

MICHELIN

La mejor forma de avanzar



ÍNDICE

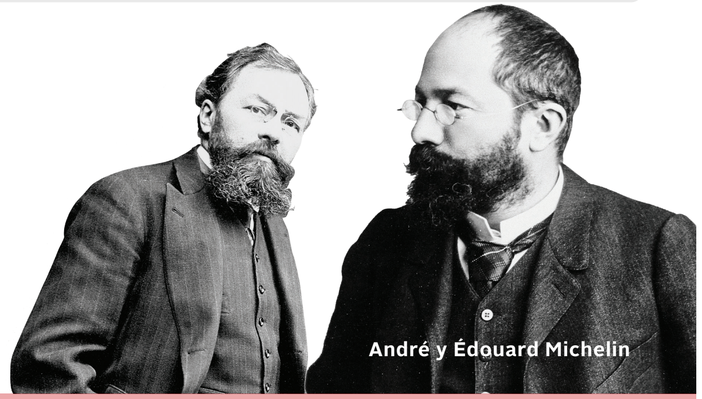
- DESDE HACE MÁS DE UN SIGLO, LA GUÍA MICHELIN ESTÁ AL SERVICIO DE LA MOVILIDAD 2
- UNA GUÍA PARA TODOS: ESA ES LA VOCACIÓN DE LA GUÍA MICHELIN DESDE HACE MÁS DE UN SIGLO 3
- LAS FECHAS CLAVE DE LA GUÍA MICHELIN 4-5
- LOS PICTOGRAMAS, UN LENGUAJE PRÁCTICO E INTERNACIONAL 6-7
- LAS ESTRELLAS: LAS MEJORES MESAS 8-9
- El BIB GOURMAND 10-11
- LOS QUE HACEN LA GUÍA MICHELIN 12-13
- UNA VENTANA A LA GASTRONOMÍA MUNDIAL 14-15
- LA DIRECCIÓN DE LA GUÍA MICHELIN 16-17

DESDE HACE MÁS DE UN SIGLO, LA GUÍA MICHELIN ESTÁ AL SERVICIO DE LA MOVILIDAD

La guía MICHELIN nació gracias a la imaginación de André y Edouard MICHELIN, fundadores del Grupo del mismo nombre.

En 1900, cuando había poco más de 3.000 automóviles circulando en Francia, un viaje era muy a menudo una aventura. A pesar de todo, los hermanos Michelin creían firmemente en el futuro del automóvil. Para apoyar su desarrollo y, al mismo tiempo, el desarrollo del Grupo Michelin, decidieron proporcionar a los automovilistas una pequeña guía que facilitase el viaje. Así surgió la famosa guía MICHELIN, cuya primera edición apareció en Francia, en agosto de 1900. En su prefacio, André Michelin escribió: "Esta obra aparece con el siglo y durará tanto como él". La guía, que fue distribuida gratuitamente en los talleres y en los distribuidores de neumáticos, incluía un gran número de informaciones prácticas, sobre cómo cambiar un neumático o sobre el mantenimiento del vehículo.

En 1920 la guía se empezó a cobrar: 7 francos en Francia y 5 pesetas en España. Una anécdota cuenta que, a su paso por un distribuidor de neumáticos, André Michelin constata indignado que las guías servían para calzar las patas de un banco de trabajo. Como "el hombre solo respeta lo que paga", a partir de ese momento la guía dejará de ser gratuita.


André y Édouard Michelin

Ese mismo año, la publicidad externa desaparece, manteniéndose solo la de Michelin. En 1923 los restaurantes hacen su entrada en la guía con su propia clasificación. ¡La aventura de la guía MICHELIN ha comenzado!

Con el correr de los años, nutrida por un equipo de inspectores anónimos que recorren las carreteras de toda Europa, la guía propone a sus lectores una selección actualizada con los mejores establecimientos, tanto hoteles como restaurantes, en cada categoría de confort y precio. Más de un siglo después, la guía MICHELIN se impone como la referencia mundial en el ámbito de la gastronomía, tanto para los profesionales como para el público en general.

