



Dossier de Presse

Imprimé en série limitée

N° / 150

PAGE 2	“MICHELIN COLLECTORS STORE”, UNE COLLECTION MICHELIN INÉDITE ET EXCLUSIVE
PAGE 3	BIBENDUM, PERSONNAGE CENTRAL DE CETTE PREMIÈRE GAMME D’OBJETS D’EXCEPTION MICHELIN
PAGE 4	UNE QUARANTAINE D’OBJETS ICONIQUES POUR UNE PREMIÈRE COLLECTION
	1 UN BEAU LIVRE, LES MILLE ET UNE VIES DE BIBENDUM
	2 LES FIGURINES <ul style="list-style-type: none">• Bibendum accueillant, une figurine Fariboles• Neuf figurines pop design “Artoyz” en vinyle• Un présentoir et une collection de dix figurines Pixi
	3 TIRES TUBES, UNE PLAQUE EN ACIER ÉMAILLÉE
	4 LES VÉHICULES MINIATURES <ul style="list-style-type: none">• Peugeot 202 balles et ballons, un véhicule miniature au 1/12• Bibendum “pop” et sa Bibendum mobile
	5 LES SÉRIGRAPHIES <ul style="list-style-type: none">• Bibendum à vélo• Tire and the brake• Frise• Abécédaire• MICHELIN XAS
	6 LES TIRAGES D’ART <ul style="list-style-type: none">• MICHELIN XAS radial• Laurent Aiello par Jojo Bastard• Bibendum fait son cinéma• Bibendum enseigne à l’université• Le meilleur de Bibendum
	7 LES BOUTONS DE MANCHETTES ARGENT ET LAITON <ul style="list-style-type: none">• Visage Bibendum• Bibendum Monocle
PAGE 26	LES CRÉATEURS
PAGE 28	A PROPOS DE MICHELIN ET DE MEDIA-PARTICIPATIONS

“MICHELIN COLLECTORS STORE”, UNE COLLECTION MICHELIN INÉDITE ET EXCLUSIVE



Depuis ce mois de juin, les collectionneurs, les amateurs d'art et de design ainsi que les amoureux des belles choses du monde entier ont désormais toutes les raisons d'être comblés, avec la commercialisation d'une première série de reproductions d'objets issus du patrimoine Michelin mais aussi d'articles inédits créés par des artistes, designers et artisans de renom : "MICHELIN Collectors Store".

C'est tout naturellement autour de l'emblématique Bibendum, internationalement reconnu, né voilà 120 ans et consacré meilleur logo du siècle en 2000 par un jury de professionnels réuni par le *Financial Times*, indissociable de l'histoire et de l'identité de Michelin, que cette première collection s'est construite.

Un groupe d'experts, spécialement constitué pour identifier les souhaits des amateurs d'objets MICHELIN, a sélectionné une première série d'une quarantaine d'objets. Ces livres, figurines, plaques émaillées, sérigraphies, tirages d'art, véhicules miniatures et pièces de joaillerie s'inscrivent dans la grande saga Michelin. Jalons de cette longue et riche histoire, tous reflètent les valeurs de l'entreprise créée en 1889 : l'audace, la création, la prouesse technique et l'aventure.

Ces objets haut de gamme, réalisés pour la plupart à la main et en France, produits dans de petites unités reconnues pour leurs standards de haute qualité et leur savoir-faire, sont tous édités en série très limitée et numérotés. Chaque pièce est accompagnée d'un document d'information de quelques pages reprenant le visuel de l'objet, sa source d'inspiration, ainsi qu'un texte permettant de le situer dans la saga Michelin. Une interview du fabricant ou de l'artiste et un certificat d'authenticité viennent compléter le livret.

Cette gamme inédite à la marque MICHELIN est la concrétisation d'un projet conçu depuis plus de deux ans et mis en œuvre en collaboration entre Michelin Lifestyle, (filiale de Michelin), et Media-Participations, un groupe d'édition, de presse, de production audiovisuelle et de logiciels de loisirs. Disponible via sa propre boutique en ligne, cette collection vient répondre aux nombreuses attentes manifestées par les amateurs de beaux objets.

D'autres déclinaisons seront régulièrement proposées pour enrichir la collection.

La visualisation et l'acquisition d'items de la collection MICHELIN ainsi que les commandes sont possibles sur le site internet de la boutique en ligne : www.collectors.michelin.com.

Les prix oscillent entre 19 et 825 €.

BIBENDUM, PERSONNAGE CENTRAL DE CETTE PREMIÈRE GAMME D'OBJETS D'EXCEPTION MICHELIN

Parce que Bibendum est un personnage extraordinaire, créé il y a 120 ans et immédiatement reconnaissable dans le monde entier, c'est tout naturellement qu'il a été choisi pour être au cœur de cette première collection.

L'idée du personnage est née en 1894, à Lyon, sur un stand de l'Exposition Universelle et Coloniale, quand Edouard et André Michelin remarquent une pile de pneus de tailles différentes, œuvre du standiste. Le résultat est assez évocateur pour qu'Edouard pense que "avec des bras, cela ferait un bonhomme".

En 1898, André identifie parmi les planches de l'artiste O'Galop un dessin qu'ils adapteront pour en faire une silhouette composée de pneus... Le personnage est né.

Dans le sillage d'O'Galop, Michelin fait appel à de nombreux artistes pour animer Bibendum dès le début du XX^{ème} siècle. Source d'inspiration presque inépuisable, grâce notamment à l'appui du Studio Graphique Michelin, Bibendum n'hésite pas à sortir du cadre de l'affiche pour animer la communication, les annonces dans les journaux et les différentes publications de Michelin.

A travers cette nouvelle gamme d'objets, Bibendum côtoie le monde sélectif de l'artisanat d'art, dans lequel chacun des artistes, artisans et créateurs apporte sa touche personnelle au personnage. Des figurines pop colorées Artoyz, aux tirages en sérigraphie réalisés entièrement à la main dans les ateliers de la librairie lyonnaise Expérience, en passant par les boutons de manchettes en argent et laiton, tous s'emparent du Bonhomme Michelin, dont le statut a depuis longtemps dépassé le simple personnage publicitaire pour devenir l'icône de la marque.



CARNET DE NAISSANCE DE BIBENDUM

1898

Naissance de Bibendum sous la plume du dessinateur O'Galop.

