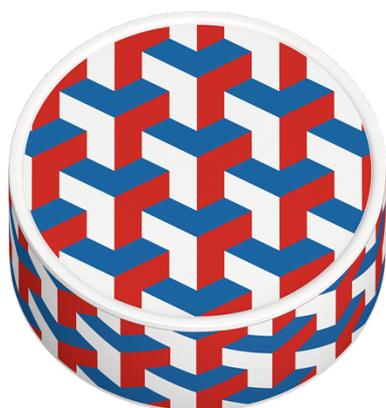


l'art en plus

Les **Boîtes Collector** :
de l'art à partager



« *Le motif est maître* »
Rosemarie Trockel, 2021



***Boîte Collector La Vache qui rit®* n°8**

Édition 2021 – Rosemarie Trockel

**Une édition artistique du Groupe Bel et de Lab'Bel,
son Laboratoire artistique**

Rosemarie Trockel

choisie pour réaliser la 8^{ème} *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 celles et ceux qui les créent comme des œuvres d'art 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, Karin Sander, Daniel Buren et Mel Bochner, c'est à l'artiste allemande Rosemarie Trockel que Lab'Bel a confié la création de la 8^e *Boîte Collector*. Déclinée en trois versions, elle sera proposée pour la première fois au public cet automne, au cours de l'édition 2021 de la FIAC, la Foire Internationale d'Art Contemporain de Paris — présentée pour la première fois sur le Champ de Mars dans la structure du Grand Palais Éphémère —, puis diffusée à Lons-le-Saunier, à La Maison de La Vache qui rit, sur le site www.boutique.lavachequirit.com et un peu partout en France, dans un grand nombre d'enseignes Auchan. Dès la mi-novembre, cette série d'éditions rejoindra Le Palais de Tokyo qui accueillera, en l'honneur du centenaire de la marque, une exposition consacrée à l'ensemble des artistes ayant collaboré au projet.

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

Comment se procurer la 8^{ème} *Boîte Collector La Vache qui rit®* ?

Les *Boîtes Collector* sont proposées aux collectionneurs à un prix équivalent à celui de la boîte classique 24 portions de *La Vache qui rit®*, défini par la grande distribution.

- Du 21 au 24 octobre 2021 : En avant-première à la Fiac, au Grand Palais Éphémère

- Dès la fin octobre 2021 : À la Maison de La Vache qui rit de Lons-le-Saunier, dans les enseignes Auchan et via le site www.boutique.lavachequirit.com

Née en 1952, **Rosemarie Trockel** a suivi des études en sciences des religions, mathématiques et anthropologie avant de s'engager dans une formation en arts appliqués de 1974 à 1978.

Son travail a fait objet d'expositions personnelles dans des institutions telles que le Moderna Museet (Malmö), la Pinacoteca Agnelli (Turin), le Kunsthaus Bregenz (Brégence), le Museion (Bolzano), la Serpentine Gallery (Londres), le Wiels (Bruxelles) ou encore au Museum Ludwig (Cologne). Elle a été la première femme à représenter l'Allemagne à la Biennale de Venise en 1999. Ses œuvres font partie des collections permanentes de nombreux musées parmi lesquels l'Art Institute (Chicago), le Museum of Modern Art (New York) et la Tate Gallery (Londres).

Elle a reçu le prix Goslarer Kaiserring et le Wolf Prize en 2011. L'artiste prolifique continue de travailler comme professeure à la Kunstakademie de Düsseldorf, et vit et travaille à Berlin.



Démarche artistique

Depuis la moitié des années 1970, Trockel a produit un impressionnant corpus d'œuvres comprenant des installations, des vidéos, des meubles, des vêtements et des livres. Elle travaille des matériaux variés tels que l'argile, le plastique, la laine, la photographie et divers objets trouvés, tout en conservant une maîtrise des techniques traditionnelles comme la sculpture et la peinture.

