

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN:

Avda. de Los Encuartes, 19
28760 Tres Cantos – Madrid – ESPAÑA
Tel: 0034 914 105 167 – Fax: 0034 914 105 293





TIEMPO DE
ACCIÓN PARA
LA MOVILIDAD
SOSTENIBLE_



MOVIN'ON

by Michelin

ANTERIORMENTE



DOSSIER DE PRENSA JUNIO DE 2017



MICHELIN
LA MEJOR FORMA DE AVANZAR



SUMARIO

EDITORIAL	
JEAN-DOMINIQUE SENARD , <i>presidente de Michelin</i>	02
TRES PREGUNTAS A...	
DENIS CODERRE , <i>alcalde de Montreal</i>	03
MICHELIN @MOVIN'ON 2017 • LA INSPIRACIÓN	
MICHELIN, APOYANDO LA VISIÓN DE UNA MOVILIDAD SOSTENIBLE PARA TODOS	04
TRES PREGUNTAS A...	
CLAIRE DORLAND CLAUZEL , <i>miembro del consejo ejecutivo de Michelin</i>	08
ZOOM SOBRE... MOVIN'ON, BY MICHELIN,	
LA CITA MUNDIAL DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE	10
MICHELIN @MOVIN'ON 2017 • MOMENTOS CLAVE	
VISIÓN, EL NEUMÁTICO CONCEPT DE MICHELIN,	
EXPRESIÓN DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE DEL MAÑANA	12
MICHELIN @MOVIN'ON 2017 • MOMENTOS CLAVE	
MICHELIN PRESENTA SU NUEVO LOGO	
Y LA EVOLUCIÓN DE SU IDENTIDAD VISUAL	16

«MOVIN'ON DEMUESTRA
QUE NO NOS CONFORMAMOS
CON HABLAR DE LA
MOVILIDAD SOSTENIBLE:
LA CONSTRUIMOS».



EDITORIAL

JEAN-DOMINIQUE SENARD PRESIDENTE DE MICHELIN

El grupo Michelin siempre ha estado a la vanguardia de su sector. Se creó a partir de la innovación en 1896, y se ha engrandecido con ella. Visionario y líder al mismo tiempo, Michelin ha impulsado la mayor parte de los grandes avances de su sector. Desde sus orígenes hasta nuestros días, Bibendum representa la imagen y la promesa de facilitar la movilidad.

La revolución digital y la necesidad de reducir drásticamente nuestro impacto medioambiental obligan a los líderes de la movilidad a tomar nuevas posiciones. Michelin ha decidido participar con entusiasmo en el diseño de la movilidad del mañana. Fieles a nuestra política de innovación abierta y compartir en red toda los conocimientos, hemos querido renovar Michelin Challenge Bibendum para crear Movin'On, la mayor cita mundial para la movilidad sostenible. Movin'On no es un mantra, es pasar a la acción. Una acción colectiva, optimista, tecnológicamente exigente, en línea con el siglo XXI y los retos a los que nos enfrentamos, como Montreal y su ejemplo en transporte inteligente.

En este nuevo mundo, que necesita un consumo más moderado de energía y materias primas, pero también estar más conectado, Michelin no solo se conforma con hablar sobre el futuro y organizar el diálogo. Construye pasando a la acción. Movin'On encarna este movimiento ofensivo que continúa de forma sostenible a través de nuestro ecosistema "Open Lab Challenge Bibendum", en el que nos reunimos con muchos de nuestros socios de la industria, *start-ups*, universidades y sectores profesionales. En estos días, he tenido el placer de anunciar la creación de la sección norteamericana de nuestro "Open Lab", en asociación con el "Institut de l'Électrification et des Transports Intelligents" de Montreal.

Gracias a nuestra ambiciosa política de I + D, a las muchas asociaciones de investigación establecidas por el Grupo, a nuestras inversiones en prometedoras *start-ups*, tenemos grandes activos para preparar el futuro, aún más cerca de nuestros clientes.

La primera edición de Movin'On en Montreal es una oportunidad para nosotros, una vez más, de mostrar el camino. El neumático concept VISION es la concreción de nuestra visión de la movilidad sostenible: más seguro, más ecológico y más profundamente arraigado en las necesidades. VISION es una concentración de experiencias, que nace de la creatividad, de la voluntad y de la pasión de nuestros investigadores. También es un concepto rico en valores que promueven la economía circular, rechazan categóricamente la obsolescencia programada y promueven las tecnologías positivas. VISION es más que un sueño de los técnicos, es una realidad al alcance de la mano, usando componentes tecnológicos que ya están en desarrollo en nuestros laboratorios.

Mostrar el camino hacia la movilidad sostenible es también nuestra seña. Esta inspiración está incorporada en nuestro concepto de responsabilidad corporativa. Queremos que esto sea aún más claro para nuestros clientes, nuestros socios y nuestros inversores. Porque Michelin es un operador de movilidad, portador de un proyecto de futuro, progresiva y emocionante.

En Michelin, creemos en el ingenio, por el que queremos aunar futuro y optimismo. Estamos abiertos al mundo, colaboradores y sin fronteras. Un mundo más conectado, que invita a las personas a estar más unidas. Creemos en ofrecer soluciones de movilidad eficientes adaptadas para cada uno. Movin'On, y nuestra participación activa en la primera edición, demuestran que no solo hablamos de la movilidad sostenible: la construimos.

Nuevo evento global, nuevo concepto de neumático, nuevo ecosistema: todo puesto al servicio de la acción y de la comunidades de Michelin. Nuestra marca goza de una gran confianza entre nuestros clientes. Michelin seguirá aumentando este capital de confianza con el fin de mantenerse a la vanguardia de su sector y consolidar su legitimidad como actor de la movilidad sostenible.

«TRAS ACOGER LA PRIMERA EXPOSICIÓN DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS EN MARZO, ESTAMOS ORGULLOSOS DE QUE UNA GRAN EMPRESA COMO MICHELIN, COMPROMETIDA CON LA MOVILIDAD SOSTENIBLE, HAYA ESCOGIDO MONTREAL PARA MOVIN'ON: LO VEO COMO UN RECONOCIMIENTO AL COMPROMISO Y LAS ACCIONES DE NUESTRA CIUDAD».



03

TRES PREGUNTAS A...

DENIS CODERRE ALCALDE DE MONTREAL

Montreal se presenta a menudo como una ciudad ejemplar en movilidad sostenible. ¿Qué la hace una ciudad diferente?

Montreal es una ciudad que ha cambiado mucho y aún está cambiando. El centro de nuestra ciudad acoge cada vez más habitantes y eventos. La fisonomía de Montreal evoluciona: nuestro papel es acompañar el cambio. En 20 años, hemos hecho esfuerzos considerables, los montrealenses lo saben, pero el trabajo colectivo está lejos de estar terminado.

Dotándose de infraestructuras de transporte ultra-moderno, Montreal se ha comprometido a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero en un 30 % respecto a 1990 y a convertirse en ejemplar en transporte eléctrico y movilidad sostenible para 2020.

Queremos descongestionar las carreteras y contaminar menos. Para ello, apostamos por el transporte público. Es una respuesta inteligente, por un lado, a las necesidades de movilidad y, de otro, al cambio climático. Creemos también en la combinación de varios modos de transporte público y la electrificación, el coche compartido y alquiler por minutos. La electrificación concierne a todos los modos de transporte, desde autobuses a los vehículos del parque de la ciudad, pasando por la instalación de puntos de recarga para vehículos particulares, 1.000 hasta 2020, y la creación de una gran red eléctrica metropolitana (REM). Todo ello es un área prioritaria para nosotros, lo que nos lleva también a reflexionar sobre la necesidad de nuevas financiaciones.