UNA GUÍA PARA TODOS: ESA ES LA VOCACIÓN DE LA GUÍA MICHELIN DESDE HACE MÁS DE UN SIGLO

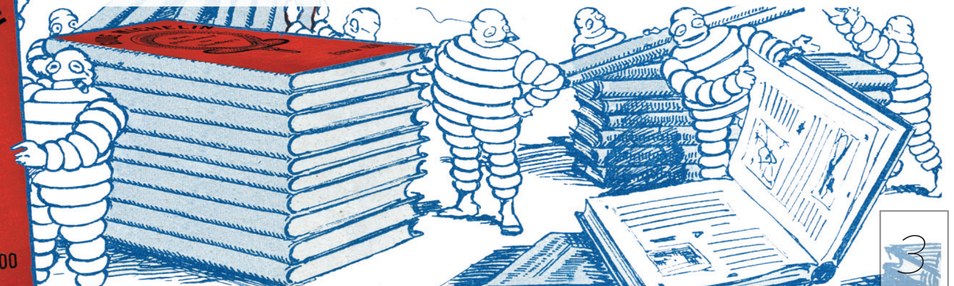
Para todos, porque cada usuario puede encontrar en ella el hotel o el restaurante que necesita. En cada categoría de confort y precio (desde el hotel más lujoso al más familiar y desde el restaurante más elegante al más sencillo), y cualquiera que sea el presupuesto o el estilo de cocina buscado, la guía MICHELIN propone cada año una selección muy variada de direcciones probadas rigurosamente por inspectores profesionales y anónimos. Aunque los restaurantes con estrella han dado renombre a la guía en todo el mundo, los establecimientos con tal distinción ¡solo representan un 10% de la selección total!

Para ofrecer al usuario la información más fiable, año tras año se revisan y actualizan todos los datos prácticos, las clasificaciones y las distinciones.

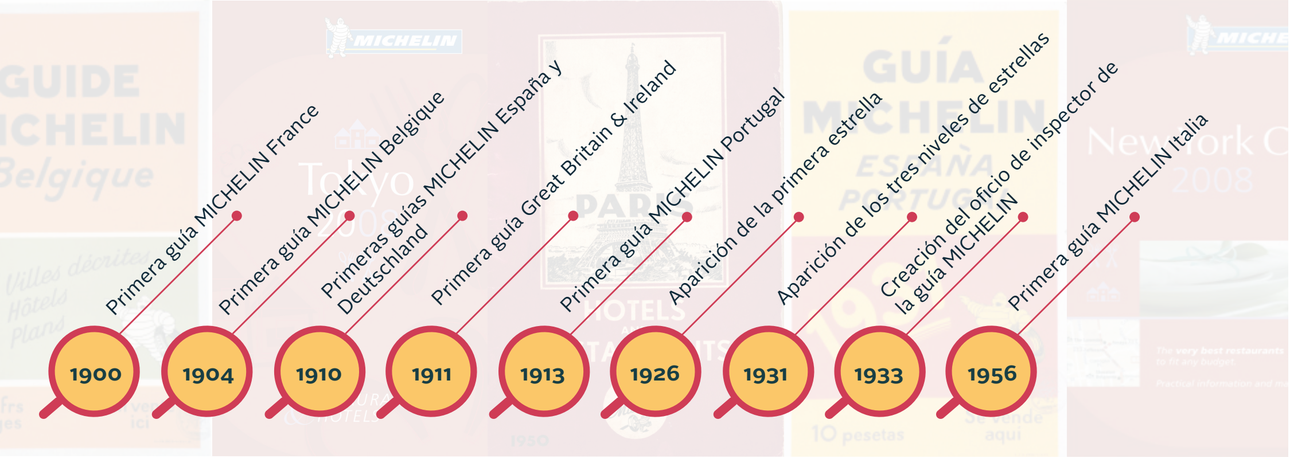
La guía MICHELIN, siempre atenta a todas las exigencias, evoluciona para adaptarse a la era digital. Por tal motivo es hoy más accesible que nunca: se sigue imprimiendo, por supuesto, pero también se puede encontrar en Internet y en formato digital para los navegadores, smartphones y tablets, permitiendo nuevos enfoques, como búsqueda multicriterio, en las cercanías, la localización en el mapa, etc.