Sa pratique, dans laquelle se mêlent des associations et des références à l'histoire de l'art, la philosophie, la théologie et les sciences naturelles, est caractérisée par le rejet des hiérarchies conventionnelles des arts plastiques. Trockel adopte une approche fluide et radicale du genre, combinant des activités typiquement considérées comme féminines en termes de production en contradiction avec des formes mécaniques et industrielles agressives.

Dans toute son œuvre, elle revendique un point de vue féminin et s'interroge sur les différences entre une création qui serait considérée comme noble et une autre, secondaire, qui relèverait de l'ornement. Ainsi, elle est particulièrement connue pour ses peintures en tricot, dans lesquelles elle tend des mailles sur un châssis comme elle le ferait pour une toile. Dans ces « peintures », elle retravaille des motifs tels que le lapin *Playboy*, la croix gammée, le symbole « laine » vierge Woolmark des étiquettes des vêtements et les signes « + » et « - », qu'elle appose à des intervalles réguliers jusqu'à en recouvrir sa toile. Ses œuvres introduisent une réflexion critique sur l'originalité et l'imitation, l'unicité et la reproduction. En effet, malgré une esthétique ressemblant à une production de masse, ses œuvres sont, à de rares exceptions près, toujours des œuvres uniques.¹

Le motif de *La Vache qui rit*[®] devient dans sa *Boîte Collector* une trame géométrique, aux frontières de l'abstraction, exécutée dans les trois couleurs ADN de la marque et du drapeau français. La boîte de 24 portions de fromage fondu est enrobée par cette trame où la tête de la vache est devenue sérielle comme la production industrielle du produit qu'elle contient.

Légende : Rosemarie Trockel, 2010 © Curtis Anderson

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 et dans le respect des valeurs de plaisir, de partage, d'innovation et d'excellence défendues par le Groupe Bel dont elle constitue l'une des marques emblématiques ; avec le prétexte d'annoncer et d'accompagner, à travers une série de rendez-vous annuels, le centenaire de la marque que nous fêtons cette année, en 2021.

Depuis 2014, huit artistes se sont illustrés dans l'exercice, parfois difficile à tenir, consistant à confronter leur art à la marque, ses codes et l'héritage qu'elle a construit au fil du temps pour tenter de l'intégrer dans leur pratique et en déplacer la perception. Chacun d'entre eux a su répondre avec brio à la commande que leur avaient faite le Groupe et son Laboratoire artistique en interrogeant le statut de la boîte et le caractère iconique de son effigie souriante. Le premier, Hans-Peter Feldmann, a accentué la dimension facétieuse de la vache en la dotant d'un nez de clown et pointé, par là-même, l'essence même de sa singularité. Le deuxième, Thomas Bayrle, l'a utilisée comme un motif constitutif d'une trame graphique complexe, pour mieux souligner la dimension populaire de la marque et sa large diffusion au sein de notre société. Le troisième, Jonathan Monk, a orienté son sourire dans une nouvelle direction pour le démarquer encore davantage et suggérer sa nature exceptionnelle. Le quatrième, Wim Delvoye, a rebondi sur son histoire promotionnelle pour mieux la nourrir. La cinquième, Karin Sander, en a brouillé intentionnellement l'image pour signifier l'assimilation de ses codes dans notre quotidien. Le sixième, Daniel Buren, qui fut également le premier à être sollicité par l'équipe de Lab'Bel, l'a déclinée pour la première fois en quatre variantes, appréhendées comme autant d'éléments modulaires pouvant prêter à différentes formes d'installations. Le septième, Mel Bochner, en a renforcé le rire par le truchement d'une série d'onomatopées qui en ont non seulement interrogé la nature et la portée, mais lui ont conféré une réelle autonomie. Une expression que la dernière, Rosemarie Trockel, n'a pas hésité à faire disparaître, dans un troublant jeu d'éclipse, pour le réimposer avec d'autant plus de force dans l'esprit des collectionneurs.