1901

Jusqu'alors représenté en buste, Bibendum montre enfin ses jambes.

1910

Bibendum devient une célébrité internationale.

Fin des années 1920

Bibendum perd progressivement son cigare.

1986

Campagne publicitaire BDDP qui confirme la popularité du personnage.

2000

Le Bonhomme Michelin est élu meilleur logo du siècle par le Financial Times.

2000

Bibendum devient un personnage de synthèse en 3D.

2009

Première campagne publicitaire mondiale : "le bon pneu peut tout changer".

2018

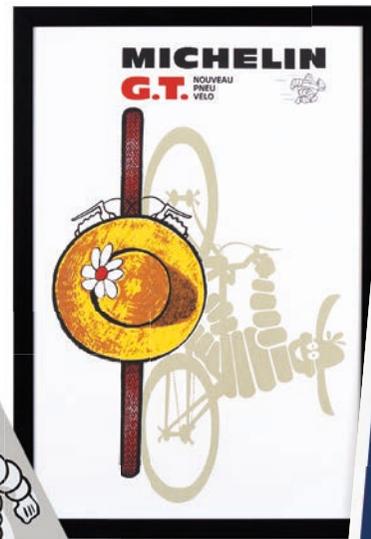
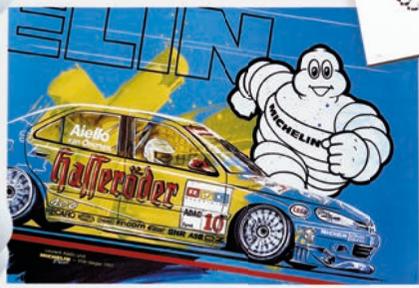
Retour au graphisme 2D.

UNE QUARANTAINE D'OBJETS ICONIQUES POUR UNE PREMIÈRE COLLECTION

MICHELIN Collectors Store est né de l'idée de proposer aux collectionneurs, amateurs d'art et de design et amoureux des belles choses, des articles de collection de qualité, exclusifs, développés et fabriqués grâce au savoir-faire des artisans et designers les plus reconnus.

Parce que chaque objet est unique, il est accompagné d'un feuillet de quelques pages reprenant le visuel de l'objet ainsi que celui de la source d'inspiration.

Un texte situant cet objet dans l'histoire de Michelin et une interview du fabricant viennent compléter le document.



1.

UN BEAU LIVRE, LES MILLE ET UNE VIES DE **BIBENDUM****OUVRAGE TRÈS GRAND FORMAT**

29,5 x 42 cm

96 pages

Tirage : 1898 exemplaires

Couverture cartonnée, dos toilé, marquage à chaud

Vernis sélectif sur couverture

Impression quadri pages intérieures sur papier Munken Print White 150g, main de 1,5

99 euros

Ce superbe ouvrage est le premier de la collection "Archives insolites". Celle-ci regroupe des livres prestigieux consacrés à la grande aventure de Michelin. Le premier ouvrage est naturellement dédié au Bonhomme Michelin et se compose de documents inédits des archives du Patrimoine Michelin. Il présente, dans leur état d'origine, un volume impressionnant de documents autour de Bibendum, de sa création, de son évolution et de son utilisation à travers les âges. Faisant fi de la chronologie, cet ouvrage à la gloire de Bibendum convie le lecteur en 96 pages et 18 chapitres à un tour d'horizon de ses "coups de cœurs" : il fréquente les artistes, se multiplie grâce au Studio Graphique Michelin, change de physionomie sans trahir son heureuse nature, se lance dans des facéties sans fin, prend les commandes de tous les véhicules possibles et imaginables, s'invite dans toutes les compétitions pour mettre en avant les qualités de ses pneus, vient au secours des automobilistes, soigne et répare les pneus, exerce toutes sortes de métiers même les plus inattendus, compte volontiers fleurette à la gent féminine, se range des voitures quand il le faut et fonde une famille... nombreuse, part en vacances et parcourt le monde pour ses guides, sympathise parfois non sans mal avec le règne animal, joue les gourmands et les gourmets, s'adonne à tous les sports, imite pour la bonne cause des personnages célèbres et enfin se détend après avoir vécu "mille et une vies"... Cet ouvrage constitue un vibrant hommage au Studio Graphique Michelin qui a mis en scène le personnage emblématique de la Marque.



2. LES FIGURINES



1 - BIBENDUM ACCUEILLANT, UNE FIGURINE FARIBOLES

Sculpteur : Pascal Rodier

Hauteur : 20 cm

Tirage : 999 exemplaires

275 euros

Un siècle et deux décennies après sa première apparition dans la publicité MICHELIN, Bibendum est toujours fidèle à sa vocation première : accueillir à bras ouverts les utilisateurs de ses pneumatiques et faciliter leur mobilité. Cette superbe figurine en résine est sculptée, assemblée et peinte à la main au sein des ateliers Fariboles, près de Rouen.

2 - NEUF FIGURINES POP DESIGN "ARTOYZ" EN VINYLE

Hauteur : 8 cm

Tirage : 500 exemplaires

19 euros

Ces neuf figurines sont inspirées de la poupée "Jeux de plage" des années 1950.



BIBENDUM "POP" **ASM**

L'histoire du club de rugby de l'ASM, créé en 1911 par Marcel Michelin, est indissociable de celle de Michelin et de Bibendum, qui lui rend hommage avec cette figurine aux couleurs du club.



BIBENDUM "POP" **PNEU**

Bibendum, d'habitude tout blanc, porte ici les couleurs de la technologie radiale, encore appelée pneu MICHELIN X, qui fait du Groupe un des leaders mondial du pneu.



BIBENDUM "POP" **BORNE - RN7**

Symbole de la "route des vacances" et du bien vivre "à la française", ce Bibendum nous emmène sur le tracé de la RN 7.



BIBENDUM "POP" **CITROËN TYPE H**

Cette figurine rend hommage au fourgon Citroën type H. Avec ses flancs en tôle ondulée, simple et pratique avec sa porte latérale droite coulissante et son hayon arrière en trois parties, il a été conçu dans l'esprit de la 2 CV. Sous les couleurs MICHELIN, il a participé aux tournées des plages et, comme camion-atelier, il a accompagné de nombreuses compétitions entre 1950 et 1980. Enfin, ce véhicule a servi aux livreurs de pneus pour fournir tous les garages de France.

