

1898–2018: Michelinmannen är 120 år

120 år? Kan det stämma? Vem är 120 år?

Michelinmannen såklart! Bibendum, som Michelinmannen egentligen heter, firar sin 120-åriga födelsedag i år. Den påhittade mannen som är skapad av Michelinbröderna och tecknad av serietecknaren O'Galop är gjord på däck och har följt generationer av resenärer på deras resor runt om i världen. Vi tog oss en titt på hur framgångssagan har sett ut de senaste hundra åren.

Med de där armarna kommer han bli stark!

Michelinmannen är gjord av en trave däck, vilket är fullständigt normalt för en hjälte inom bilindustrin! Hans minst sagt egna stil fantiserades ihop av André och Edouard Michelin och blev visualiserad av konstnären Marius Rossillon, kanske mer känd under pseudonymen O'Galop. Under 1898 var Bibendum, det vill säga Michelinmannen, frontfiguren på en poster med texten "Nunc est Bibendum", som betyder "Tid att dricka" och är en referens till en dikt skriven av Horace¹. Efter det syntes han för första gången i sin fulla storlek i Michelins monter under den första upplagan av Paris Motorshow.

Varje gång han syntes offentligt skapade han uppmärksamhet och fick tidigt en relation till sina beundrare. Genom den kreativa marknadsföringsmetoden syntes han snart i de flesta sammanhang för Michelin och användes som en symbol för att svara på de mest tekniska frågorna gällande hur en korrekt användning av däck skulle gå till. Han blev en ikon inom mobilitet, som fanns där för att hjälpa till och ge råd.

Från O'Galop till Michelins designstudio: födseln av en legend

Visserligen var det O'Galop som från början tecknade Michelinmannen men det finns fler namnkunniga personer inom design och reklam som Michelinmannen har att tacka för sin framgångssaga. Hautot, Grand Aigle, Riz, Cousyn och René Vincent illustrerade Michelinmannen i roliga sammanhang och han fick därmed en mer mänsklig personlighet. På den här tiden fick illustratörerna hitta på sin egen design av Michelinmannen, vilket gjorde att den kunde variera beroende på vilken historia tecknarna ville berätta om honom.

För att Michelinmannen skulle bli lättare att känna igen börjande man efter ett tag använda samma design för att illustrera honom. Under 1920-talet startade man upp en designavdelning som gjorde det lättare att hålla sig till en gemensam design. Han tecknades då med ett specifikt antal tydliga däck och blev sakta men säkert en igenkännbar ikon för resten av världen. En glad, snäll, skyddande och lite busig karaktär som idag känns igen världen över.

Reflektioner av en era

Michelinmannens utveckling säger en hel del om bilindustrin i stort. Från början hade Michelinmannen accessoarer som cigarrer, manschettknappar, en monokel, klackring och andra saker som var kopplade till den överklass som hade råd att köpa bil. Samtidigt som det blev billigare att ha bil, försvann Michelinmannens accessoarer vilket gjorde honom till den snälla och glada profilen som vi känner igen idag.

En universal karaktär

Michelinmannens internationella karriär startade tidigt. Han reste världen runt med olika säljteam och presenterades för nya kunder för att stärka varumärkets identitet. Ingen kontinent kom undan hans charm och vid 1920-talet var han världskänd. Hans popularitet var som störst under 2000-talet, då Michelinmannen röstades fram till den bästa företagsikonen av tidningen Financial Times. Samma år dök han upp i en nytänkande 3D-design som ett bevis på sin förkärlek till tekniska innovationer. Varken hans historia eller designmässiga förbättringar slutade och år 2017 designades om igen för att matcha sitt för evigt moderna förhållningssätt till livet.

¹ Horace, vars fullständiga namn är Quintus Horatius Flaccus, född 65 f.kr, var en romersk poet som studerade grekiska och filosofi i Aten. Han var aktiv under det som kallas latinets litterära guldålder och var bland annat den som myntade begreppet "carpe diem", det vill säga "fånga dagen".

En överblick av Michelinmannens historia

1898

Karaktären skapas genom penseldragen från serietecknaren O'Galop

1901

Michelinmannen syns i helkropp där man får se hans ben, till skillnad från tidigare då man bara sett hans överkropp

1920

Michelinmannen blir en internationell kändis

1986

En reklamkampanj av BDDP bekräftar Michelinmannens popularitet

2000

Michelinmannen röstas fram till den bästa företagsikonen av tidningen Financial Times

2000

Michelinmannen blir en datorgjord karaktär i 3D

2009

Den första globala kampanjen kommer ut: "Med rätt däck förändras allt"

2017

Michelinmannens visuella identitet får en plattare design och går tillbaka till 2D

MICHELINMANNENS KARAKTÄRER

20 år, sju tillfällen och sex tidigare osedda ritningar

Michelinmannens födsel och liv är uppbyggt som en äventyrlig berättelse. En berättelse och ett äventyr som har pågått i 120 år. För att fira årsdagen har Michelin-teamet gett ut ett antal gamla designer av Michelinmannen som inte har visats tidigare. Designer där han har en kaxigare uppsyn och attityd. En attityd som du inte har sett honom ha tidigare!