Certains des artistes sollicités développaient déjà un lien étroit avec la vache et l'avaient introduite dans des réalisations antérieures (Thomas Bayrle, Wim Delvoye), que ce soit de façon ponctuelle ou en corpus plus consistant d'œuvres disséminées dans le temps ; d'autres ont, au contraire, profité de cette commande pour la redéployer dans d'autres propositions artistiques (Hans-Peter Feldmann et Jonathan Monk), soulignant par là-même la cohérence qui s'engageait entre leur démarche personnelle et celle qui leur avait été proposée ; il en est même, doit-on le rappeler, qui ont servi leurs intérêts de collectionneur en détournant l'histoire de la marque par une incursion toute personnelle qui n'était pas sans affirmer leur propre gloire (Wim Delvoye) – mais n'est-ce pas la particularité même de ce projet que de susciter ce type de tentation ?

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

Accueilli, sur une invitation de sa directrice Jennifer Flay, depuis 2016 à la FIAC, la Foire Internationale d'Art Contemporain de Paris, dans l'enceinte prestigieuse du Grand Palais, et pour la première fois cette année, sur le Champ de Mars, dans la structure du Grand Palais Éphémère, le projet s'est imposé rapidement comme un rendez-vous très attendu qui attire tout autant la convoitise des amateurs d'art contemporain que celle des amoureux de la marque. La boîte a su susciter à la fois des envies de collection et trouver sa place chez les collectionneurs les plus pointus. Elle s'exhibe aussi bien sur les tables de cuisine et les étagères des bibliothèques que se conserve à l'abri de la lumière et de l'humidité dans les entrepôts les plus secrets en misant sur le

dépassement de sa date de péremption. Épuisées, les premières éditions sont devenues très recherchées et la spéculation va bon train, dans des logiques qui retrouvent celles du marché.

Conjointement à sa présence en grandes surfaces (elle sera notamment présente cet automne dans les magasins de l'enseigne Auchan), le plus souvent en France mais aussi, plus ponctuellement, à l'étranger, la *Boîte Collector* est désormais diffusée sur internet et atteint, grâce à ce moyen, de nouveaux fidèles. Et le constat est sans appel : la marque est devenue clairement une ambassadrice des différents intervenants qui s'y sont confrontés, contribuant à donner de l'art contemporain une image plus accessible et à développer une connaissance de pratiques conceptuelles souvent ignorées du grand public. Ce qui est apparu très vite pour le Groupe Bel comme un objet de fierté et un élément constitutif de sa culture est aujourd'hui érigé à l'international comme un cas d'école destiné à expliquer aux étudiants de commerce et de marketing les suppléments de sens et d'âme qu'une marque, qui entend se différencier de ses concurrentes, se doit d'apporter à ses consommateurs ; ceux-là mêmes qui ont contribué au succès de *La Vache qui rit*[®] dès les années 20. Et cette reconnaissance apparaît tout aussi forte dans le milieu de l'art contemporain où ont été saisis, édition après édition, la pertinence des propositions égrenées et ce qui pouvait se jouer de vertueux entre les mondes de l'art et l'entreprise, comme en témoignent l'intégration de la série des boîtes dans les collections du MUOEM ou sa présentation, au printemps dernier, au Musée de la ville de Ljubljana, dans le cadre de l'exposition *When in Doubt, Go to a Museum* qui analysait les nouvelles pratiques des collectionneurs et l'évolution de leur rôle dans notre société.

Cet automne, en l'honneur du centenaire de la marque, le groupe Bel et Lab'Bel feront retour sur l'ensemble de ces collaborations successives en rassemblant les travaux des artistes jusqu'à présent impliqués au sein d'une vaste exposition collective, présentée au Palais de Tokyo, à Paris.

Nous vous y attendrons avec un immense plaisir.

Et vous souhaitons, en attendant, une bonne dégustation !

Laurent Fiévet,

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

La Boîte Collector Rosemarie Trockel pour Lab'Bel

« *Le motif est maître* »
Rosemarie Trockel, 2021.