ARTOYZ

**BIBENDUM "POP" XAS**

Depuis son lancement en 1965 jusqu'à la fin des années 70, le pneu MICHELIN X Asymétrique, appelé XAS, est un concentré d'innovation. Cette figurine de la publicité de l'époque porte le célèbre casque à visière et ses trois couleurs. Elle témoigne de l'esprit sportif et conquérant de Michelin.

**BIBENDUM "POP" GUIDE MICHELIN**

Depuis sa 1^{ère} édition en 1900, le Guide MICHELIN couleur écarlate s'est internationalisé pour offrir aux lecteurs les adresses des meilleures tables, partout dans le monde. Cette figurine est aux couleurs du Guide MICHELIN, inchangées depuis sa création.

**BIBENDUM "POP" GUIDE VERT MICHELIN**

Dignes héritiers des "Itinéraires MICHELIN", envoyés gratuitement aux automobilistes dans les années 1910/1920, les Guides Touristiques MICHELIN sont nés en 1926. Ils deviennent entièrement verts après 1945.

**BIBENDUM "POP" MILLE PATTES**

A l'époque, elle est déjà très "pop" avec ses couleurs jaune et orange. Inclassable et impressionnante avec ses dix roues, elle est une illustration de la recherche Michelin dans les années 1970. Ce Bibendum évoque cette Citroën DS hors norme, surnommée "Mille pattes".

**BIBENDUM "POP" CARTE ROUTIÈRE**

Cette figurine est un hommage à la carte MICHELIN au 1/200000^e. Ici le mythique n°73 de la carte Clermont - Lyon détaille aux automobilistes les trésors de ce parcours jusqu'aux Alpes.

3 - UN PRÉSENTOIR ET UNE COLLECTION DE DIX FIGURINES PIXI : "BIBENDUM AU FIL DES ANS"

UN PRÉSENTOIR EN BOIS - LES ÉVOLUTIONS DE BIBENDUM

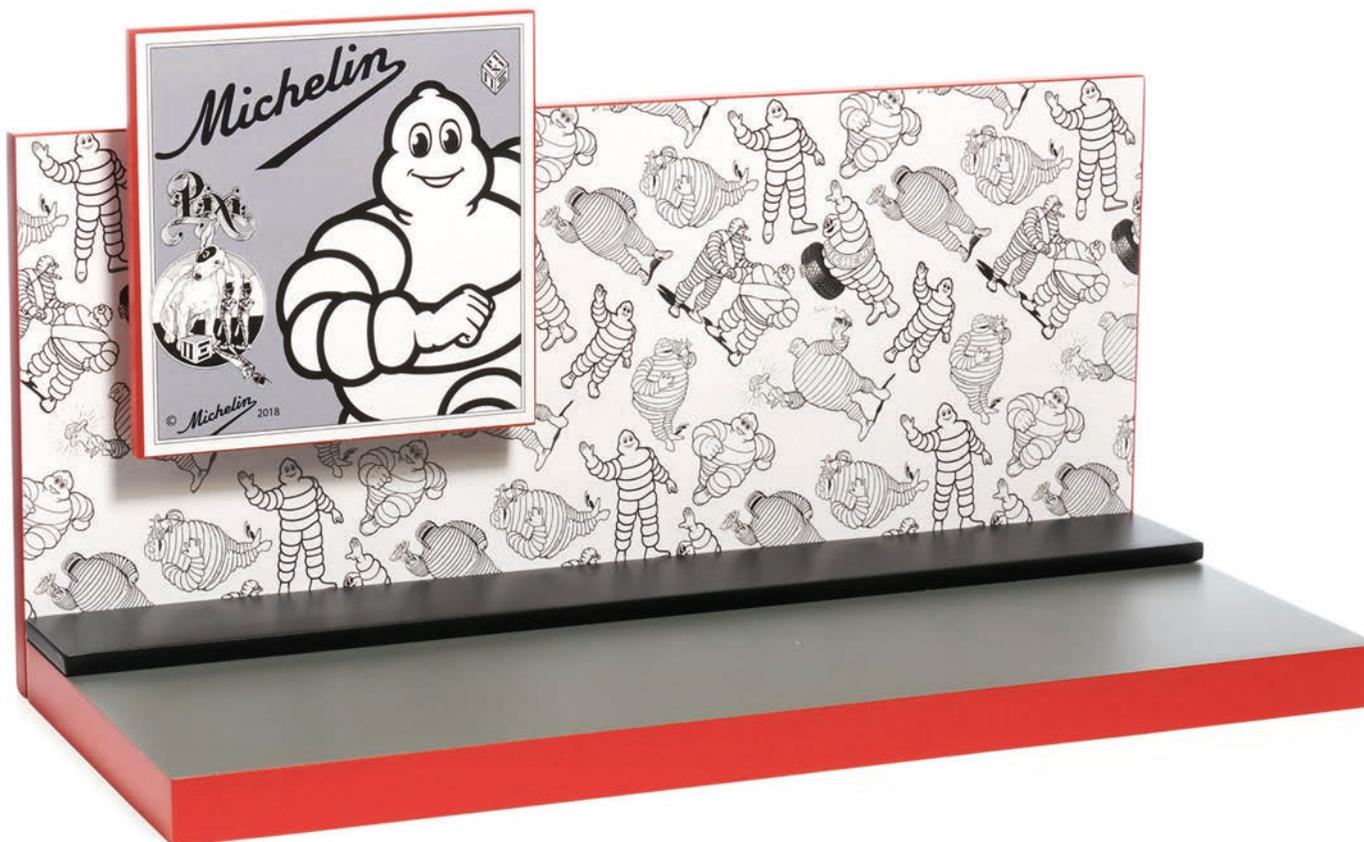
Largeur : 25 cm

Hauteur : 18 cm

Tirage : 120 exemplaires

99 euros

Ce joli présentoir en bois permet de mettre en valeur l'intégralité de la collection des dix figurines Bibendum, de 1898 à 2017.



DIX FIGURINES EN MÉTAL

Hauteur : 8 cm

Tirage : 150 exemplaires

59 euros

L'ensemble de ces figurines en métal sont peintes à la main et évoquent les grandes dates Michelin.