Como comunidad de casi dos millones de habitantes en el corazón de una zona urbana dos veces más poblada, ¿cuáles son los principales retos que quiere afrontar en la próxima década?

Tenemos una gran ambición para nuestra ciudad que la hará ser la envidia del resto. La política de movilidad es el pilar de nuestra estrategia de dinamismo, de

calidad de vida y de atractivo. Durante el período 2016-2020, estamos implementando nuestra estrategia de "electrificar Montreal". Es la que nos permitirá mantener nuestros objetivos de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y de ejemplaridad en materia de movilidad sostenible. Más allá de ese período, me parece crucial que el desarrollo de nuestra ciudad vaya siempre acompañado de un aumento de la calidad de vida de los montrealenses y del conjunto de habitantes de la zona urbana. Esta es la condición de la movilidad sostenible.

Nuestra prioridad continúa siendo el transporte público eléctrico. Este es un tema con el que nos comprometimos tanto a nivel municipal como de la provincia de Quebec y de todas las ciudades del gran área metropolitana de Montreal. Nuestra población requiere de una red moderna y eficiente a la altura de sus necesidades: es el proyecto de red eléctrica metropolitana (REM). Será el cuarto mayor sistema de transporte automatizado en el mundo. Dispondrá de 67 km de rutas y 27 estaciones accesibles a todos los modos de transporte, de la bicicleta al coche. El ahorro de tiempo para los usuarios será considerable.

Para usted, ¿de qué es símbolo Movin'On?

De una revolución, de la capacidad de cambiar el futuro, apoyándose en las tecnologías y en los usos compartidos. Son las grandes ciudades como la nuestra las que más tienen que ganar. Tras acoger la primera exposición de vehículos eléctricos en marzo, estamos orgullosos de que una gran empresa como Michelin, comprometida con la movilidad sostenible, haya escogido Montreal para Movin'On: lo veo como un reconocimiento al compromiso y las acciones de nuestra ciudad.

Michelin @Movin'On 2017 • LA INSPIRACIÓN

MICHELIN, APOYANDO LA VISIÓN DE UNA MOVILIDAD SOSTENIBLE PARA TODOS

La movilidad sostenible, en el ADN de Michelin

La movilidad sostenible es aquella que proporciona a todos, a la vez, la posibilidad de moverse en condiciones óptimas de seguridad y comodidad respetando mejor el medio ambiente, pero también ofrece una visión global de lo que podría ser la movilidad en el futuro.

Las grandes presiones sobre los grandes centros urbanos, sobre los recursos naturales y el clima obligan a replantearse totalmente los transportes, los vehículos, los carburantes. Si Michelin lo ha convertido en el núcleo de su estrategia de desarrollo es porque creemos tanto en las oportunidades económicas que crea como en los valores de sobriedad y la sostenibilidad. Este es el significado de los compromisos adquiridos por el Grupo durante la COP21, incluyendo la reducción del 20 % de la huella de carbono asociado con el uso de los neumáticos para 2030.

Desde su fundación en 1889, Michelin ha hecho de la movilidad de su objetivo principal en un momento en que los modernos medios de transporte vivían su apogeo. Las tecnologías han abierto un abanico de posibilidades que Michelin apoya de manera consistente, eficiente e innovadora. La legitimidad de la marca Michelin es sólida. Sabemos proporcionar soluciones de movilidad sostenible, que combinan seguridad, eficiencia y respeto al medio ambiente, desde el neumático radial al reciente CrossClimate, pasando por el neumático de baja resistencia a la rodadura en los años 90. La estrategia de adquisiciones y de diversificación del Grupo demuestran este posicionamiento global en favor de todas las soluciones de movilidad.

La estrategia de Michelin alineada con su objetivo

La estrategia de crecimiento sostenible de Michelin se basa en cuatro pilares. Cada iniciativa, diseño, desarrollo tiene como motor las necesidades de sus clientes: los usos de los conductores, la seguridad para las familias y los transportistas, la necesidad de rendimiento de los agricultores, la busca de prestaciones extremas en deportes, etc.

2050

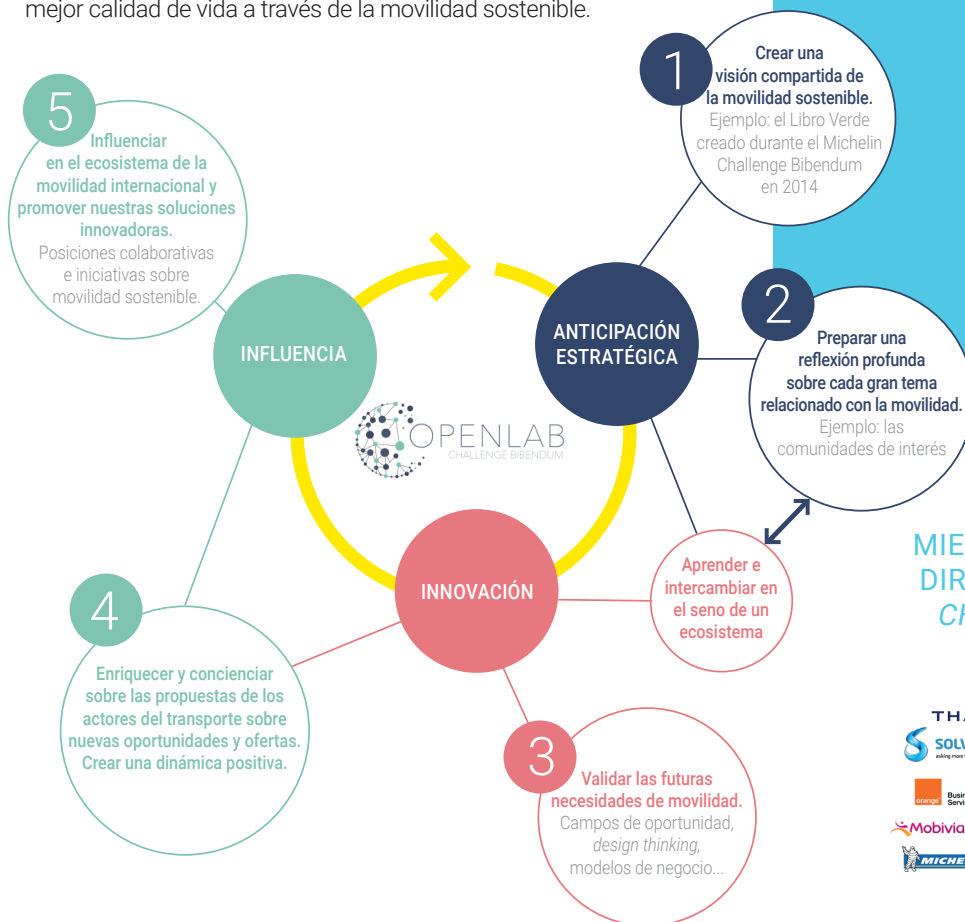
Para estructurar la voz del sector del transporte durante la COP21, Michelin Challenge Bibendum ha participado activamente en el Paris Process on Mobility and Climate (CMPP). Esta colaboración permite incorporar la voz de la movilidad sostenible al proceso de negociaciones sobre el clima durante la COP21 y COP22 y proponer un plan de trabajo que tiene como objetivo: cero emisiones netas de CO₂ en el sector del transporte para el año 2050. Reconocida y sometida a discusión por las autoridades de COP21 y COP22, esta hoja de ruta se inscribe plenamente en el Acuerdo de París. Continuaremos apoyándola durante el COP23, que se celebrará en noviembre de 2017 en Bonn, Alemania.