Till the Cows Come Home (2016) [*Jusqu'à ce que les vaches rentrent à la maison*] est le titre de l'une des œuvres d'art monochromes récemment réalisées par Rosemarie Trockel — c'est aussi une expression idiomatique en langue anglaise pour évoquer quelque chose qui prend un temps infini.

Les œuvres de Rosemarie Trockel créent un univers à part, d'autant qu'elle est aussi une sorte de collectionneuse de titres. Parfois, il faut beaucoup de temps pour appréhender l'univers personnel d'un artiste, surtout lorsque nous y sommes confrontés à une multitude d'autres univers orbitant autour de l'art, ou que nous devons remettre en question nos certitudes sur la société, le genre, la culture, la musique, la politique, la littérature, la propagande, le marketing... Parfois, plus simplement, cet univers spécifique fait écho à notre propre manière de penser et de faire des associations d'idées. Dans notre cas, il faut bien peu de temps pour découvrir et rentrer dans l'univers de Rosemarie

Trockel : c'est aussi rapide qu'un petit feu s'embrasant. Parfois le titre d'une œuvre offre des indices, d'autres fois encore il peut nous faire radicalement changer de point de vue.

Till the Cows Come Home se compose de deux monochromes bleus, faits de laine tressée — contrastant avec les traditionnelles toiles en tissu sur lesquelles les suprématises russes peignaient leurs monochromes au début du XX^e siècle, popularisant le genre. Le matériau même de l'œuvre est teint, sa structure tissée produisant un effet d'optique qui rend plus profonde la couleur bleue à mesure qu'on la contemple.

Je me suis servie comme d'un chemin de ce titre, pour voir et réfléchir à la *Boîte Collector* de cette année, créée par l'artiste Rosemarie Trockel — il m'a aussi aidé à penser plus largement à son travail d'une part et d'autre part à la célébration du centenaire de *La Vache qui rit*[®], une icône de la marque qui est aussi notre vache à nous.



La très spéciale édition de cette année 2021 n'est pas composée d'une seule boîte mais de trois. Elles arborent un motif tricolore abstrait en bleu, rouge et blanc, les trois couleurs de la « traditionnelle » boîte ronde de *La Vache qui rit*[®], mais aussi celles du drapeau français. Rosemarie Trockel a toujours travaillé avec des motifs et des logos, depuis les étiquettes Woolmark jusqu'aux lapins de *Playboy Magazine*, et fait preuve d'une grande attention aux couleurs qu'elle emploie. Dans *Untitled*, œuvre de 1996, elle utilise ainsi déjà ces trois couleurs ensemble de manière remarquable pour un travail tissé, produisant une petite tapisserie qui demeure inachevée, puisqu'elle se transforme en pelotes de laine. L'œuvre a été réalisée en pensant au drapeau des États-Unis, mais on peut aussi la lire comme une allégorie de la devise de la République

Légendes : Rosemarie Trockel, *Till the Cows come Home*, 2016, Wool (dark blue) on canvas, wood, 296 x 296 cm

Rosemarie Trockel, *Ohne Titel*, 2004, Wolle, Leinen, Stahl gelbfarben lackiert, Wool, linen, steel (yellow), 85 x 205 x 40 cm

française : « Liberté, Égalité, Fraternité » — même code couleur et même vacillement de certaines valeurs démocratiques.

Le motif spécialement créé par l'artiste pour la *Boîte Collector* de cette année peut évoquer la tête d'une vache, justement, transformée en motif répétitif, en silhouette à interpréter — de la même façon qu'on peut voir des cornes bovines et la tête d'un taureau ou d'une vache si l'on renverse la lettre « A ».

L'une des trois versions de la boîte est entièrement recouverte de ce motif, et fonctionne comme une petite sculpture en elle-même. Sur le dessus des deux autres versions figure la silhouette rouge de la tête de la vache de *La Vache qui rit*[®], l'une des deux avec son « visage » plus détaillé. Les trois boîtes représentent ainsi une évolution, une croissance, une sorte de métamorphose, puisque l'on peut aller d'avant en arrière et réciproquement, c'est-à-dire du plus réaliste au plus symbolique et du visage au motif, et vice-versa.