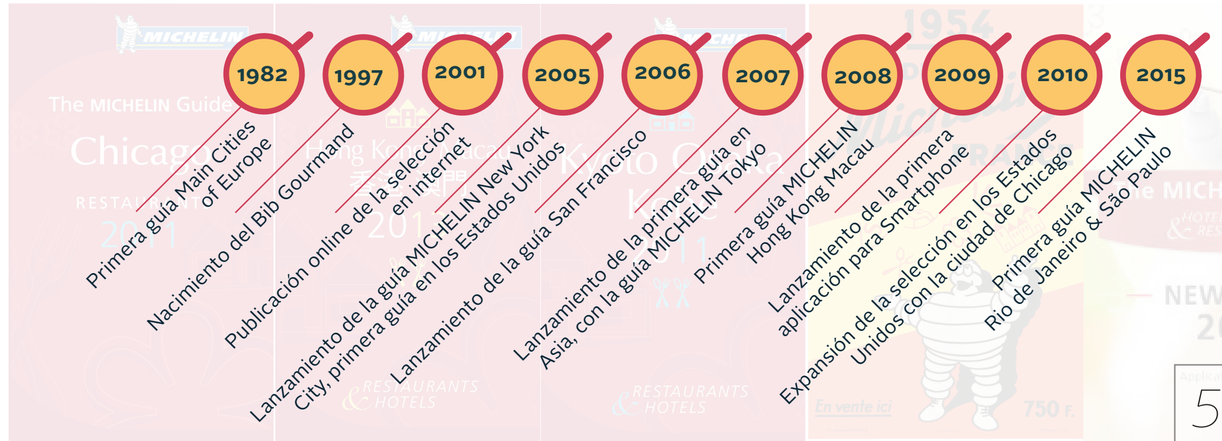
Gracias a esta complementariedad entre la edición impresa y la digital, la guía MICHELIN, con más de 45.000 direcciones seleccionadas en todo el mundo, ayuda a diario a millones de viajeros en sus desplazamientos. Este cometido de la guía, que existe desde su creación en 1900, es asimismo el del grupo Michelin: ofrecer "La mejor manera de avanzar".



LAS FECHAS CLAVE



DE LA GUÍA MICHELIN



LOS PICTOGRAMAS, UN LENGUAJE PRÁCTICO E INTERNACIONAL

Para ayudar al usuario, la guía MICHELIN utiliza desde 1900 un lenguaje universal: los símbolos llamados “pictogramas”. Tienen la ventaja de ser concisos, permiten ahorrar espacio, dan información objetiva y son legibles en todos los idiomas, pues no pertenecen a ninguno.

Si al principio había unos 20 símbolos, ahora existe más de un centenar. Estos pictogramas dan indicaciones precisas, por ejemplo sobre los servicios propuestos, así como información general que permite clasificar los establecimientos seleccionados según el nivel de confort o la calidad de la cocina.

Los hoteles están clasificados de a y los restaurantes de X a XXXX, es decir, de “Sencillo pero confortable” a “Gran lujo y tradición”.

Con el paso de los años, siguiendo la evolución de la sociedad, los pictogramas se han convertido en verdaderos testigos de sus respectivas épocas, por lo que algunos ya han desaparecido y se han creado otros nuevos. La guía MICHELIN indicaba, por ejemplo, los hoteles donde se alumbraba todavía con petróleo o con velas (1930), los hoteles con ducha privada (1955), la prohibición de transistores en el restaurante (de 1962 a 1966), la televisión en la habitación (1972) o la aceptación de las tarjetas de crédito (1978).



Sin renunciar al lenguaje de símbolos, los comentarios aparecen por primera vez en la guía MICHELIN Francia en el año 2.000 y en la guía MICHELIN España & Portugal en el 2.003. Estos pequeños textos dan la descripción de cada establecimiento, con detalles sobre el estilo de cocina o el ambiente, y precisan la opinión de los inspectores MICHELIN sobre la selección.

LAS ESTRELLAS: LAS MEJORES MESAS

La guía MICHELIN reconoce cada año las mesas que ofrecen la mejor calidad culinaria otorgándoles estrellas.

La asignación de las estrellas, momento destacado en la vida de un chef, responde a criterios estrictos utilizados por los inspectores en todo el mundo. Las estrellas “están en el plato y únicamente en el plato”. Esto significa que solo juzgan la calidad de la cocina. El resto, ya sea la decoración, el servicio o el equipamiento, no se tiene en cuenta para otorgarlas.