1. Para 2020, queremos aumentar un 20 % las ventas de nuestra actividad de **neumáticos**. El fuerte crecimiento del mercado mundial de movilidad y la rápida urbanización son oportunidades para nuestras soluciones de excelencia ahorradoras de energía.
2. Para 2020, queremos duplicar las ventas de nuestra actividad de **servicios**. Su objetivo es optimizar los 360° de gestión de los neumáticos para reducir su huella ambiental, al tiempo que mantener la seguridad, la productividad y el control de costes.
3. Para 2020 queremos multiplicar por tres la cifra de negocio de nuestras actividades que proporcionan **experiencias** únicas de movilidad. Antes, durante y después del viaje, nuestras selecciones gastronómica, turística y de itinerarios contribuyen al placer de iniciarse, de maravillarse, de compartir.
4. Queremos afirmar con vigor nuestro liderazgo en el sector de **materiales** de alta tecnología.

Una herramienta a la altura de nuestras ambiciones

Creado hace casi tres años, el Open Lab Challenge Bibendum es un "Think and Do Tank" innovador y colaborativo, que tiene como objetivo promover una mejor calidad de vida a través de la movilidad sostenible.

05



MIEMBROS DEL COMITÉ DE DIRECCIÓN DEL OPEN LAB CHALLENGE BIBENDUM

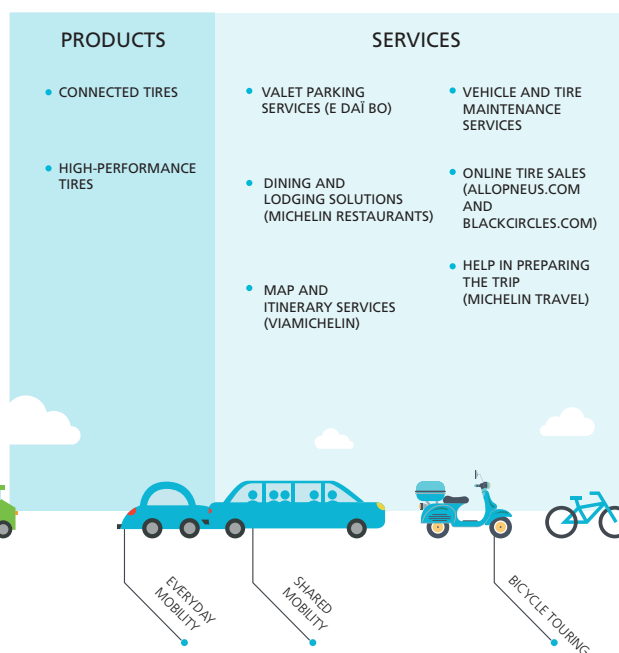


Michelin: una oferta de productos y servicios para facilitar todo tipo de movilidad.

FOR BUSINESS USERS



FOR INDIVIDUALS





El saber hacer tecnológico e innovador de Michelin al servicio de la sostenibilidad de la movilidad

Michelin ha liderado siempre la innovación en los neumáticos. Esta capacidad de innovación se debe a su Centro de Tecnología y a los 6.000 empleados que trabajan en 350 áreas de especialización.

Michelin cree firmemente que la tecnología es la clave para la movilidad del futuro, desde la fabricación de nuevos polímeros hasta la incorporación de sensores en los neumáticos conectados y la impresión 3D de metal. Su Corporate Innovation Board ayuda al Grupo a poner la innovación al servicio de su estrategia. Por ejemplo, ha sido la inspiración para la política de economía circular que ahora irriga toda la I + D del grupo Michelin.

Puesto que no se trata solo de una prospectiva, sino más bien de acciones concretas, Michelin ha presentado VISION, su neumático concept, en exclusiva en Movin'On. VISION 2017 concentra toda la experiencia de Michelin y ofrece una visión de un futuro no muy lejano que el Grupo inventa todos los días.

LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN EL CENTRO DE LA ESTRATEGIA DE MICHELIN

1992



Comercialización del primer neumático verde por Michelin.

2012



Lanzamiento de la gama Michelin Energy E-V especial para vehículos eléctricos.



OBJETIVO



ALGUNAS DE LAS ASOCIACIONES DE I+D Y APOYOS A START-UPS DE MOVILIDAD SOSTENIBLE

> Symbio FCell

El grupo apoya desde 2014 a esta compañía especializada en el desarrollo de pilas de hidrógeno.

> e Dai Bo

Start-up china que ofrece servicios de aparcamiento en toda China a través de una plataforma digital. Como parte de su oferta de servicios, e Dai Bo eligió TyrePlus como proveedor de servicios de mantenimiento del automóvil. Los clientes que utilizan el servicio de aparcamiento tienen, así, la oportunidad de revisar su vehículo, lo que genera actividad en la red Michelin. MICHELIN entró en el capital de Dai Bo en junio de 2016.

> Biobutterfly

Asociación para la investigación en torno a la creación de cauchos sintéticos a partir de biomasa.

> Add-Up

En el marco de esta asociación con FIVES cerrada en 2015, Michelin refuerza su liderazgo en la tecnología de impresión 3D de metal.

07

Crear y animar un ecosistema global de la movilidad sostenible

Las soluciones de transporte sostenible solo pueden venir de la movilización de todos los actores, grandes y pequeños, industriales o académicos, públicas y privadas. Todas las iniciativas deben ser capaces de encontrarse y debatir. En Michelin, creemos que los encuentros son la clave del progreso, que reunir a científicos y emprendedores, visionarios e innovadores, expertos de todas las áreas y de todas las disciplinas, es una fuente de energía capaz de mover el mundo entero. Nuestro enfoque de innovación abierta se concreta operativamente con 300 asociaciones de investigación en todo el mundo.

Movin'On se ha concebido con este ánimo. La innovación es el eje del evento. La abundancia de ideas y soluciones, a la que contribuye Michelin, debe ir en un único sentido: cada gran salto tecnológico para la movilidad debe ser también un paso adelante para el medio ambiente.

Con el lanzamiento de Movin'On, Michelin se mantiene fiel al espíritu del Grupo desde su creación y de los primeros neumáticos Michelin: hacer los desplazamientos más rápidos, más fáciles, más seguros, más respetuosos con el medio ambiente y menos costosos.

2013



Lanzamiento de la estrategia 4R, versión operativa de Michelin del concepto de economía circular, bajo el impulso de la Corporate Innovation Board Michelin.

2014



Michelin compra SASCAR, empresa brasileña de gestión de flotas de vehículos por Internet.

2015



Entrada en el capital de allopneus.com, líder francés de venta on line de neumáticos.

Compra de blackcircles.com líder británico de venta de neumáticos on line.

Joint-venture con FIVES para la impresión 3D de metal.

2016



Inauguración del nuevo centro de I+D de Ladoux (Francia). Adquisición de BookaTable, líder europeo de reserva de mesas on line.

2017



Con motivo del Movin'On 2017: presentación de la nueva identidad visual de Michelin y de VISION, el neumático concept del futuro.

