



El muñeco Michelin recibe el premio “Icon of the Millenium” de la prestigiosa Advertising Week

La Advertising Week celebrada en Estados Unidos, unas jornadas de conferencias para líderes mundiales en marketing, branding y publicidad, ha otorgado a Bibendum el distintivo “Icon of the Millenium”.

El prestigioso premio recibido por Bibendum, el muñeco Michelin, de parte de la Advertising Week, es el orgullo de los más de 110.000 empleados que el Grupo Michelin tiene alrededor de todo el mundo. Además, supone el broche de oro a la celebración del 120 aniversario de Bibendum, que se celebra este año 2018.

El mítico muñeco de Michelin recibió el galardón como “Icon of the Millenium” este pasado 1 de octubre en una ceremonia celebrada en Times Square, Nueva York.

Adeline Challon-Kemoun, Directora de Marcas, Desarrollo Sostenible, Comunicación y Relaciones Institucionales del Grupo Michelin, declaró: “Desde su nacimiento en 1898, diseñado por “O’Galop”, el muñeco Michelin es algo más que un emblema de publicidad. Es un personaje vivo que encarna al Grupo Michelin, sus valores, compromisos y misiones. Como portavoz del Grupo en la búsqueda de una mejor movilidad, transmite mensajes y asesora a todos los usuarios de la carretera y los acompaña en cada viaje”.

La carismática figura de Bibendum no solo se ha convertido en la imagen del Grupo. Su alcance internacional y su gran capacidad de influencia emocional han contribuido al éxito de Michelin y a su buena imagen de marca, alcanzando la 11ª posición en la última clasificación internacional elaborada por Reputation Institute.

Una contribución fundamental durante más de 100 años, convirtiéndose en una de las imágenes de marca más antiguas, reconocidas y respetadas del mundo. Así es como en este 2018, el muñeco Michelin celebra 120 años de existencia. Un aniversario muy especial para uno de los héroes de la industria del automóvil, cuya silueta nació a partir de una pila de neumáticos y se ha ido actualizando constantemente para mantenerse en línea con su eterna visión moderna. Una contribución vital para hacer de Michelin el líder mundial de guías y neumáticos.



Michelin tiene la ambición de mejorar de manera sostenible la movilidad de sus clientes. Líder del sector del neumático, Michelin diseña, fabrica y distribuye los neumáticos más adaptados a las necesidades y a los diferentes usos de sus clientes, así como servicios y soluciones para mejorar su movilidad. Michelin ofrece igualmente a sus clientes experiencias únicas en sus viajes y desplazamientos. Michelin desarrolla también materiales de alta tecnología para la industria en torno a la movilidad. Con sede en Clermont-Ferrand (Francia), Michelin está presente en 171 países, emplea a 114.100 personas y dispone de 70 centros de producción en 17 países que en 2017 han fabricado 190 millones de neumáticos. (www.michelin.es).