

RENAULT GROUP PÉRENNISE SON ENGAGEMENT DANS L'ART GRÂCE À LA CRÉATION D'UN FONDS DE DOTATION

- Renault Group annonce la création du Fonds Renault pour l'art et la culture, un fonds de dotation destiné à la conservation des œuvres de sa collection d'art, ainsi qu'au soutien à la création contemporaine.
- Cette initiative témoigne de la volonté de Renault Group d'associer l'art et l'industrie en faveur d'un lien culturel à la fois populaire et novateur.
- L'ambition est de constituer une collection unique de Street art, qui sera à l'image de l'entreprise : mondiale et marquée par un lien particulier avec la France. Elle sera constituée d'acquisitions, de commandes spéciales et d'initiatives de diffusion de la culture artistique du Street art.
- À partir du 15 juin 2024, la première œuvre commandée à un Street artiste – réalisée dans la manufacture de Douai, Ampere ElectriCity – sera dévoilée à Paris, accompagnée d'œuvres restaurées de la collection historique.

Boulogne-Billancourt, 6 juin 2024 – Le « nouveau » Renault Group se construit en projetant l'entreprise dans l'avenir, tout en bâtissant sur ses valeurs historiques et traditions. Depuis toujours, l'entreprise a cherché à construire des ponts entre le monde de l'art et de l'industrie. Être fidèle à la tradition, c'est la remettre à jour en continu. Ainsi, le Groupe annonce la création du Fonds Renault pour l'art et la culture destiné à sécuriser, à protéger les œuvres de la collection et à la renouveler avec des artistes contemporains, confirmant ainsi son rôle de mécène et d'acteur culturel.

Le prolongement de « l'état d'esprit » de la collection historique et sa préservation

L'histoire de Renault a été marquée par les commandes passées à des artistes. Souvent en avance sur leur temps, ces créateurs ont imaginé des pratiques artistiques audacieuses, à l'époque non reconnues par les musées.

Initiée il y a un siècle, riche de plusieurs centaines d'œuvres – dont de nombreux grands formats et ensemble – la Collection d'Art Renault est particulièrement représentative des courants suivants :

- La photographie dite « humaniste » (notamment Robert Doisneau, salarié à temps plein de l'entreprise entre 1934 et 1939),
- Le Nouveau Réalisme (né en 1960, dont Arman ou Jean Tinguely, sculpteurs qui s'emparent des matériaux du quotidien),
- La Figuration Narrative (principalement Erró, qui mélange dans ses tableaux des images issues de la culture populaire comme de l'histoire de l'art),

- L'Op Art, ou Art optique (branche de l'abstraction géométrique, qui joue sur la vibration, ou l'impression de mouvement), dont le principal représentant est Victor Vasarely, qui a redessiné le logo de Renault en 1972,
- Jean Dubuffet, peintre et sculpteur, inventeur de l'Art Brut, création spontanée et inventive réalisée par des autodidactes ou des marginaux.

Le point commun de tous ces artistes est leur volonté de faire entrer la création artistique dans la vie quotidienne ; ils combattent l'élitisme de l'œuvre d'art unique réservée à une élite, et cherchent à atteindre l'audience la plus large. Ils privilégient les éditions à de multiples exemplaires, ou les réalisations à l'échelle de la ville.

Afin de garder cette collection vivante, la restaurer et surtout la rendre disponible pour le grand public, Renault Group a décidé d'en vendre un fragment (des œuvres non représentatives de son histoire, représentant moins de 10 % en valeur). Le produit de cette vente sera intégralement apporté au Fonds. Il permettra ainsi de faire le lien entre les époques et les œuvres de la collection puisque les œuvres restantes de la collection historique seront apportées au Fonds de dotation.

Le Fonds Renault pour l'art et la culture investira dans le Street art

Fidèle à son histoire et à ses engagements, l'entreprise ouvre un nouveau chapitre à son aventure avec l'art, dans l'esprit de créativité et d'innovation qui fait sa singularité, en apportant son soutien au Street art.