BIBENDUM 1898
À VOTRE SANTÉ

Né du trait de génie du dessinateur O'Galop, Bibendum est un personnage constitué de pneus. Il décline ce vers du poète latin Horace "Nunc est Bibendum", c'est-à-dire "Maintenant il faut boire", librement traduit par "A votre santé, le pneu MICHELIN boit l'obstacle". Un obstacle symbolisé par une coupe pleine de clous, de silex aiguisés et de tessons de bouteilles.



BIBENDUM 1910
TOUT EN RONDEUR

Depuis 1905, la "Semelle MICHELIN", renforcée de rivets, triomphe dans la plupart des grandes courses automobiles. En douze ans, Bibendum est devenu un personnage publicitaire de premier ordre, qui savoure ici son mythique cigare.



BIBENDUM 1925
EN MOUVEMENT

Le dessinateur Albert Philibert a imaginé pour la 1^{ère} fois Bibendum en mouvement. Il court à côté de son pneu. Une image qui s'imposera pendant des décennies. Suivant l'évolution des nouveaux pneus MICHELIN de l'époque "Confort" et "Superconfort", sa silhouette s'élargit et se simplifie. Bibendum ne fume plus.



BIBENDUM 1950
LE PARI SUR L'AVENIR

Dans le secret de leur laboratoire clermontois, chercheurs et ingénieurs Michelin inventent le pneu MICHELIN X à carcasse radiale. Il permet de gagner en sécurité, en consommation de carburant et en longévité. Le choix est audacieux et le pari un peu fou car ce pneu nécessite de changer l'ensemble de l'outil industriel de Michelin. Il deviendra un standard universel.



BIBENDUM 1960
DYNAMIQUE CONFIRMÉE

Dans cette attitude dynamique et ouverte sur le monde, Bibendum impose la qualité du pneu MICHELIN "X" sur les présentoirs de pneus dans les garages et sur les calandres des camions. Parallèlement, il accompagne toujours les automobilistes dans leurs déplacements en développant, à travers l'Europe, la série des Guides MICHELIN, des Guides Vert et des cartes routières.



**BIBENDUM 1970
AUX COULEURS DU
RADIAL**

La technologie radiale devient progressivement un standard mondial. Bibendum présente fièrement le pneu MICHELIN "X" tenu en bandoulière, nouvellement engagé en compétition. Dans le même temps, Michelin implante plusieurs unités de fabrication en Amérique du Nord. Bibendum prend officiellement son nom de "Bonhomme Michelin", "The Michelin Man".



**BIBENDUM 1980
LE BIBENDUM FONCEUR**

Sur toutes les facettes de la publicité MICHELIN, du modeste pin's aux plus grandes affiches, Bibendum est souvent représenté de face, en pleine course, résolument gagnant, ce qui d'ailleurs se confirme dans de nombreuses compétitions dans lesquelles il est engagé.



**BIBENDUM 1990
LE CENTENAIRE**

En 1992, les ingénieurs Michelin mettent au point le premier "Pneu Vert" par ajout de silice dans la gomme. Cette technologie permet d'améliorer notablement l'efficacité énergétique, enjeu des années à venir. Bibendum accompagne cette transformation et pour son centenaire en 1998 il adopte une nouvelle silhouette plus affinée.



**BIBENDUM 2000
RÉVOLUTION**

Au début du XXI^e siècle, Bibendum flotte sur les drapeaux des revendeurs de pneus du monde entier. La marque MICHELIN et le "Bonhomme Michelin" sont reconnus internationalement, avec une présence dans tous les domaines pneumatiques. Michelin est l'entreprise d'une meilleure mobilité et Bibendum est élu "meilleur logo du siècle" par le Financial Times.



**BIBENDUM 2017
À FOND LA LIGNE**

La deuxième décennie du XXI^e siècle est marquée par un changement de rythme. Avec l'expansion du numérique, les modes de consommation évoluent et Bibendum est de plus en plus présent sur le digital. Les bras ouverts en signe de bienvenue, il continue de répondre aux besoins de tous ses clients, partout dans le monde.

3.

TIRES TUBES, UNE PLAQUE EN ACIER ÉMAILLÉE

Emaillerie
belge



Format : 70 x 50 cm

Tirage : 150 exemplaires

*Emballage : coffre individuel en bois
450 euros*

Pionnier du développement international, Michelin s'implante aux Etats-Unis dès les années 1900. Une gamme d'objets publicitaires est spécialement créée pour ce marché, mettant en avant Bibendum et la qualité des produits MICHELIN, comme en témoigne cette image reproduite sur une plaque émaillée. Réalisé par l'Émaillerie Belge dans la plus pure tradition artisanale depuis 1923, au cœur de Bruxelles, l'émail a été vitrifié par 5 cuissons successives à de fortes températures, supérieures à 820°C.

4.

LES VÉHICULES MINIATURES



Visuel non définitif, prototype non peint et non finalisé

1 - PEUGEOT 202 BALLE ET BALLONS, UN VÉHICULE MINIATURE AU 1/12

Longueur : 35 cm

Matières : Résine, bois et métal

Conditionnement en boîte blanche et fourreau

Tirage : 250 exemplaires

825 euros

Disponible fin septembre 2018

Bibendum accompagne les commerciaux Michelin dans leurs tournées de prospection et de livraison. À partir de 1938, fièrement juché sur le toit de la Peugeot 202, la petite berline aux lignes novatrices de la marque au Lion, il parcourt les routes de France.

Deux d'entre elles bénéficient d'un aménagement très spécial qui en font des véhicules à part... Elles ont pour mission de faire la promotion des balles et des ballons MICHELIN dans les épiceries et les bazars des campagnes et des stations balnéaires. En un temps où les automobiles sont assez rares dans les zones rurales, l'arrivée de la Peugeot 202 "Balles et Ballons MICHELIN" fait d'elle l'attraction du jour.