Para apreciar la calidad de una mesa, los inspectores se basan en cinco criterios definidos por Michelin: selección de los productos, creatividad, dominio del punto de cocción y de los sabores, relación calidad-precio y regularidad. Estos criterios son aplicados por todos los inspectores de la guía MICHELIN, tanto en Japón, como en Estados Unidos, China o Europa. Son, pues, la garantía de una selección homogénea: poco importa el lugar, una estrella tiene el mismo valor en Madrid, Nueva York o Tokio.

Una cocina única. ¡Justifica el viaje!

Una cocina excepcional. ¡Merece la pena desviarse!

Una cocina de gran fineza. ¡Compensa pararse!





Las estrellas se atribuyen de manera colegiada entre los inspectores, el redactor jefe del país y el director de las guías MICHELIN. Las estrellas recompensan a un restaurante por el trabajo de su chef y su equipo, en todos los estilos de cocina.

El BIB GOURMAND



Puesto que el compromiso de la guía MICHELIN es el de responder a las exigencias de todos nuestros lectores, tanto en términos de calidad como de presupuesto, los inspectores siempre han puesto el mayor interés en descubrir las mesas de calidad al mejor precio. Así es como, desde 1954, la guía indica los restaurantes que proponen "comidas bien hechas a precios moderados". Y para ayudar al lector a identificar mejor estas buenas direcciones, en 1970 se introduce por primera vez en la guía el símbolo R, símbolo que en 1992 se convierte en "Repas" (comida).

En 1997, nace el pictograma Bib Gourmand (), representado por la carita de Bibendum relamiéndose, que recompensa las direcciones de calidad que proponen un menú completo (entrada + plato principal + postre) a un precio moderado. Con esta categoría, la guía MICHELIN muestra claramente que se dirige a todo tipo de lectores y que está indicada para todas las ocasiones. El éxito que está cosechando el Bib Gourmand se refleja, año tras año, en la creciente preocupación de los restauradores por ofrecer una cocina de calidad y accesible a todos los presupuestos, incluyendo los más ajustados.

Las direcciones señaladas con el pictograma Bib Gourmand se recogen en guías específicas de España y Portugal (Buenas mesas a menos de 35 €), Benelux (Bib Gourmand Benelux) y Francia (Bonnes Petites Tables France).

LOS QUE HACEN LA GUÍA MICHELIN

El profesional de la hostelería y la restauración:

Es el garante de la calidad en el día a día; el que, gracias a su profesionalidad, permite que la selección de la guía MICHELIN exista y se renueve cada año. La guía MICHELIN no da las tendencias culinarias de mañana, sino que se limita a consignar las de hoy, reflejando así el dinamismo de un sector en constante movimiento.

Los inspectores de MICHELIN:

Hombres o mujeres, jóvenes o no tan jóvenes, rubios o morenos, delgados o corpulentos, amantes de la comida y apasionados por su profesión, el inspector Michelin es un cliente como cualquier otro. Empleado de Michelin, el inspector está, por regla general, formado en una escuela de hostelería y tiene una experiencia profesional de cinco a diez años en restauración y/o hostelería. Su trabajo consiste en seleccionar de manera anónima los mejores restaurantes y hoteles en todas las categorías de confort y precio. Para ello, cada año recorre alrededor de 30.000 km, toma unas 250 comidas y duerme en más de 160 hoteles.

El inspector, que es anónimo, es un cliente normal, que reserva, come, duerme y paga íntegramente sus facturas. Este anonimato es el que le da fuerza a la guía MICHELIN. No hay tratamientos de favor: el inspector tiene lo que los otros clientes tienen, ni más ni menos. Solamente después de haber pagado la cuenta, y en caso necesario, el inspector puede presentarse para conseguir información complementaria.