« *Naturellement présent dans la rue, Renault Group partage avec le Street art non seulement un espace commun, mais aussi la créativité, la popularité, la virtuosité et le goût des défis* », explique Catherine Gros, VP Art Patrimoine & Mécénat.

Parfois délaissé par les institutions et encore mal reconnu, populaire notamment auprès des jeunes générations, incarné par des figures autodidactes ayant su prendre des risques, le Street art est une réponse contemporaine à l'ambition artistique initiale de Renault qui soutenait dans les années 60 le pop art et l'art cinétique. Ce mouvement qui met l'art dans la rue, à la portée de tous, résonne également avec le métier de constructeur automobile dont les productions « vivent » dans la rue.

2023 ayant marqué plusieurs anniversaires importants pour le Street art, le Groupe avait déjà souhaité s'y associer, en soutenant l'exposition rétrospective célébrant les 60 ans des « Éphémères » du pionnier Gérard Zlotykamien, et les 40 ans du « Corps blanc » de Jérôme Mesnager, invité à intervenir directement sur les façades du bâtiment historique de Renault à Boulogne-Billancourt.

Nouvelle étape importante : au printemps 2024, le Street artiste anglais Dan Rawlings a installé son atelier en tôlerie au cœur de la manufacture de Douai, Ampere ElectriCity, pour réaliser la nouvelle commande du Groupe : transformer en œuvre d'art la nouvelle icône pop électrique R5 E-Tech electric. Son œuvre sera révélée dans l'exposition parisienne pop-up MAISON5 à partir du 15 juin : parti pris audacieux en faisant entrer dans l'histoire une voiture qui n'est pas encore commercialisée. De prochaines acquisitions continueront de soutenir de jeunes artistes comme des artistes plus confirmés.

Cette exposition-événement révélera également au public, pour la première fois depuis plusieurs décennies, l'ensemble des œuvres d'Erró prenant pour modèle la Renault 5 historique (produite entre 1972 et 1984, avant de laisser sa place à la Supercinq, jusqu'en 1996), issues de cette collaboration inédite entre Erró et Renault.

Erró est l'un des artistes dont la Collection d'Art Renault conserve le plus d'œuvres : 2 aquarelles, 6 toiles et 61 collages. Né à Ólafsvík en Islande en 1932, Erró vit à Paris depuis 1958. Il est l'un des représentants majeurs de la Figuration Narrative, une version très française du Pop Art, plus politique et plus critique.

La démarche de soutien du Groupe au Street art viendra enrichir la collection conservée au sein du nouveau fonds de dotation, tout en restant fidèle à l'ADN historique de la collection d'art Renault : être mécène de la création émergente et la mettre au service des équipes et de la communauté Renault.

RENAULT GROUP
RELATIONS MEDIAS

Florentina Deca
+33 6 32 13 69 15
florentina.deca@renault.com

À propos de Renault Group

Renault Group est aux avant-postes d'une mobilité qui se réinvente. Fort de son alliance avec Nissan et Mitsubishi Motors, et de son expertise unique en termes d'électrification, Renault Group s'appuie sur la complémentarité de ses 4 marques - Renault – Dacia – Alpine et Mobilize – et propose des solutions de mobilités durables et innovantes à ses clients. Implanté dans plus de 130 pays, le Groupe a vendu 2,235 millions de véhicules en 2023. Il réunit près de 106 000 collaborateurs qui incarnent au quotidien sa Raison d'Etre, pour que la mobilité nous rapproche les uns des autres.

Prêt à relever des défis sur route comme en compétition, le Groupe est engagé dans une transformation ambitieuse et génératrice de valeur. Celle-ci est centrée sur le développement de technologies et de services inédits, d'une nouvelle gamme de véhicules encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. En phase avec les enjeux environnementaux, Renault Group a l'ambition d'atteindre la neutralité carbone en Europe d'ici à 2040.

Davantage d'information : <https://www.renaultgroup.com/fr/>