ARTOYZ

2 - BIBENDUM "POP" ET SA BIBENDUM MOBILE

Figurine et voiture "Pop" en vinyle

Design inspiré de la poupée "Jeux de plage" des années 1950

Hauteur : 15,5 cm

Tirage limité à 500 exemplaires

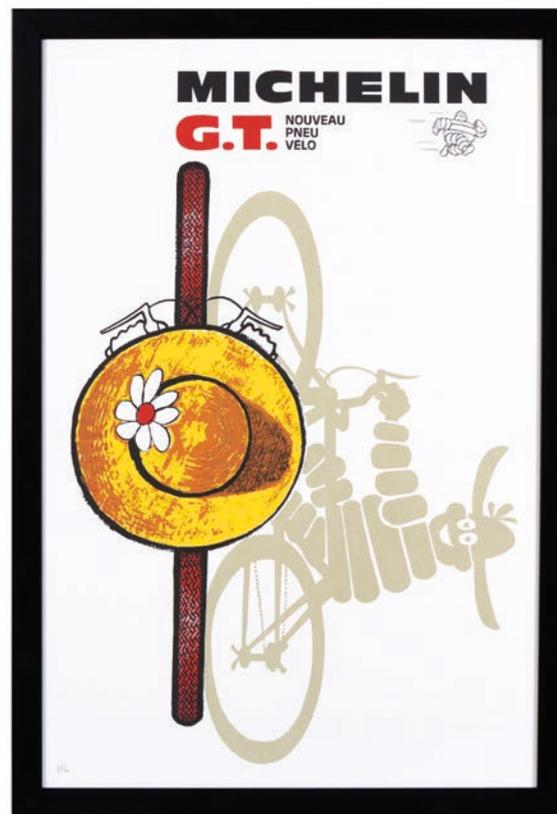
59 euros

Disponible fin juillet 2018

À côté de la collection des figurines "pop" dans laquelle Artoyz joue avec les couleurs, Bibendum revient ici à son blanc originel, tout comme sa Bibendum mobile. Aux formes rondes et aux phares malicieux, elle est toute aussi "pop".

5.

SÉRIGRAPHIES



1 - BIBENDUM À VÉLO

Tirage en sérigraphie 100% à la main

4 passages couleurs

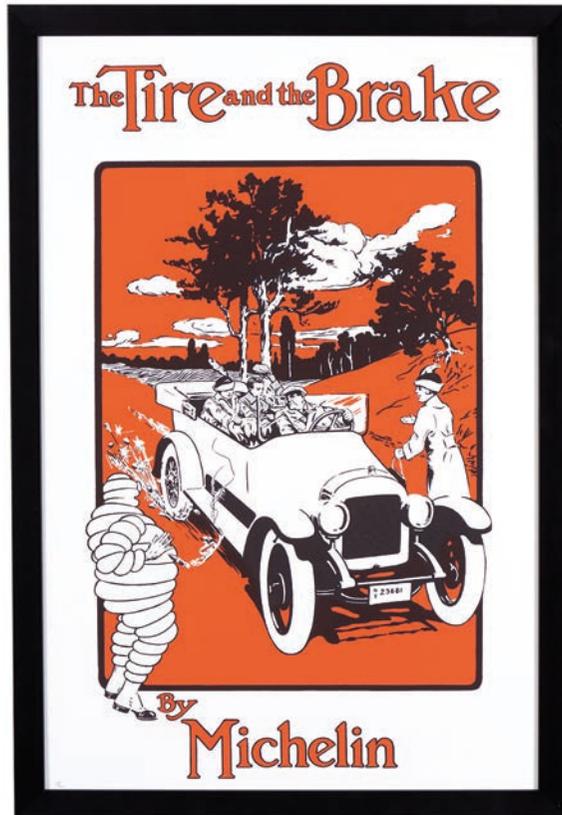
Format : 40 x 60 cm

Papier : Fabriano 100% Cotton Velluto White 300gr

Tirage : 150 exemplaires

79 euros

Sur cette affiche de 1967, Bibendum retrouve ses premières amours, la "Petite Reine" si populaire, grâce notamment au Tour de France. Utilisé pour le trajet domicile/travail dans les années 1930/1950, le "vélo" devient un loisir à la fin des années 1960. Le dessin montre une vue aérienne de Bibendum cycliste portant un large chapeau de paille agrémenté d'un ruban auquel il a joint une marguerite fraîchement cueillie.



2 - TIRE AND THE BRAKE

*Tirage en sérigraphie
100% à la main
2 passages couleurs
Format : 40 x 50 cm
Papier : Fabriano 100% Cotton Velluto
White 300gr
Tirage : 150 exemplaires
59 euros*

Cette image issue de la communication américaine de MICHELIN, datant de 1912, illustre, à l'origine, la couverture d'une brochure sur les liens entre les freins et les pneus. Elle est rééditée aujourd'hui de manière artisanale dans les ateliers d'Expérience Sérigraphie de Lyon, dans ses couleurs d'origine.



3 - FRISE

*Tirage en sérigraphie
100% à la main
2 passages couleurs
Format : 20 x 100 cm
Papier : Fabriano 100% Cotton Velluto
White 300gr
Tirage : 100 exemplaires
59 euros*

Ce bandeau vertical offre une douzaine de représentations de Bibendum. Il est imprimé en bichromie sur papier en deux parties (la césure se situe entre Bibendum chef d'orchestre et Bibendum rugbyman). Il était destiné à la publicité dans les garages et chez les revendeurs de pneus aux États-Unis. L'avion représenté est un Blériot VII qui volait en 1907 et 1908.

**EXPERIENCE
SÉRIGRAPHIE**



4 - ABÉCÉDAIRE

Tirage en sérigraphie 100% à la main

2 passages couleurs

Format : 40 x 60 cm

Papier : Fedrigoni WDS Woodstock Betulla 285gr

Tirage : 200 exemplaires

59 euros

Créées dans les années 30, ces lettres Bibendum sont des bijoux de précision et d'originalité. Cette sérigraphie en 2 passages couleurs sur un papier ivoire, met en valeur le contraste entre Bibendum, d'un blanc immaculé, et les dessins du Studio Graphique Michelin, d'un noir profond.