«MICHELIN ES UNA
EMPRESA EN
MOVIMIENTO, CON
UNA PODEROSA VISIÓN
DE LA MOVILIDAD, Y
MOVIN'ON 2017 ES UNA
OPORTUNIDAD PARA
MOSTRARLA».



TRES PREGUNTAS A... **CLAIRE DORLAND CLAUZEL** MIEMBRO DEL CONSEJO EJECUTIVO DEL GRUPO, DIRECTORA DE DESARROLLO SOSTENIBLE, DE MARCAS Y RELACIONES EXTERIORES

¿Cómo encaja Movin'On 2017 en la hoja de ruta estratégica del grupo Michelin ?

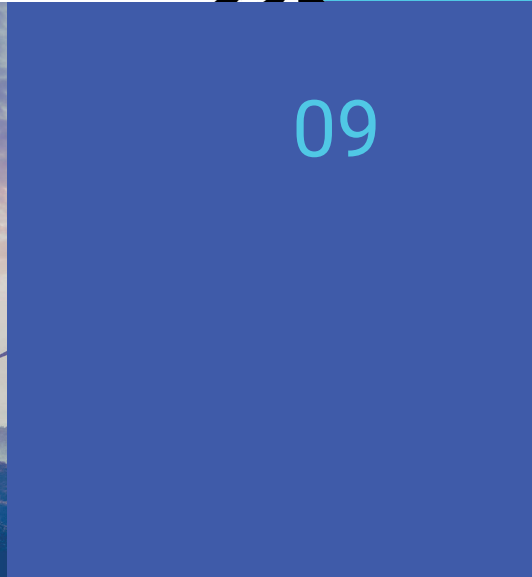
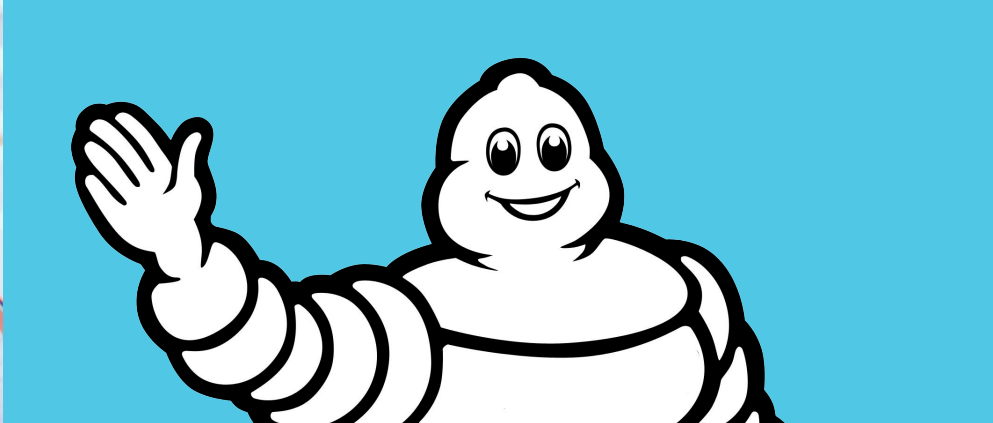
Movin'On presenta para nosotros dos intereses. El primero es reunir en un solo lugar a todos los actores globales de la movilidad sostenible. Michelin y sus socios creen en el poder de los ecosistemas y en la compartición inteligente de las soluciones. Movin'On es una llamada a la acción. La COP 21 demostró que una estrecha colaboración entre las organizaciones públicas y privadas fue la clave del éxito. El compromiso de los Estados y de las empresas es necesario para limitar el calentamiento global, porque no hay arsenal legal eficaz si las empresas, a través de la innovación, no ofrecen al público bienes de consumo compatibles con los objetivos fijados. Más aún, las generaciones más jóvenes, más inclinadas a dar el giro hacia la movilidad verde, son proactivas y demandan iniciativas decididas. En Movin'On, Michelin ha movilizado y promocionado a aquellos visionarios dispuestos a actuar. Hemos capitalizamos la tremenda energía de la innovación y las soluciones prácticas, de las greentechs y e las ciudades inteligentes para crear las condiciones para el progreso.

El segundo interés es mostrar que Michelin tiene la ambición y la capacidad de acción. Aprovechamos la oportunidad de esta primera edición de Movin'On para revelar no solo lo que va a ser, en línea con esta ambición, el neumático del futuro visto por Michelin, VISION, sino también nuestra nueva identidad visual.

Al Grupo ahora se le reconoce como uno de los actores más legítimos de la movilidad sostenible. Michelin es una empresa en movimiento, con una poderosa visión de la movilidad sostenible y Movin'On 2017 es la oportunidad para reafirmarlo.

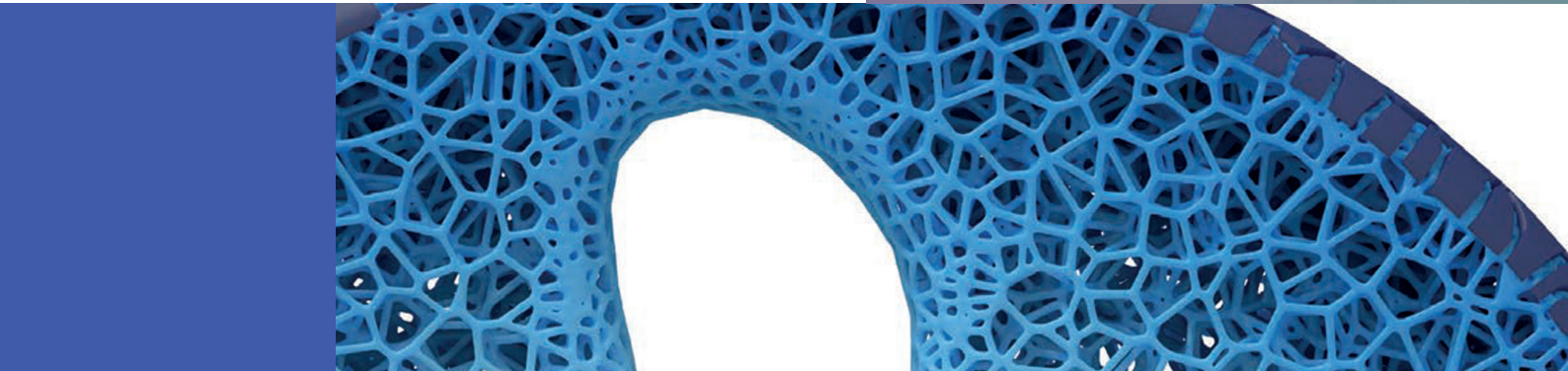
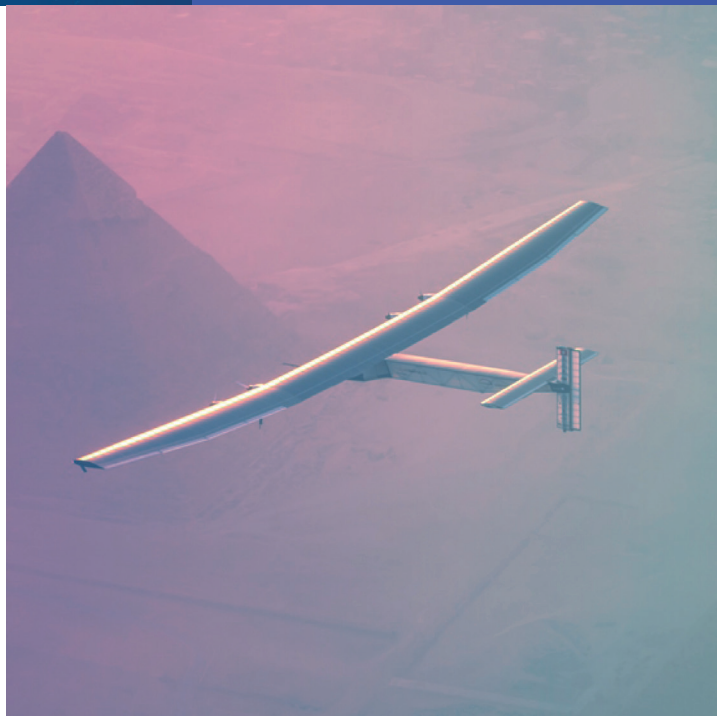
¿Por qué cambiar el logo y la identidad visual de Michelin?