Pattern is a Teacher — le motif est maître, pourrait-on traduire — qui nous enseigne aussi bien l'histoire, la politique, l'art.

Plusieurs femmes artistes ont tissé des motifs : pensons aux tapisseries d'Anni Albers ou aux grilles abstraites peintes par Agnès Martin. Rosemarie Trockel compose parfois ses motifs avec des logos ou personnages existants, comme ici où elle s'est appropriée les couleurs de *La Vache qui rit*[®] et l'animal iconique lui-même.

Utilisant des techniques (comme le tissage) ou des matériaux (comme la laine) qui étaient autrefois associées aux femmes et au travail domestique, Rosemarie Trockel les combine à des logos et icônes publicitaires, ou en exécutant des monochromes géants, subvertissant leur rôle et leur signification habituels, interrogeant la culture patriarcale. Cependant, l'artiste a toujours résisté à la tentation de se répéter dans son propre travail, d'appliquer toujours le même motif : elle change constamment de médium et de forme pour surprendre celui qui regarde ses œuvres. Depuis ses compositions ou assemblages sculpturaux et photographiques (incluant parfois des photographies d'autres œuvres de son cru) jusqu'à ses œuvres inachevées ou déconstruites, Rosemarie Trockel permute sans cesse matériaux et formes, et inclut d'autres penseurs et artistes dans son univers. Elle semble affirmer qu'un univers est tissé de choses continuellement entremêlées, et que le monde de l'art n'est jamais hermétiquement clos à d'autres champs — c'est d'ailleurs souvent un tremplin qui nous permet de créer des connexions avec des choses qu'on ne nous a jamais dites ou enseignées.

« Motif » est un mot qui implique la répétition, d'autant plus au niveau de la production industrielle où peut être répété sans fin le même motif. Il peut aussi offrir un cadre à notre pensée, donner une structure aux choses, voire faire de la pensée un éternel commencement. La notion peut aussi s'appliquer à des comportements récurrents, lesquels peuvent définir une société et déterminent souvent nos habitudes.

Les grilles ou les motifs, qu'ils soient faits de laine ou utilisés pour envelopper des triangles de fromage et des boîtes rondes, sont autant d'occasions pour nous d'ouvrir les yeux sur des propositions artistiques dans des contextes inédits et des médiums variés — ce qui a toujours été le but principal des séries de *Boîtes Collector* produites par le Groupe Bel et son laboratoire artistique, Lab'Bel.



Légende : Rosemarie Trockel, *Cluster V*, Subterranean illumination, 2019, 25 digital prints on paper mounted on forex, framed, 244 × 888 cm

Les triangles de fromage sont aussi recouverts de ce motif à la fois chromatique et géométrique, et qui nous évoque la célèbre tête de *La Vache qui rit*[®].

Nous pouvons voir ce motif comme une simple abstraction, ou le regarder avec plus d'attention et le relier à l'histoire de l'art, aux couleurs d'un drapeau national, ou encore à un puzzle qui serait composé de formes. Une œuvre d'art a-t-elle toujours besoin d'être interprétée ? Je pense que la réponse est « non », et je pense que l'objectif principal de l'univers de Rosemarie Trockel est de toujours susciter des interrogations.

Le centenaire de *La Vache qui rit*[®] est célébré cette année du point de vue de la marque mais aussi en art, avec la tenue d'une exposition réunissant les huit artistes internationaux qui ont participé au projet au Palais de Tokyo en novembre-décembre 2021.