5 - MICHELIN XAS

Tirage en sérigraphie 100% à la main

3 passages couleurs

Format : 50 x 70 cm

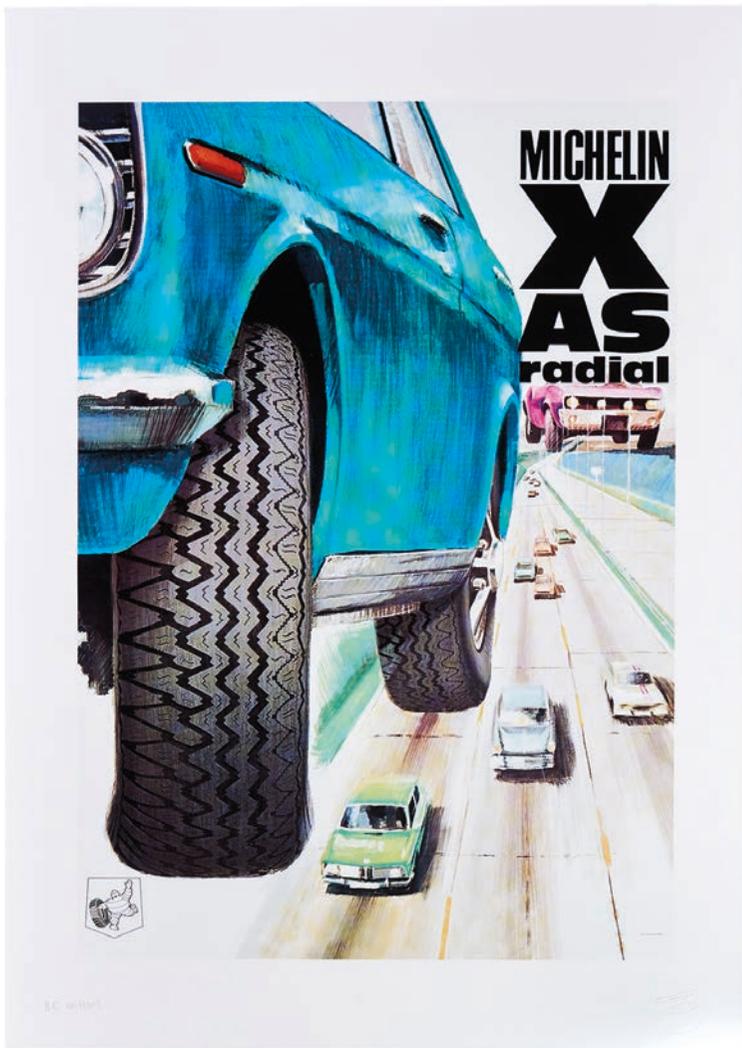
Papier : Fabriano 100% Cotton Velluto White 300gr

Tirage : 200 exemplaires

69 euros

Très graphique, ce tirage est typique du dynamisme de la créativité des années 1970. Son grand format en fait un élément de décoration idéal pour les intérieurs modernes et design. Tiré à Lyon, à la main, dans les Ateliers d'Expérience Sérigraphie, il comprend trois passages couleurs sur un papier de grande qualité.

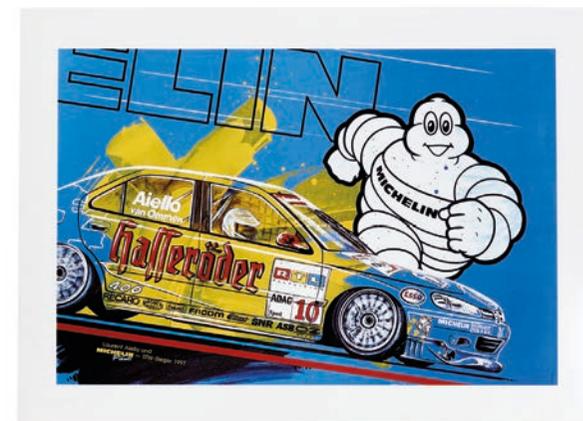
6. TIRAGES D'ART



1 - MICHELIN XAS RADIAL

*Impression digitale
aux encres pigmentaires
12 couleurs
Format : 50 x 70 cm
Papier couché mat 250gr
Tirage : 500 exemplaires
49 euros*

Commercialisé à partir de 1965, MICHELIN XAS est le premier pneu MICHELIN conçu pour rouler jusqu'à 210 km/h. Ses performances exceptionnelles le destinent à équiper les "sportives" des années 1965/1975. Créée pour une campagne publicitaire internationale, cette affiche dédiée au pneu MICHELIN XAS, d'inspiration résolument "Pop Art", puise sa forme dans le "Ben-Day", une technique d'impression tramée permettant d'obtenir une couleur sans dégradé.



2 - LAURENT AIELLO PAR JOJO BASTARD

*Impression digitale aux encres pigmentaires
12 couleurs
Format : 70 x 50 cm
Papier couché mat 250gr
Tirage : 500 exemplaires
49 euros*

Cette affiche, créée par JoJo Bastard, en 1997, joue sur la dynamique... La Peugeot 406 du pilote Laurent Aiello est dessinée de trois-quarts droit, pour passer devant Bibendum "fonceur", de face et très déterminé. Diffusée à l'occasion de la victoire de ce pilote français en Championnat STW (Super Tourenwagen Cup) en Allemagne, cette affiche renoue avec une tradition ancienne chez Michelin qui permet de jouer sur la notoriété de Bibendum tout en cachant partiellement la marque MICHELIN.