Para dar cuerpo a este nuevo impulso. Una marca debe vivir: vivir con los tiempos, vivir con sus clientes, vivir de acuerdo con sus fines. Podemos, en Michelin, capitalizar la excelente imagen de marca y una gran reputación. El cambio por el cambio no nos interesa: cuando innovamos, aportamos mayores prestaciones, una mayor comodidad, aumentamos el placer para nuestros clientes. Así es como hemos construido nuestra credibilidad y nuestra legitimidad. La nueva identidad visual se mantiene fiel a esta visión de la innovación útil. Se apoya en nuestros fundamentos, al tiempo que se proyecta hacia un futuro optimista y sostenible. Bajo el impulso de Jean-Dominique Sénard, Michelin acelera y este nuevo logotipo acompaña esta ofensiva.



¿Cómo?

Simplemente, lanzándonos de cabeza al siglo XXI y usando sus códigos. Tomemos, por ejemplo, el Muñeco Michelin, icono de la marca: no solo el dibujo de Bibendum ha evolucionado hacia un personaje más cercano, más dinámico, más expresivo, sino que, en un abrir y cerrar de ojos, su benévola presencia se ha convertido en parte de nuestra vida cotidiana, fiel a su papel de facilitador. Y esto, de una manera más simbólica, más gráfica y totalmente adaptada a esos modos actuales de comunicación que son las redes sociales.



ZOOM SOBRE ... **MOVIN'ON, BY MICHELIN:** LA CITA MUNDIAL DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

Movin'On: la cita mundial de la acción para la movilidad sostenible

Hace 20 años, Michelin lanzó la primera edición de la Michelin Challenge Bibendum. Con los años, este evento se ha convertido en la referencia mundial en el transporte sostenible.

La movilidad está en el centro de todas nuestras actividades. Es una necesidad humana, social y económica, al tiempo que una gran exigencia ambiental. El reto al que ahora nos enfrentamos es el siguiente: ofrecer las soluciones adecuadas para la sociedad y para el planeta, y que impulse un desarrollo económico y social responsable.

Esta es la razón por la que Michelin Challenge Bibendum evoluciona y se convierte en Movin'On.

Este nuevo formato es más colaborativo y más prospectivo. Es, a la vez, un escaparate para la innovación y una gran oportunidad para encontrarse y dialogar con todos los actores en la movilidad. Movin'On ha sido concebido para favorecer los encuentros que alimentan la innovación. Científicos, emprendedores, visionarios y creativos, autoridades públicas y agentes privados de todos los campos, deseosos de reunirse, inspirarse, intercambiar, abrirse a otras áreas, personas y formas de ver el mundo: Movin'On tiene como objetivo crear sinergias para que las ideas de unos promueven las ideas de otros, ahora y en el futuro.

Ideado por Michelin en colaboración con la agencia C2 Montreal, Movin'On da vida a una comunidad de innovación sin fronteras. Está orientada resueltamente hacia la acción. Esta nueva gran cita pretende reinventar la movilidad, por un futuro mejor, un futuro más sostenible, pero también un futuro que será posible solo si está escrito por todos aquellos que desempeñan un papel.

Movin'On 2017: Seis grandes temas para honrar Montreal

La elección de Montreal se ha impuesto lógicamente para celebrar la primera edición de Movin'On. La capital de la provincia de Quebec es un ejemplo en movilidad urbana sostenible.

Seis temas han marcado el ritmo de los tres días de evento: Hacia nuevas experiencias de transporte, Hacia la movilidad inteligente, Los próximos grandes avances en movilidad, El desarrollo de la economía circular, Las regulaciones y políticas de incentivación y Hacia una movilidad limpia, eficiente y segura.

Las intervenciones, clases magistrales e intercambios informales han marcado la pauta en Movin'On 2017, en consonancia con el espíritu de colaboración que los organizadores pretendían alentar.

TRAS 20 AÑOS DE ÉXITOS, CHALLENGE BIBENDUM SE MODERNIZA Y CONVIERTE EN

MOVIN'ON
by Michelin



LOS SEIS GRANDES TEMAS DE MOVIN'ON 2017

HACIA NUEVAS EXPERIENCIAS
DE TRANSPORTE



HACIA LA MOVILIDAD
INTELIGENTE



LOS PRÓXIMOS GRANDES
AVANCES EN MOVILIDAD



DESARROLLO DE LA
ECONOMÍA CIRCULAR



REGULACIONES Y
POLÍTICAS DE INCENTIVACIÓN



HACIA UNA MOVILIDAD LIMPIA,
EFICIENTE Y SEGURA

MOVILIDAD
SOSTENIBLE

Michelin @Movin'On 2017 • MOMENTOS CLAVE

VISION, EL NEUMÁTICO CONCEPT DE MICHELIN, EXPRESIÓN DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE DEL MAÑANA

Michelin ha presentado, en exclusiva, en Movin'On 2017, VISION, su neumático concept, un concentrado de tecnologías, prospectivo, desarrollado en co-construcción con los usuarios. Este neumático concept, sin aire, conectado, recargable, personalizable y bio es, a la vez una rueda y un neumático. VISION es un sueño a nuestro alcance, ya que esta solución revolucionaria hace converger los proyectos de innovación explorados por los equipos de I + D del grupo. Proponiendo una solución de movilidad que aúna neumático, servicios y materiales inéditos, Michelin presenta una innovación inspirada en la naturaleza, que se integra perfectamente en el marco de una economía circular y que encarna su visión de la movilidad sostenible del mañana.

La intuición de partida: hacer converger todas las tecnologías para inventar un objeto emblemático de la movilidad del mañana, sostenible e inteligente.

Bajo la dirección de su Corporate Innovation Board (CIB), Michelin puso en marcha el proyecto VISION en primavera de 2016.

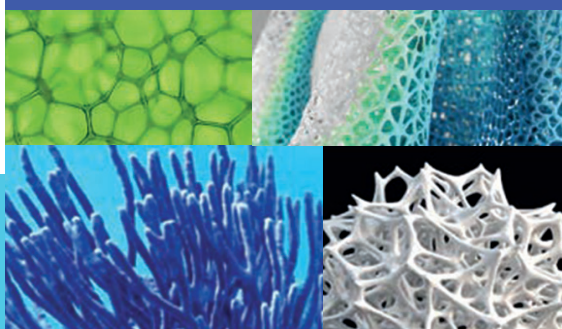
La hoja de ruta del CIB era simple: imaginar un objeto emblemático de la movilidad del mañana, rico en tecnologías, fomentando su convergencia, y que proporcione un nivel ultra alto de prestaciones medioambientales, de acuerdo con la estrategia 4R del grupo y los valores de Michelin.