Des artistes tels que Karin Sander et Thomas Bayrle avaient déjà utilisé des grilles et des motifs pour leurs éditions de *Boîtes Collector* de *La Vache qui rit*[®], mais Rosemarie Trockel place le motif au centre même de sa boîte, orchestrant la révélation ou l'escamotage progressifs de la tête de la vache, qui n'apparaît que sur deux boîtes et demeure complètement cachée au sein du motif sur la troisième. La *Boîte Collector* de cette année nous demande peut-être de la regarder longuement avant de voir la vache émerger du motif — cette vache si célèbre qui a tant changé au cours du siècle écoulé depuis le dessin originel de Benjamin Rabier. Mais cette vache, notre vache, revient toujours à la maison, et retourne chez nous en tant qu'édition d'artiste : une boîte qui fait de l'art un outil pour penser, une boîte de fromage savoureux.

Silvia Guerra, commissaire de l'édition 2021 de la *Boîte Collector*

La collection des Boîtes Collector



HANS-PETER FELDMANN



WIM DELVOYE



THOMAS BAYRLE



KARIN SANDER



JONATHAN MONK



DANIEL BUREN



MEL BOCHNER



ROSEMARIE TROCKEL

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 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 où sont représentés une femme, un enfant et un âne portant des jarres au milieu d'un désert écrasé par la chaleur d'un imposant soleil figuré par le dessin d'une boîte de 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 des collectionneurs de la foire.

2017

L'artiste belge Wim Delvoye est choisi pour réaliser la quatrième *Boîte Collector*. Pour sa première exposition solo à la galerie Almine Rech, Paris, l'artiste Chloe Wise décline la portion de *La Vache qui rit*® sous différentes formes dans ses sculptures, installations et peintures figuratives.

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 couleurs différentes (bleu, jaune, rouge, vert). Elles seront présentées aux collectionneurs en avant-première à la FIAC dans une installation tout spécialement conçue par l'artiste pour le projet.

2020

Mel Bochner est le septième artiste à réaliser une *Boîte Collector*. Elle est déclinée en deux versions, jouant sur un effet d'alternance de couleurs. Les sept premières *Boîtes Collector* intègrent les collections du MUCEM.

2021

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

Les sept premières *Boîtes Collector* sont présentées au Musée de la ville de Ljubljana, dans le cadre de l'exposition collective *When in Doubt, Go to a Museum* interrogeant les nouvelles pratiques des collectionneurs d'art contemporain. L'artiste allemande Rosemarie Trockel réalise trois nouvelles éditions de la *Boîte Collector*, dont l'une sans tête de vache.

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

La Vache qui rit® en quelques grands chiffres

- > La Vache qui rit® est présente dans 136 pays et sur 5 continents.
- > Selon l'institut statistique Euromonitor (2020), la marque se positionne comme 3ème marque mondiale du marché du fromage fondu et 7ème marque mondiale du marché du fromage.
- > 6 milliards de portions de La Vache qui rit® sont fabriquées dans le Monde chaque année.
- > En 1921, les Fromageries Bel produisaient 12 000 portions par jour. Le Groupe Bel en produit désormais quotidiennement 20 millions.

Le saviez-vous ?

- > 2 000 portions de Vache qui rit® sont consommées dans le Monde toutes les 10 secondes.
 - > En juillet 2021, La Vache qui rit® rassemblait 1 337 153 fans sur Facebook.
 - > Le plus haut sommet de l'Himalaya, le Mont Everest, culmine à 8 848m.
- En 1962, il fallait 2 jours aux usines du Groupe Bel pour fabriquer des boîtes qui une fois empilées auraient atteint son sommet. Aujourd'hui, il leur faut seulement 6 heures pour le faire.

À propos de Lab'Bel, le Laboratoire du Groupe Bel

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 et 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

Contacts

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

Lab'Bel
Laboratoire artistique du groupe Bel
2 allée de Longchamp, 92150 Suresnes
www.lab-bel.com

Communication et médias
l'art en plus
5, rue Tronchet 75008 Paris
+33 (0)1 45 53 62 74
[Alice Houée a.houee@lartenplus.com](mailto:Alice.Houée@lartenplus.com)



*« Pour tous. Pour de bon »