El lector:

El lector es muy importante para la guía MICHELIN. En cierto sentido, cuando se detiene en un restaurante o un hotel, cada lector es a su vez un inspector. Por eso, desde 1929, Michelin solicita su opinión con un cuestionario integrado en la guía. Cada año se reciben unos 45.000 correos postales y electrónicos, comentarios a través de la web ViaMichelin o de las aplicaciones para smartphones, que orientan a los inspectores en sus visitas y mejoran aún más la calidad de la selección. Estos escritos, verdaderas herramientas de diálogo, portadoras de felicitaciones o críticas, son el barómetro permanente de la confianza mutua que une la guía MICHELIN a sus lectores.

UNA VENTANA A LA GASTRONOMÍA MUNDIAL



La guía MICHELIN, respetuosa tanto con las especialidades locales como con las tradiciones regionales y nacionales, es, en todas partes donde está presente, el escaparate de la gastronomía mundial. Respaldada por su método de selección homogéneo y único en el mundo, la guía MICHELIN, que revela el dinamismo de la gastronomía de un país, pone de relieve las nuevas tendencias culinarias y los talentos futuros, contribuyendo así al resplandor de la gastronomía en el mundo.

La colección de las guías MICHELIN, que cada vez cruza más fronteras, comparte el mismo objetivo de servicio a los conductores y se realiza siguiendo los mismos requisitos y el mismo rigor que tenía en 1900.

Aunque Europa fue cubierta rápidamente por la guía MICHELIN, esta dio sus primeros pasos en Estados Unidos en 2005, con el lanzamiento de la guía MICHELIN New York City, seguida un año después por San Francisco. A finales de 2007, la guía MICHELIN se dirige a Asia. La primera guía MICHELIN Tokyo sale en noviembre de 2007 y tiene de inmediato un gran éxito, pues se vendieron ¡más de 120.000 ejemplares en menos de 24 horas! Y en 2008 se publica la primera guía MICHELIN Hong Kong Macau. En 2015, Brasil es el vigésimo cuarto país cubierto con la guía MICHELIN Rio de Janeiro & São Paulo.

Hoy, la selección de las guías MICHELIN cuenta con 24 guías y reúne más de 45.000 direcciones en el mundo.

Esta proyección internacional se corresponde con la política de desarrollo industrial del grupo Michelin. Pero, para el estudio de viabilidad en otro destino, también se tiene en cuenta, como es natural, la calidad de la gastronomía del país o de la ciudad, la oferta hotelera y de restaurantes, así como el número potencial de lectores.



LA DIRECCIÓN DE LA GUÍA MICHELIN



Claire DORLAND CLAUZEL,
Miembro del Comité Ejecutivo del Grupo, encargada de Mapas y Guías

Es la Directora de Comunicación y Marcas así como miembro del Consejo Ejecutivo del Grupo Michelin desde enero de 2008.

Desde el 1 de junio de 2012 supervisa, además, la actividad de Michelin Travel Partner, sociedad filial al 100% del Grupo Michelin que edita y distribuye las publicaciones turísticas Michelin y los servicios digitales de ayuda a la movilidad (ViaMichelin, Michelin Voyage, MICHELIN Restaurants, aplicaciones para smartphones, tablets, GPS, etc.) así como Michelin Lifestyle Limited y la Dirección del Grupo de Asuntos Públicos.

Claire DORLAND CLAUZEL tiene la licenciatura de Historia por la Universidad de París Sorbonne, un Doctorado de Geografía y el diploma de la ENA, Ecole Nationale d'Administration, (promoción de 1988, "Montaigne").



Michael ELLIS,
Director Internacional de las guías MICHELIN

Este franco-estadounidense, nacido en Nueva York y apasionado de gastronomía, siguió una formación de restaurador en Estados Unidos y en Europa. Después hizo carrera como manager internacional, en el campo de los vinos y licores (Jefe de ventas de International Distillers and Vintners de 1983 a 1986), del turismo (Director de la división Cruceros del Club Med de 1995 a 1997) y del packaging. En 2007 se incorporó al Grupo Michelin como Vicepresidente de Marketing y Ventas de la División Dos Ruedas. En agosto de 2011, Michael ELLIS es nombrado Director Internacional de las guías MICHELIN.

Michael ELLIS tiene un Máster en Relaciones Internacionales por la Universidad John-Hopkins de Washington DC y un MBA por el INSEAD, (promoción de 1987). Habla con fluidez inglés, francés, español, italiano y portugués.


MICHELIN
La mejor forma de avanzar