ENFOQUE



VISION Y EL BIOMIMETISMO

En la fase de concepción, nuestros investigadores abandonaron los caminos trillados y realizaron una profunda reflexión sobre la relación entre la producción de objetos en grandes cantidades y la naturaleza. Lejos de la tendencia de inspirarse en un elemento natural para diseñar un producto manufacturado, el equipo de VISION estaba interesado en la fase que procede del florecimiento de una planta, del crecimiento de un animal, de la formación de un mineral. De la misma manera que un brote de semillas, crece y toma su lugar en el espacio, revelando una forma, un color, unas propiedades químicas, VISION se ha diseñado como un objeto natural. Su nacimiento, su crecimiento, su renovación, el final de la vida son parte de un proceso natural que no daña el medio ambiente, como una planta que, nacida de la tierra, vuelve a la tierra tras su muerte. La economía circular es un bucle virtuoso inspirado en el ciclo de vida. Michelin lo ha convertido en un neumático.



La génesis del concepto: design thinking y co-construcción con los usuarios.

VISION se ha desarrollado como un proyecto. La dirección se encomendó a Mostafa El-Oulhani, diseñador del Grupo.

La metodología ha dado prioridad a la construcción conjunta con los usuarios.

Michelin, en primer lugar, ha escuchado a los conductores urbanos y a los pilotos de carreras, a los agricultores y a los pilotos del avión, a conductores de equipos de ingeniería civil y a niños que apenas tienen edad de montar en bicicleta, a personas con movilidad reducida y a motoristas aficionados.

Se encuestó a 90 personas, repartidas en cuatro paneles en todo el mundo, sobre su relación con la movilidad. Estas conversaciones han permitido identificar grandes necesidades, especialmente sobre la sostenibilidad. Ningún usuario quiere reducir su necesidad de seguridad: la adherencia, sean cuales sean las condiciones meteorológicas y la frenada eficaz en todas las circunstancias son irrenunciables... Pero no únicamente eso. La concienciación de los usuarios implica la responsabilidad medioambiental. Quieren moverse limpiamente.

Un neumático 100 % biodegradable o un neumático recargable ¿por qué elegir? Jean-Dominique Sénard y los miembros del Corporate Innovation Board respondieron: "Ambos".

Así nació VISION

Un bioneumático.

Los materiales empleados, de origen biológico y biodegradables, a la vez, minimizan la huella medioambiental.

El concepto:

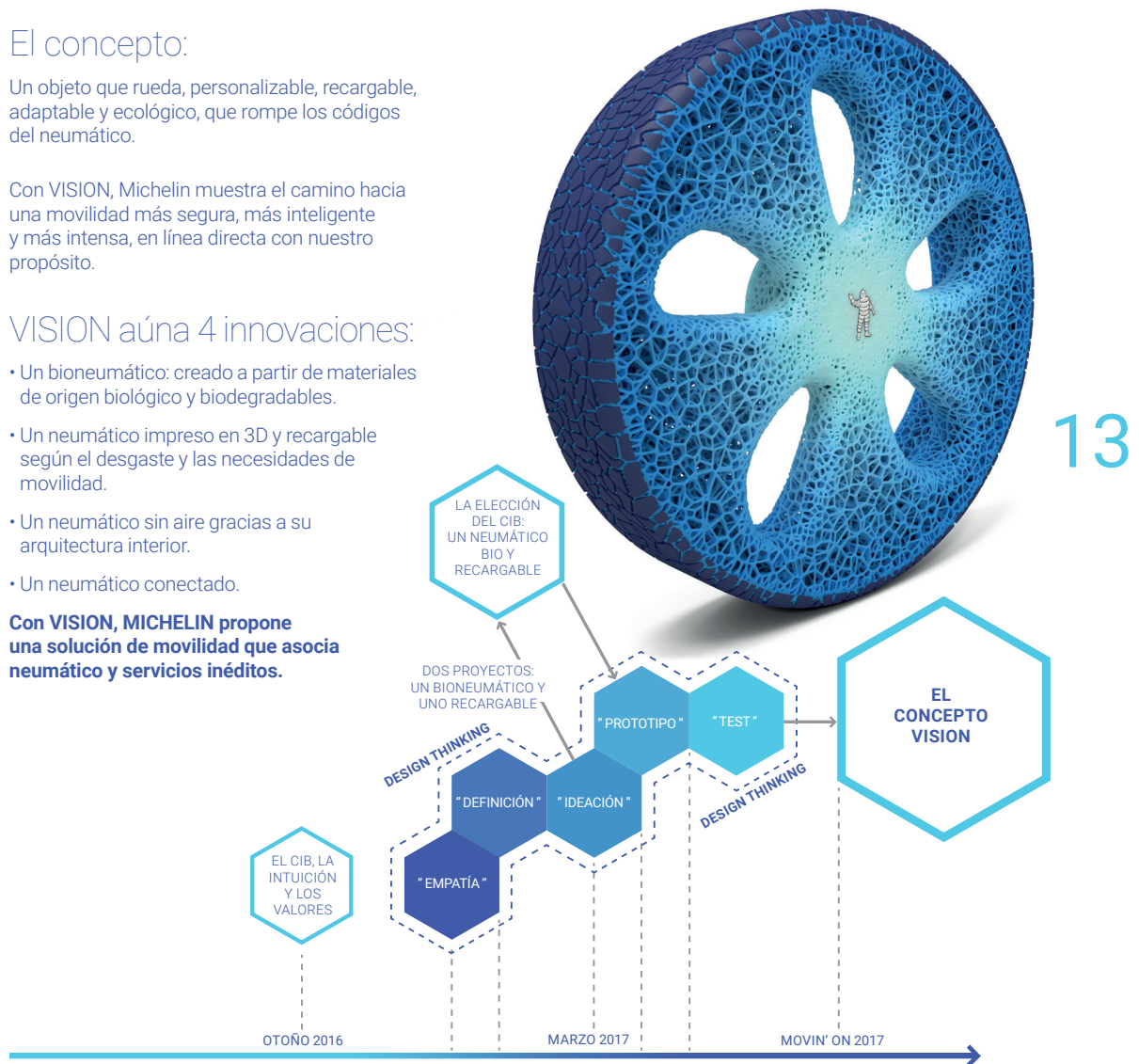
Un objeto que rueda, personalizable, recargable, adaptable y ecológico, que rompe los códigos del neumático.

Con VISION, Michelin muestra el camino hacia una movilidad más segura, más inteligente y más intensa, en línea directa con nuestro propósito.

VISION aún 4 innovaciones:

- Un bioneumático: creado a partir de materiales de origen biológico y biodegradables.
- Un neumático impreso en 3D y recargable según el desgaste y las necesidades de movilidad.
- Un neumático sin aire gracias a su arquitectura interior.
- Un neumático conectado.

Con VISION, MICHELIN propone una solución de movilidad que asocia neumático y servicios inéditos.



Un neumático impreso en 3D y recargable según el desgaste y las necesidades de movilidad.

VISION es el primer neumático en el mundo que se "recarga". Con la ayuda de impresoras 3D, es posible depositar la cantidad justa de goma en el neumático y así prolongar su duración, según las necesidades, para garantizar siempre la movilidad.

