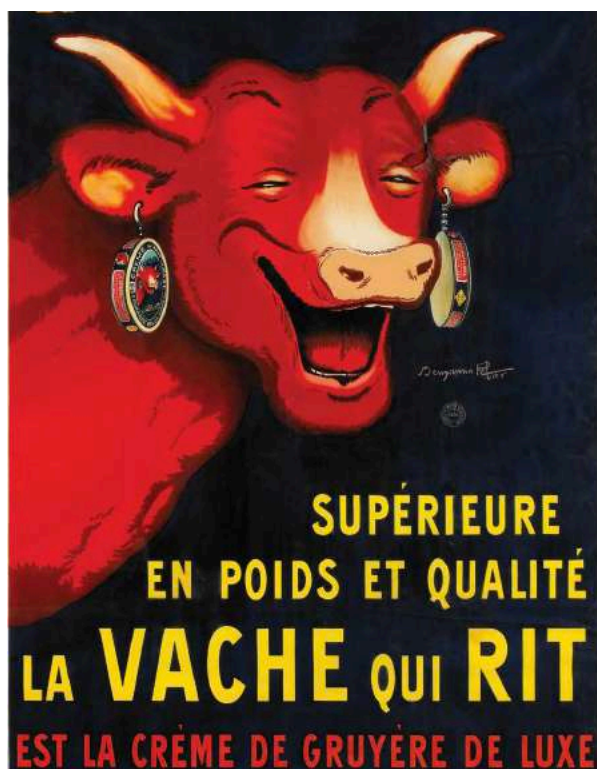
KARIN SANDER



JONATHAN MONK



DANIEL BUREN



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 propose précisément, année après année, cette série de *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.

Laurent Fiévet
Directeur de Lab'Bel,
le 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.

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 *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 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*[®].

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*[®].

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. 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*.

2017

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.

2018

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

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 différentes couleurs (bleu, jaune, rouge, vert) qui sont proposées simultanément aux collectionneurs.

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 CAM P6 2019 / PDM volume)
- > 93% des enfants de 7 à 12 ans et 94% des mères connaissent la marque (source : Tracking Enfants IFOP Avril 2019 / Tracking Millward Brown 2017)
- > Près d'une famille sur 2 avec des enfants de moins de 15 ans achète de *La Vache qui rit*[®] (source Nielsen / CAM P6 2019)
- > Près d'un million de fans sur Facebook (données septembre 2019) 995 171

Dans le monde :

- Numéro 4 mondial des fromages de marque (Source Bel)
- 10 millions de portions vendues par jour (Source Bel)
- Présente dans 136 pays sur 5 continents (Source Bel)

À PROPOS DE LAB'BEL, LE LABORATOIRE ARTISTIQUE DU GROUPE BEL

Le Fonds de dotation Lab'Bel a été créé au printemps 2010 dans une démarche de soutien à la création artistique contemporaine. 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 Dôle, 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 ou de musique.

En parallèle, Lab'Bel est également l'initiateur de publications et d'éditions artistiques, dont certaines, à l'instar des *Boîtes Collector La Vache qui rit*[®], sont menées en étroite collaboration avec les équipes du Groupe Bel et servent de cadre à différents types de recherches et d'expérimentations.

Laurent Fiévet et Silvia Guerra en assurent respectivement la direction et la direction artistique.
Site internet de Lab'Bel : www.lab-bel.com

ACTUALITÉ LAB'BEL DU MOMENT

David Horvitz, *435 Ponti e qualche scorciatoia* (*435 ponts et quelques raccourcis*)

Un projet performatif dans l'espace public présenté du 7 mai au 24 novembre 2019 à Venise, réalisé pour LaB'bel sous le commissariat de Silvia Guerra.

Présentation du projet, carte et agenda à télécharger sur le site de Lab'Bel grâce au lien suivant : www.lab-bel.com/wp-content/uploads/435_ponti_o8.pdf



David Horvitz, *435 Ponti e qualche scorciatoia* © Ernst van Deursen pour Lab'Bel

CONTACT LAB'BEL ET BEL

Lab'Bel

2 allée de Longchamp
92150 Suresnes
www.lab-bel.com

sguerra@groupe-bel.com

+ 33 (0)1 84 02 72 50



LABORATOIRE
ARTISTIQUE
DU GROUPE BEL

Bel

2 allée de Longchamp
92150 Suresnes
www.groupe-bel.com/fr



Du sourire à partager

CONTACT COMMUNICATION ET MÉDIAS

L'art en plus

Amandine Legrand

a.legrand@lartenplus.com

+ 33 (0)1 45 53 62 74