3 - BIBENDUM FAIT SON CINÉMA

Impression digitale aux encres pigmentaires

12 couleurs

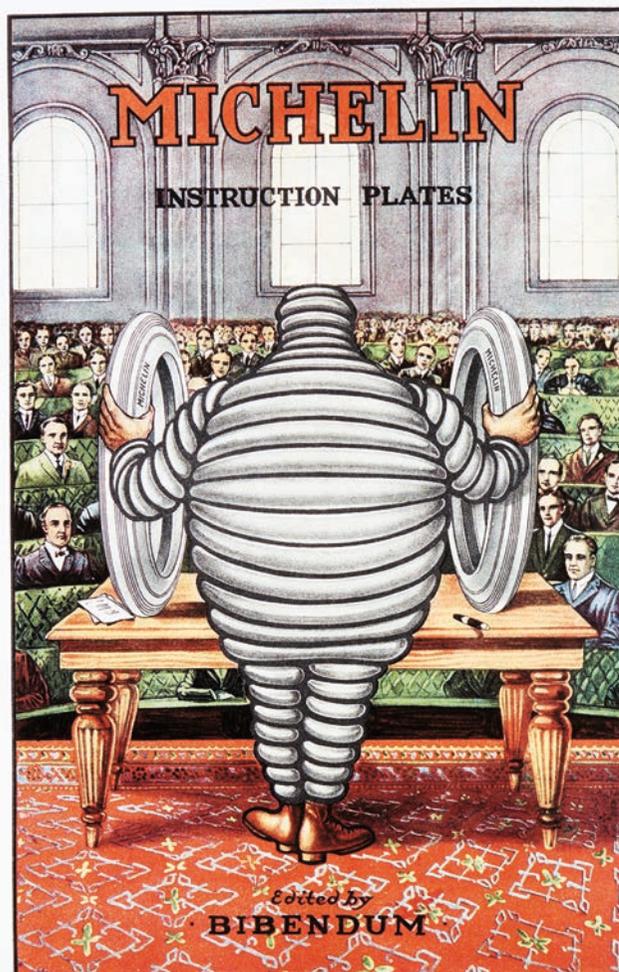
Format : 70 x 50 cm

Papier couché mat 250gr

Tirage : 500 exemplaires

49 euros

Au milieu des années 1920, Michelin apporte une innovation importante dans le monde de l'automobile en créant le pneu "Confort". Pour prouver que ce pneu à basse pression ne peut pas déjanter, Michelin fait appel aux techniques du cinéma très en vogue à cette époque. C'est l'âge d'or du muet et des facéties autour de l'automobile dans les courts métrages de Max Linder en France, de Charlot, Buster Keaton, Laurel et Hardy aux États-Unis. Cette affiche annonce une séance promotionnelle de cinéma. Elle montre Bibendum qui filme un franchissement d'obstacle.



4 - BIBENDUM ENSEIGNE À L'UNIVERSITÉ

Impression digitale aux encres pigmentaires

12 couleurs

Format : 50 x 70 cm

Papier couché mat 250gr

Tirage : 500 exemplaires

49 euros

Ce visuel trouve son origine dans la couverture d'une brochure MICHELIN de 1913 intitulée "Instructions plates". Bibendum invite le spectateur à assister à son cours dans l'amphithéâtre d'une prestigieuse université. Devant lui, de jeunes auditeurs dûment cravatés ou portant d'élégants nœuds papillon l'écoutent avec la plus grande attention. Le traitement graphique de leurs visages, proche de la photographie, compose autant de portraits de personnalités que nous pourrions presque identifier dans le "Who's Who" local de cette année-là.



5 - LE MEILLEUR DE BIBENDUM

Impression digitale aux encres pigmentaires

12 couleurs

Format : 50 x 70 cm

Papier couché mat 250gr

Tirage : 500 exemplaires

49 euros

Cette affiche, diffusée dans toute l'Europe en 1914, préfigure par son lettrage le futur choix des caractères typographiques de la marque MICHELIN. Au début du XX^e siècle, comme les meilleurs illustrateurs de sa génération, René Vincent (1879-1936) reçoit des commandes de grands industriels français qui souhaitent faire connaître leur production par le biais d'affiches publicitaires. C'est le cas de Michelin, qui lui demande d'illustrer le "sauvetage d'une famille en détresse pneumatique". Tout en fumant son cigare, Bibendum offre "le meilleur de lui-même", c'est-à-dire un pneumatique MICHELIN.

7.

LES BOUTONS DE MANCHETTES ARGENT ET LAITON

Dès 1904, Bibendum apparaît sur une affiche illustrée par O'Galop avec pince-nez, bagues et boutons de manchettes. Une déclinaison en deux versions est proposée pour cette première collection.

1 - VISAGE BIBENDUM

Matière : Laiton / finition argentée satinée

Traitement : métal modelé

Fixation : pivotants en Y

Tirage : 200 exemplaires

65 euros



2 - BIBENDUM MONOCLE

Matière : Argent 925 / 1000 - poids estimé à 8gr
Traitement : Argent estampé en ronde bosse
Fixation : pivotants en Y
Tirage : 100 exemplaires
119 euros



LES CRÉATEURS



ARTOYZ

La société Artoyz est née en décembre 2003 de l'esprit de quatre amis passionnés de culture graphique et sous l'impulsion de son PDG Michael Rouah. Première référence française en matière de Toyz, Artoyz s'emploie à concentrer le meilleur de la scène mondiale en matière de Figurines Urbaines et de Jouets de Designers et produits issus de la Graphic & Pop Culture. Elle importe et revend des produits de collection pour adultes dans un univers très coloré et un esprit graphique très novateur, influencé par les nombreuses cultures urbaines, l'illustration et l'art contemporain. En 2008, Artoyz a créé son propre label – Artoyz Originals – afin de produire et développer des figurines d'artistes français et internationaux. Ils développent essentiellement des objets réalisés en série limitée (de 500 à 1000 exemplaires) à l'encontre de la consommation de masse. Il s'agit réellement d'adhérer au travail d'un artiste, de plonger dans l'univers d'un créateur qui a choisi le support de la figurine comme expression de son art.



DRAGO

La société DRAGO Paris, filiale du Groupe Chevalier AB (auquel appartient également la maison Arthus-Bertrand), entretient depuis plus d'un siècle un précieux savoir-faire dans la fabrication d'objets chargés d'âme tels que médailles, épées, insignes, décorations et trophées en faisant appel à des artistes et sculpteurs renommés. Le travail du métal, de l'or et de l'argent sous toutes ses formes, la fonte, la frappe, l'orfèvrerie, la bijouterie, et tous les métiers de grande précision que l'on imagine derrière ces mots, fondent depuis toujours sa réputation. Leurs bijoux sont le fruit de ces années de savoir-faire. Loin de toute ostentation, leur signature est celle de la simplicité et de la sobriété, une marque d'honneur pour tous.



ÉDITIONS CHRONIQUE

Chronique est une maison d'édition spécialisée dans les beaux livres et les livres sur mesure. En 1985, les éditions Chronique publient l'ouvrage *Chronique du XX^e siècle* qui raconte l'histoire de manière chronologique. Le concept se déclinera à travers le lancement de la collection "Chronique de l'année" qui renseigne sur les événements de l'année, en 1986, puis en 1996 de la collection "Chronique de l'histoire" qui développe des biographies de personnages célèbres. Parallèlement paraissent des ouvrages thématiques sur le cinéma, l'aviation, etc.