Las esculturas de la banda de rodadura se optimizan. Su profundidad se reduce para usar menos materiales. Las esculturas se adaptan en función de las necesidades de movilidad, siempre con la triple exigencia de comodidad, seguridad y sostenibilidad.

Además, VISION es más ligero.

Un neumático sin aire gracias a su arquitectura interior alveolada.

VISION suprime el aire en beneficio de una estructura alveolar capaz de soportar el vehículo, asegurar la solidez de la rueda y garantizar el confort y la

seguridad la conducción. VISION no puede ni explotar ni pincharse. Esta arquitectura, basada en una estructura de alveolos, es el resultado de un proceso de modelado de vanguardia, a partir de la observación de la naturaleza (solidez en el centro, flexibilidad en la periferia).

Un neumático conectado

Equipado con sensores, VISION informa en tiempo real sobre su estado. Además, mediante la aplicación móvil de Michelin, es posible fijar simplemente una cita para cambiar el destino del neumático, según las necesidades. Esta modificación del uso (por ejemplo, dotarlo de prestaciones para nieve) se realiza rápidamente mediante impresión 3D.



La promesa al usuario: movilidad sostenible a medida

Gracias a Michelin, gestionar sus neumáticos será tan simple como revisar su correo electrónico en su teléfono inteligente. Con un solo clic en la pantalla de un dispositivo, el consumidor podrá elegir recargar sus neumáticos o cambiar el uso por un tiempo determinado.

Un viaje para esquiar, una excursión fuera de carretera durante dos días o más, nada es imposible. La aplicación de Michelin le permitirá reservar un tiempo de recarga de sus neumáticos mientras toma un helado o da un paseo. Puede retomar su camino de inmediato con total tranquilidad, gracias a la solución VISION, Michelin asegura la mejor solución de movilidad, preservando de los recursos naturales y protegiendo las generaciones futuras.

VISION, la convergencia de todo el saber hacer tecnológico del grupo Michelin

Aunque VISION se sitúa en el futuro de la movilidad, es un sueño al alcance de la mano. Es un conjunto de visiones tecnológicas en las que ya trabajan los equipos I+D de Michelin y que se incorporarán gradualmente a la oferta de productos y servicios de la marca. Demuestra el potencial de estas tecnologías, combinadas con inteligencia para responder tanto a las necesidades de seguridad como a los imperativos de sostenibilidad.

**19 PATENTES
PROTEGEN VISION,
EL PROCESO
Y LAS MATERIAS PRIMAS.**

TRES PREGUNTAS A...

**Mostapha EL-OUHLANI,
DISEÑADOR Y JEFE DEL PROYECTO VISION**

VISION se ha desarrollado en modo «design thinking»: ¿qué significa esto?

Es un método que hemos empleado en Michelin por primera vez. En el centro de este enfoque, que los diseñadores conocemos bien, hay un proyecto innovador, que esperamos construir en estrecha relación con las necesidades del usuario final. Es un proceso rico y muy eficaz.

El ejemplo de VISION demuestra esta eficacia, que se basa en diferentes etapas y mantener la mente abierta.

Empezamos con una "comanda": pensar un objeto que ruede y que incorpore los principios de la economía circular. Varios grupos de expertos de muchas disciplinas interesadas en la movilidad sostenible se reunieron en muchos países. Además de este grupo, hemos discutido internamente en Michelin. Hemos cruzado dos ejes: el eje de usuario y el eje tecnológico.

Al final de esta fase, denominada "empatía", empezamos a ver más claramente lo que podría significar la movilidad sostenible del futuro, especialmente para las generaciones más jóvenes. Estos intercambios fueron muy estimulantes, ya que nos permitieron ajustar la "comanda" a todas las posibilidades y necesidades expresadas por los usuarios: esa fue la fase de "definición".

Entonces comenzó la etapa de "ideación". Tenía como objetivo permitirnos adaptar lo que habíamos entendido a las expectativas de los usuarios en forma de ideas operativas. Después, hicimos dos prototipos presentados a la Corporate Innovation Board, con tanto éxito que nos pidió que se fundieran en uno solo. Todo en menos de seis meses. Es un gran orgullo para nosotros.

¿Cuál ha sido el papel de la Corporate Innovation Board en el proyecto VISION?

Ha estado en el origen del proyecto y nos ha planteado la "comanda" de VISION. El CIB es el iniciador de la política de innovación del grupo, definiendo las prioridades. Es el origen de la estrategia 4R y está muy comprometido para que la innovación no sea solo una cuestión de estrategia, sino algo tangible, palpable en cada uno de nuestros productos y servicios. Con este espíritu, nos pidió que le ofreciéramos un proyecto que mostrase todo el potencial tecnológico de Michelin y que integrara la estrategia 4R. También estuvo en el origen de la forma final de VISION, decidiendo que los dos prototipos que diseñamos, el "neumático bio" y el neumático recargable, se fusionasen.

¿Qué significa «neumático concept»?

De la manera en que lo hemos concebido, el neumático concept VISION es una vitrina del saber hacer al tiempo que una promesa de futuro. Nosotros queríamos que VISION fuese realista, ya que no sirve de gran cosa diseñar objetos o servicios que sabemos bien que no son realistas. VISION es, en cambio, posible, ya que se basa en nuestro saber hacer en I+D y ya podemos ver en futuras aplicaciones. Es una promesa al alcance de la mano.

HOY

Ejemplo de iniciativas I+D de Michelin

BioButterfly 1.0 y 2.0

Realizado en asociación con Axens, Tereos e IFP, BioButterfly explora las posibilidades de producción del butadieno sintentizado a partir de materiales renovables. En el futur, los butadienos podrán venir de la paja, de virutas de madera.

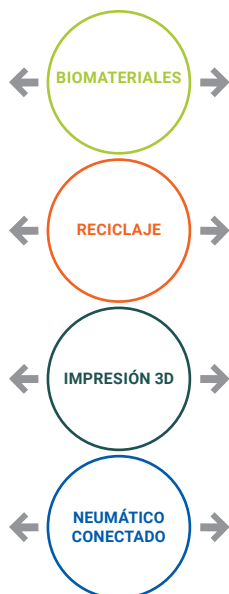
TREC Alcohol

TREC Alcohol estudia de extracción de alcohol a partir de los residuos de neumáticos.

Add-Up

En el marco de dos asociaciones, Michelin aprovecha el enorme potencial de la impresión 3D de metal.

Michelin toma el liderazgo con el desarrollo del neumático conectado y colocando la experiencia del consumidor en el centro de su enfoque I+D. La comprensión de los usos y necesidades de los clientes nos permitirá proporcionar esta servicio de impresión a demanda, lo que garantizará la seguridad del consumidor, en todo momento, minimizando la huella medioambiental.



MAÑANA

Convergencia de tecnologías para inventar el neumático sostenible, conectado y a medida

EL CONCEPTO VISION

LA PROMESA SOCIAL: CUANDO LA ECONOMÍA CIRCULAR INSPIRA LA INNOVACIÓN



REDUCIR: La banda de rodadura de VISION está adaptada a las necesidades del usuario, utilizando la cantidad de goma mínima necesaria. Recargada por impresión 3D, esta solución reduce la cantidad de energía necesaria para la creación de una nueva banda de rodadura.

REUTILIZAR: VISION está constituido por un Corazón Bio que reutilizarse y recargarse. Reutilizándolo, el usuario conserva los recursos naturales usados en su creación.