1908: Trollsländan Bibendum

Även om land är Michelinmannens favoritunderlag så trivs han också i luften, vilket kanske borde kännas självklart då han faktiskt består av luft. Från tidigt 1900-tal blev han en del av den nyupptäckta konsten att flyga. På den här tiden kunde flygplan och biplan bara flyga kortare sträckor men tack vare modiga flygentusiaster blev sträckorna hela tiden längre. Övertygad om de nya fordonens betydelse beslutade sig Michelinmannen för att ta dessa moderna äventyrare "under sina vingar" och 1908 startades därför Michelinkuppen, som då var en långdistanstävling inom flygning.

1914: Magikern Bibendum

"En förutsägelse... Den 662:a måndagen". Magikern Bibendum är en genuint mystisk karaktär. Han har en bok med trolleriformler framför sig, en svart katt på sin axel och en trollkarlshatt på sitt huvud. Michelinmannen dyker här upp och ser sig själv som en magisk karaktär... Likheterna slutar dock där. För Michelin är det ingen trollkonst att kunna förutspå framtiden. Tvärtom, framtidens utmaningar har alltid tagits på största allvar. Edouard Michelin säger detta den 2 juli 1929 när han betonar "The spirit of observation". "The future must be even better and it will only be so if we move fast, otherwise we will be late. What is the point of inventing something if someone else gets there before us? We have to be first [...]"

Den här karaktären av Michelinmannen illustrerades i den populära kolumnen "Michelin Mondays" som publicerades varje vecka i tidningen L'Auto. Här avslöjas även vad som förutsägs om just den

662a måndagen – ”Brother motorist who drink in my words like I drink in obstacles, I predict that my father Michelin’s competitors will recommend to you [...] special types of tires that will cost more than Michelin tires... and they will not be worth it”.

1930: Dykaren

Som många andra konstnärer blev de som arbetade i Michelins designstudio inspirerade av saker i sin samtid, och det var inte ovanligt att hitta tecken av detta i deras avbildningar. Bibendum som ”dykare”, (en av sex karaktärer i en serie) inspirerades av serietecknaren E.C Segar (1894-1938) som bland annat skapade den kände seglaren Karl-Alfred (Popeye). Precis som Michelinmannen är Karl-Alfred känd världen över för sin styrka och sin fysiska försvarsförmåga. En likhet som gick att se i designens utveckling av Michelinmannen.

1952: Bibendum gifter sig

År 1952 var det ett fantastiskt event på Paris Motorshow. Nyfikna åskådare skulle säga att det var Michelinmannens bröllop, men insatta experter kunde förklara att det var det fantastiska ”giftermålet” mellan stål och textilier. Från denna tekniska revolution skulle radialdäck för alla sorters fordon uppkomma: för bilar (1949) för tyngre lastbilar (1952), för byggfordon (1959), jordbruksfordon (1978), flygplan (1981) och motorcyklar (1984). Ceremonin tog plats i Michelins monter för en imponerad publik. Ett event som inte gick någon förbi! Michelin hade med enkel och effektiv kommunikation gjort det igen; ett skolboksexempel på hur man gör något komplicerad lättförståeligt.

1955: Bibendum shoppar

Det finns ett flertal exempel som ofta var avancerade för sin tid, där Michelin visat på sitt engagemang inom samhällsfrågor. SOCAP (the Michelin Staff Cooperate Supply Company) är ett bra exempel på detta. Det var en butik som sålde blandade varor till sina anställda för överkomliga priser vilket var nytt på den tiden. Den första butiken öppnade 1910 och vid år 1927 hade det öppnats ett dussintal. Från att tidigare bara sälja saker till Michelins anställda, riktade de sig under 1927 till en större målgrupp.

I reklambroschyrerna kunde man se Michelinmannen när han var ute och shoppade, gav ut specialerbjudanden och visade nya produkter.

2017: En bättre väg framåt

För nionde gången i sitt liv utvecklas Michelinmannen enligt sin tidlösa modernism. Den nya versionen förverkligade vad Michelingruppen ville åstadkomma – en diskret partner i vardagen som kunde lugna och ta hand om dig. Idag lämnar Michelinmannen den delen till sina kunder. Den nya visuella identiteten har två utseenden: en intern inom företaget och en extern som används i marknadsföringssyften. Samtidigt som den liknar den tidigare loggan, är Michelinmannen skarpare i de båda varianterna. Han är synligare och mer uttrycksfull, allt för att komma närmare kunderna. Under 2017 började Michelin återigen att sälja Michelinmannen som en figur och maskot att ha i längst fram i lastbilar.

2018: Michelinmannen fyller 120 år

En specialdesign har tagits fram för att uppmärksamma att Michelinmannen fyller 120 år. På bilden skakar Bibendum från 1898 och dagens Michelinman hand med varandra. Handslaget visar på Michelins kontinuitet, som fanns där igår, finns där idag och kommer finnas där imorgon. Den historiskt inspirerade sammansättningen uppdaterades av Mostapha El Oulhani, samma person som designat visdäcken.

Michelinäventyret firar ”Bibendum”

För att fira Michelinmannens 120:e födelsedag kommer det hållas en utställning på L’Aventure Michelin i Frankrike. Utställningen är för alla nyfikna och de som värnar om Michelins arv och ursprung. Den äger rum från den 27 juli till den 31 december. Missa inte det!