EMAILLERIE BELGE

Créée en 1923, l'Emaillerie Belge est une société artisanale, située à Bruxelles. Au fil des années et avec la réduction des commandes d'État, la société s'est réduite en taille afin de se concentrer dans un marché de niche où la qualité est sa priorité absolue. En 2016, l'entreprise a été reprise par deux jeunes entrepreneurs, Tanguy Van Quickenborne et Vincent Vanden Borre, qui désirent trouver de nouvelles façons d'intégrer et d'utiliser l'émail. Avec une équipe de 10 personnes et presque 100 ans d'expérience dans cette industrie, l'Emaillerie Belge essaye de répondre aux besoins de chaque conception.



EXPERIENCE SERIGRAPHIE

L'une des plus anciennes librairies de Lyon, la librairie Expérience, a décidé, il y a une dizaine d'années, de travailler l'image de la façon la plus noble qui soit : imprimer des sérigraphies. Depuis qu'ils ont racheté la machine guidée à bras des Editions Cornélius, ils travaillent quotidiennement à des tirages plus beaux les uns que les autres, et ce, de manière 100% artisanale. Préparation des fichiers, recherche des couleurs avec des pigments et encres à l'eau, utilisation de papiers Fedrigoni de très grande qualité, ils réalisent l'intégralité de leurs tirages à la main, dans leur atelier lyonnais.



FARIBOLES

Depuis 1993, cet atelier normand à échelle humaine s'applique à donner du volume aux héros de papier de la bande dessinée franco-belge, et aujourd'hui, au-delà. Soucieux de garder le contrôle de leur qualité, attachés à respecter dans les moindres détails l'aspect des personnages mythiques qui ont peuplé votre enfance, Fariboles n'a pas écouté le chant des sirènes de la délocalisation et reste une petite chaîne de production artisanale complète ancrée en France. Poussés à créer et à innover en permanence, Pascal Rodier et son équipe sont constamment à la recherche d'astuces techniques et artistiques pour tenter de vous surprendre, comme ici lorsqu'ils proposent le tout premier Bibendum sculpté en réels "pneus" de résine superposés.



FIGURES & VOUS

FIGURES & VOUS est une société spécialisée dans la création, la sculpture et la distribution de figurines et de statuettes en séries limitées issues de l'univers de la bande dessinée. Elle est animée par Olivier Diolot-Niedergang et Isabelle Ponzone. Sculptées par leurs artistes, ces pièces de collections élitistes sont fabriquées à la main, avec le plus grand soin, dans le souci de restituer l'essence de l'œuvre originale. Les pièces "Figures & Vous" réalisées pour le MICHELIN Collectors Store sont leurs premières réalisations qui ne relèvent pas du 9^e art, pour notre plus grand plaisir.



NUMERIS'ART

Numérisation, retouche et livraison de fichiers de haute qualité, sur base de photographies (positifs, négatifs) ou d'illustrations, originales comme imprimées. Impression digitale encres pigmentaires 12 couleurs tout format.



PIXI

Les PIXI sont des figurines en métal, sculptées, moulées, fondues, ébarbées et peintes à la main dans leurs ateliers français. En constante évolution, Pixi vous ouvre un tout nouveau monde différent et merveilleux, un univers vecteur d'émotions et qui raconte de belles histoires ! Ce Bibendum est à l'échelle des PIXI ORIGINE renouant avec la taille de leurs premières créations et toujours à la gloire des héros de notre temps.



A PROPOS DE MICHELIN

Michelin a pour ambition d'améliorer la mobilité de ses clients, durablement. Leader dans le secteur des pneumatiques, Michelin conçoit, fabrique et distribue les pneumatiques les plus adaptés à leurs besoins et à leurs usages ainsi que des services et des solutions pour améliorer l'efficacité de la mobilité. Michelin propose également des offres qui font vivre à ses clients des moments uniques au cours de leurs voyages et de leurs déplacements. Michelin développe aussi des matériaux de haute technologie destinés aux industriels de la mobilité. Basé à Clermont-Ferrand, Michelin est présent dans 171 pays, emploie plus de 114 000 personnes et exploite 70 usines dans 17 pays qui ensemble ont produit environ 190 millions de pneumatiques en 2017. (www.michelin.com)

A PROPOS DE MICHELIN LIFESTYLE

Créée en 2000, la filiale Michelin Lifestyle a pour vocation de développer la notoriété de la marque MICHELIN et de renforcer les relations avec les consommateurs à travers des produits autres que le pneumatique. L'objectif est de nouer un lien privilégié plus fort et plus fréquent avec les utilisateurs de pneus MICHELIN, de manière à renforcer l'image de la Marque en favorisant une meilleure mobilité des biens et des personnes. Ces accessoires sont définis en accord avec la mission et les valeurs de Michelin. Ils intègrent le savoir-faire et l'expertise du Groupe pour offrir aux consommateurs des performances uniques. Michelin Lifestyle accompagne la marque MICHELIN avec des produits sous licence qui permettent de souligner ses atouts : sécurité, innovation, performance et respect de l'environnement. Tous sont conçus pour apporter une plus-value à leurs utilisateurs, à travers leur concept, leur design ou leur spécificité. Trois domaines sont privilégiés : les accessoires pour automobiles, motos et vélos, les semelles techniques et les chaussures, et les articles valorisant le Patrimoine de Michelin et de Bibendum. Intégrant le savoir-faire et l'expertise de Michelin, cette gamme d'objets de collection endosse logiquement le rôle d'ambassadeur de la Marque. Michelin Lifestyle, représente 69 partenariats de licence dans le monde et près de 22 millions de produits vendus. (www.michelinlifestyle.com)



A PROPOS DE MEDIA-PARTICIPATIONS

Groupe d'édition, de presse, de production audiovisuelle et de logiciels de loisirs, Média-Participations s'adresse à un large public familial et fait aujourd'hui référence dans chacune de ses activités.

A PROPOS DE MEDIATOON LICENSING

Mediatoon Licensing est l'agent de licences du groupe Media-Participations. Il valorise et développe les marques qui lui ont été confiées par les ayants droit. A travers tous les produits dérivés de merchandising ou les parcs d'attraction, comme sur les marchés artisanaux via des articles collector de grande qualité, Médiatoon assure la visibilité et l'image de marque des grandes propriétés qui lui ont été confiées.