RENOVAR: VISION utiliza un gran número de componentes renovables, lo que limita el uso de productos basados en el petróleo. VISION utilizará materiales derivados de virutas de madera, paja, melaza, piel de naranja. El caucho natural provendrá únicamente de explotaciones agrícolas respetuosas con la naturaleza.

RECICLAR: VISION incorporará también materiales reciclados derivados de neumáticos o residuos domésticos como virutas de neumáticos, latas de aluminio, componentes electrónicos.

Michelin @Movin'On 2017 • MOMENTOS CLAVE

MICHELIN PRESENTA SU NUEVO LOGO Y LA EVOLUCIÓN DE SU IDENTIDAD VISUAL

Michelin ha desvelado en Movin'On 2017 su nueva identidad visual, adecuando a la marca a su tiempo y posicionando al grupo en la oferta de soluciones de movilidad sostenible.

Un nuevo Bibendum y una nueva identidad visual

El despliegue de nuevas actividades y la estrategia multimarca promovida por el grupo reflejan una voluntad de ampliar las misiones de Michelin ofreciendo todas las soluciones para una mejor movilidad, más allá de la actividad central del neumático.

Desde hace más de 120 años, Bibendum, el muñeco de Michelin, acompaña con fidelidad la comunicación del Grupo. Como es natural, ha evolucionado con los tiempos. Dejando su monóculo y su cigarro y adoptando un estilo 3D en los años 2000, sigue alentando los viajes, encarna lo que Michelin quiere ser: una figura cotidiana, familiar, considerada y accesible.

Michelin vela por que Bibendum mantenga su contemporaneidad. Existe para guiar y para servir a los clientes de hoy.

Debido a que el modo de comunicarnos con los clientes se transforma y se enriquece bajo los efectos de los canales digitales, el grafismo de Bibendum ha optado por retornar al 2D, en coherencia con los medios digitales y más fácil de usar, menos pesado para descargar y más fácil de sencillo de manipular. Bibendum 2017 conserva su estilo de siempre, pero se aligera. Esbelto y activo, el ángel de la guarda de los automovilistas parece moverse.

Esta nueva identidad de marca, que se extiende tanto a logotipos como a las campañas publicitarias, es una evolución sin revolución. Permite capitalizar la identidad actual, asegurando una transición pacífica entre la actual y la nueva. Esto demuestra que el propósito de Michelin sigue siendo el mismo: una empresa en movimiento, orgullosa de su historia, que vive en su tiempo y mira al futuro.

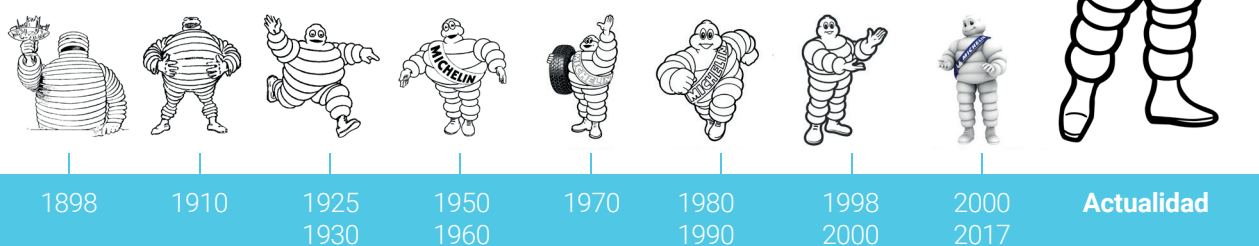
De un único logo a dos logos

De aquí a finales de 2017, la evolución de la identidad de la marca también pasará por la adopción de dos logos, en lugar del único actual.

Uno definirá la marca institucional y el otro, la marca comercial Michelin. El logotipo de la marca del grupo se ha presentado en Movin'On y permite dar visibilidad específica a este último, su estrategia y su misión fundamental: la movilidad sostenible. La elección de un Bibendum mostrando el camino con amabilidad es coherente con el posicionamiento estratégico del grupo.

El logo de la marca comercial, que encarnará la propuesta de mercado de la marca Michelin: neumáticos, servicios y soluciones, Michelin Expérience, se desvelará próximamente.

Ahora ya no son el consumidor y el cliente quienes entran en el mundo de Michelin: es Michelin el que está cerca de su vida cotidiana. Su papel: acompañarles, ayudarles, protegerles en todos los momentos de la vida. Este es el sentido de este nuevo universo de la marca comercial, bautizado como «Bib in the world», lo que da lugar a una nueva campaña de publicidad sobre el tema «Michelin takes action». Más cercano, más discreto, más atento y más empático, Bibendum es ahora parte de la vida cotidiana, llevando bien alto sus valores y **dando un tono positivo a las historias de movilidad de cada uno de nuestros clientes.**



«NO SOLO EVOLUCIONA EL DISEÑO DE BIBENDUM HACIA UN PERSONAJE MÁS EN SINTONÍA CON SU TIEMPO, MÁS CERCANO, MÁS DINÁMICO, SINO QUE, ADEMÁS, SE HACE PRESENTE DE UN VISTAZO, FIEL A SU PAPEL COMO FACILITADOR. Y ELLO, DE UNA MANERA MÁS SIMBÓLICA, MÁS GRÁFICA, Y TOTALMENTE ADAPTADA A LOS ACTUALES MODOS DE COMUNICACIÓN, COMO LAS REDES SOCIALES».

Claire DORLAND CLAUZEL,

Miembro del consejo ejecutivo del grupo, directora de desarrollo sostenible, de marcas y relaciones exteriores.

17

EL LOGO DE LA MARCA DEL GRUPO



1 Desde sus orígenes, Bibendum es el embajador del espíritu pionero y visionario de los hermanos Michelin. Ilustra las capacidades de la empresa en el neumático, la apoya en sus luchas y promueve sus innovaciones. Posicionando Bibendum en el centro del nuevo logotipo, sin marco a su alrededor, reafirmamos con fuerza este simbolismo.

2 Bibendum muestra el camino a una mejor movilidad como la traza el Grupo. Mira hacia el futuro en un gesto optimista y benevolente. La mano tendida y abierta invita a todos a tomar este camino.

3 El logo de la marca institucional dará una clara visibilidad a Michelin. Sin el efecto inútil de las modas, sino con sobriedad, Michelin avanza con serenidad hacia el futuro. El eslogan de "La mejor forma de avanzar" constituye un elemento fundamental para comprender el posicionamiento del grupo. Las letras en cursiva son finas y dinámicas.

EL NUEVO UNIVERSO DE LA MARCA COMERCIAL

1 En las nuevas campañas, Bibendum deja el papel estelar al cliente. Sin dejar de ser su acompañante cotidiano, tranquilizador y considerado, mejora la experiencia de viaje y le da confianza en los productos y servicios de marca.

2 Este nuevo estilo, denominado Bib in the World, representa a Bibendum por su brazo, su cabeza, su pie o cualquier otra parte de su cuerpo. Las nuevas poses del personaje apoyan un mensaje más emocional y más cercano a los consumidores. Y, sobre todo, le cede el papel principal, quedándose con el papel de compañero de confianza.

3 Uno objetivo: sensibilizar a nuestros clientes sobre la importancia de sus neumáticos, mostrándoles que Michelin está ahí, a su lado, en los momentos de mayor importancia para ellos.





MOVIN'ON Y MICHELIN



HASHTAGS

#Michelin
#Michelintakesaction
#MichelinMovinOnConf
#MovinOnConf

