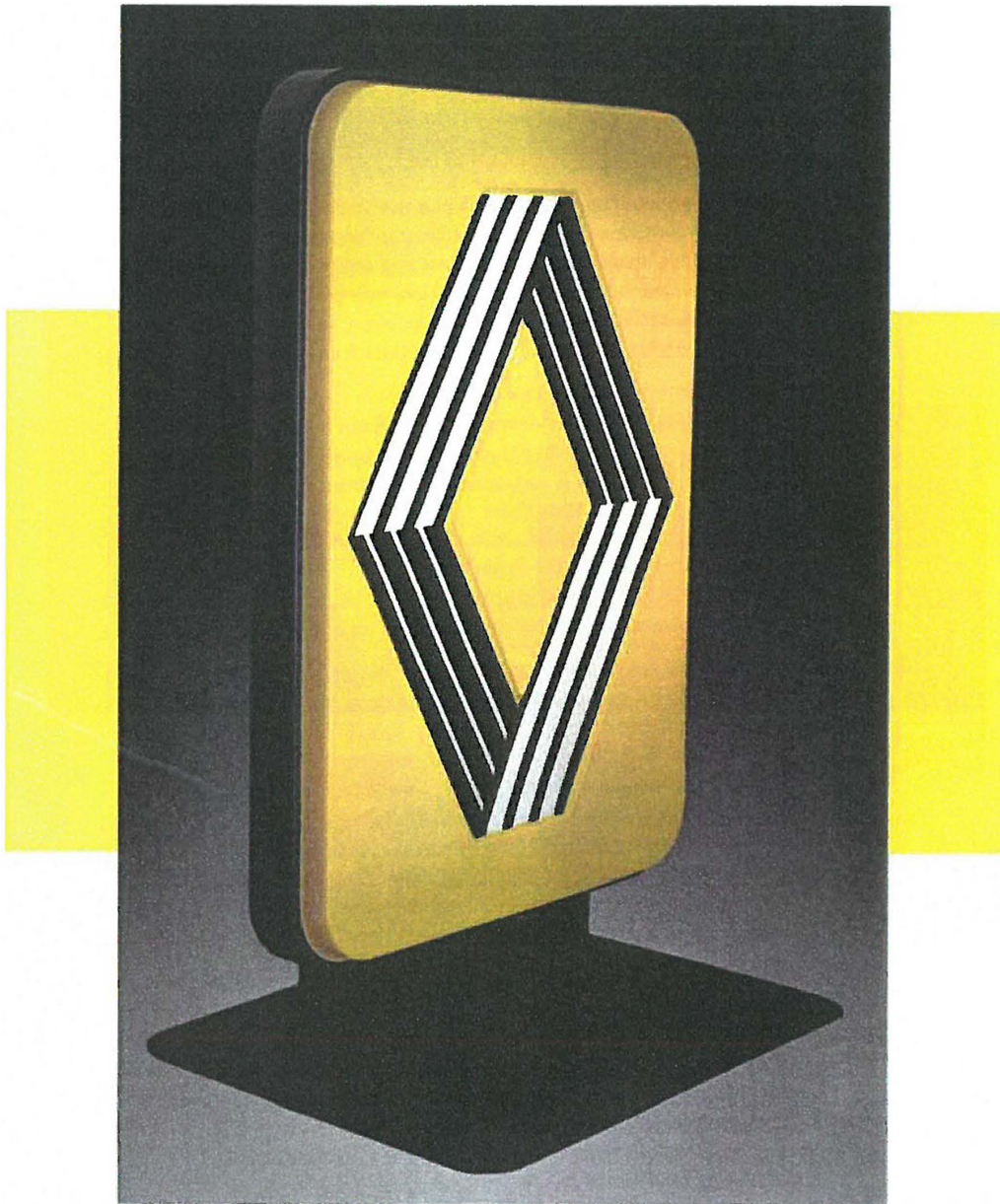


## Regard sur...



**Victor Vasarely et Yvaral**

*Logo Renault*

Enseigne en plexiglas thermoformé et rétroéclairé,  
240 x 172 x 24 cm (sans le jambage), 1972

# Comprendre une image

C'est sans doute l'un des logos les plus évocateurs pour les Français, celui de « la marque au Losange » – l'entreprise automobile Renault. Il fait partie de ces images qui nous paraissent si ordinaires qu'elles semblent avoir perdu leur origine, leur signification. Pourtant, le logo Renault que nous connaissons aujourd'hui est profondément marqué par l'identité d'un artiste bien célèbre : le peintre et plasticien hongrois Victor Vasarely.

Arrivé à Paris en 1930, Victor Vasarely débute sa carrière comme graphiste publicitaire. Il se consacre pleinement à l'art après la Seconde Guerre mondiale, période pendant laquelle il commence à développer une peinture abstraite, d'après l'observation du réel. Il s'intéresse plus particulièrement aux phénomènes optiques créés par le contraste entre le noir et le blanc et pose les fondements de ce que nous appellerons, dix ans plus tard, l'Op Art. S'en suit une phase de recherche sur l'élaboration d'un « alphabet plastique », un langage visuel et universel mêlant formes géométriques et couleurs pures.

## Un logo œuvre d'art

Lorsqu'il repense le logo Renault en 1972, Victor Vasarely baigné par l'abstraction géométrique, conserve la forme du losange – déjà emblématique pour la marque depuis presque trente ans. Grâce à ses talents de publiciste, et avec l'aide de son fils Yvaral, il élabore un emblème à l'identité forte et facilement reconnaissable. Il privilégie un graphisme simple et épuré, fait le choix radical de supprimer la mention du nom « Renault ». Les longues lignes parallèles qui ornent le losange, dorénavant vide en son centre, lui confèrent un aspect à la fois dynamique et esthétique, et procèdent d'une illusion d'optique tridimensionnelle.

En répondant à la commande de l'entreprise Renault, Victor Vasarely confirme son ambition de créer un art disponible pour tous, au-delà du milieu institutionnel. « Il faut créer un art multiplicable », disait-il. Le contexte favorable des Trente Glorieuses contribue à diffuser son univers visuel, via les biens de consommation. Preuve de ce phénomène, le logo Renault d'aujourd'hui n'est certes plus strié, car son design a été repensé dans les années 1990, mais a gardé sa forme caractéristique en trois dimensions.

12 rue Guénégaud, 6<sup>e</sup>  
01 77 16 05 01  
06 16 81 71 49  
gimpel-muller.com  
info@gimpel-muller.com  
Mar-sam 14h-19h30  
et sur RDV

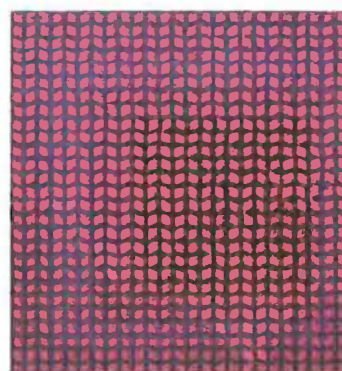
**13** **GIMPEL ET MÜLLER**



**Victor Vasarely**  
**Peintures, collages et multiples**

Jusqu'au 20 avril

Caroli, Contreras-Brunet, de Coux, Cruz-Diez, Currie,  
Dilworth, Fruhtrunk, de Lussigny, de Margerie,  
Fabian Miller, Navrot, Reynolds, Röhm, Segawa,  
Soto, Staudt, Marino Di Teana, Vaccossin, Vasarely



Victor Vasarely, *Art 1962*,  
huile sur panneau, 27 x 38 cm