

Бибендум в Геленджике



Слева — рекламный значок компании «Мишлен» из фондов музея, 1898-1910 гг.

В фондах музея хранится значок, найденный учениками школы № 1 Геленджика в середине прошлого века.

В центре значка изображена прорезная фигура с чашей, наполненной гвоздями и битым стеклом, в поднятой правой руке. Ниже надпись: «NUNC EST BIBENDUM (Время пить)». Изображение обрамлено стилизованной шиной рельефной надписью: «LE PNEU MICHELIN VOIT L OBSTACLE» (Шины Мишлен преодолевают препятствия).

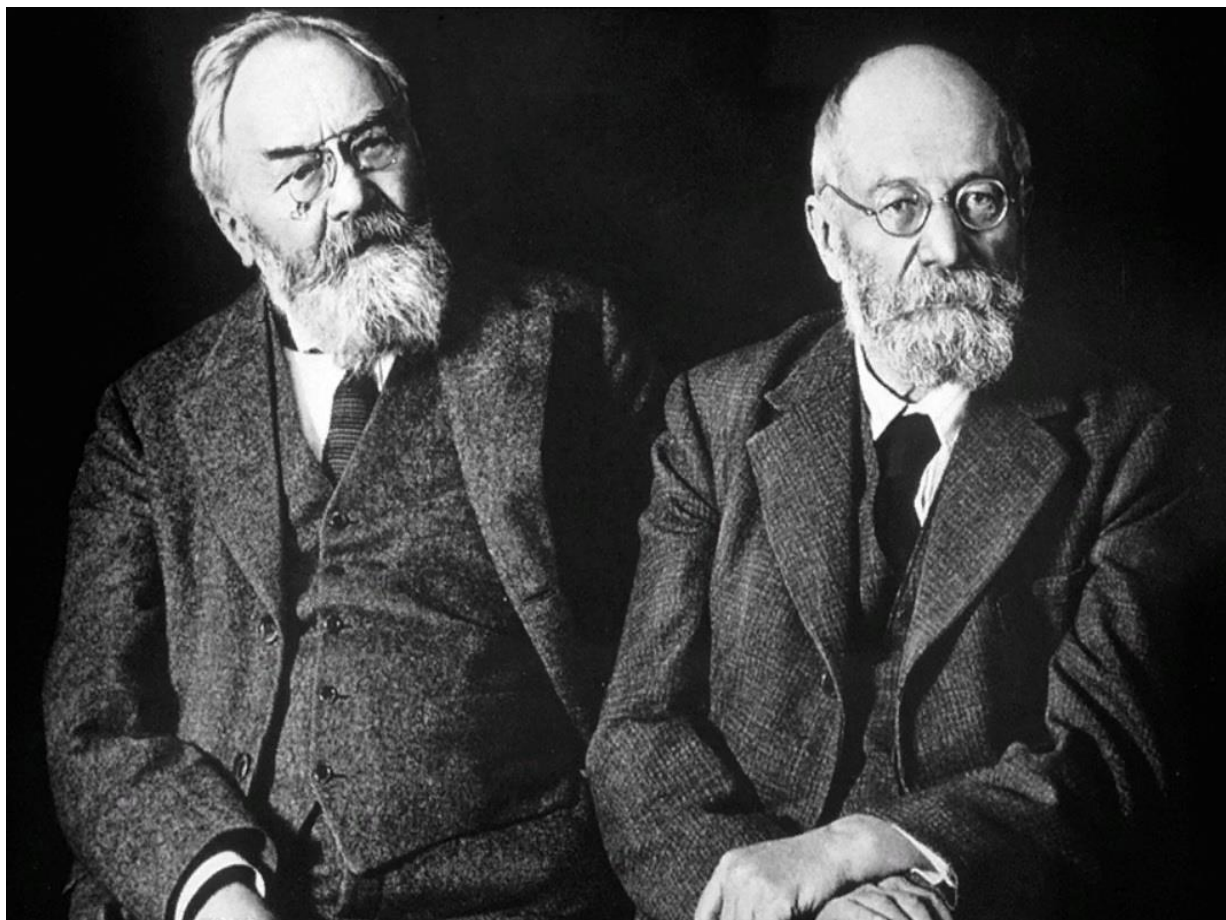
Именно перевод надписи помог атрибутировать сотрудникам музея предмет — рекламный значок «Michelin».

Французская компания «Мишлен», основанная братьями Андре и Эдуардом Мишлен, в начале прошлого века стала одним из мировых лидеров по производству сменных пневматических шин для велосипедов и автомобилей. В 1904 году компания открывает свои первые склады в Российской империи — в Варшаве и в Москве.

В Геленджике автомобильный транспорт появился в 1908 году, когда в Новороссийске было создано «Черноморское товарищество автомобильного движения», осуществлявшее регулярные рейсы между Новороссийском и Геленджиком. Четыре омнибуса (автобуса) перевозили пассажиров трижды в неделю. Кроме того, использовались и частные автомобили. В книге-путеводителе Ольги Михайловны Фадеевой «Курорт Геленджик: истоки» подробно рассказано о транспортном сообщении в Геленджике в начале прошлого века: «Обеспеченные дачевладельцы объединялись в товарищества, сообща покупали и использовали

автомобили как для собственных нужд, так и в коммерческих целях. Членам товарищества это приносило прибыль, отдыхающим – возможность комфортно и быстро добраться до места назначения. Самым известным было «Борисовское товарищество автомобильного сообщения», основанное в 1913 году».

Шины пользовались большим спросом, так как на дорогах были не только камни. От гужевого транспорта оставались россыпи гвоздей, крепящих подковы к копытам лошадей.



Братья Андре и Эдуард Мишлен

Следует отметить, что с 1894 года начал работу завод «Франко-Русской компании португальских цементов в Геленджике», работали лесопильные предприятия французских и бельгийских промышленников. Поэтому, вполне возможно, что мишленовские шины были привезены в Геленджик раньше, чем открылись представительства компании в России.

Символ «Michelin», изображенный на значке, имеет свою отдельную историю.

Французская фирма «Мишлен и Ко» в 1891 году запатентовала производство сменных пневматических шин для велосипедов, затем освоили производство автомобильных шин. В 1894 году, на всемирной выставке в Лионе, сотрудники компании, оформляя экспозицию, разложили шины разных диаметров колоннами по обе ее стороны. Один из братьев Мишлен при этом заметил: «Если добавить руки, получится человек».

Четыре года спустя, следующим шагом к рождению символа, стала карикатура О'Галлопа (Мариуса Россильона) с изображением фигуры короля-пивовара Гамбринуса, увиденная братьями Мишлен. Они заказали О'Галлопу рекламный плакат, вспомнив о колонне из шин. С апреля 1898 года О'Галлоп создает первые серии афиш, ставших такими же знаменитыми, как и персонаж.

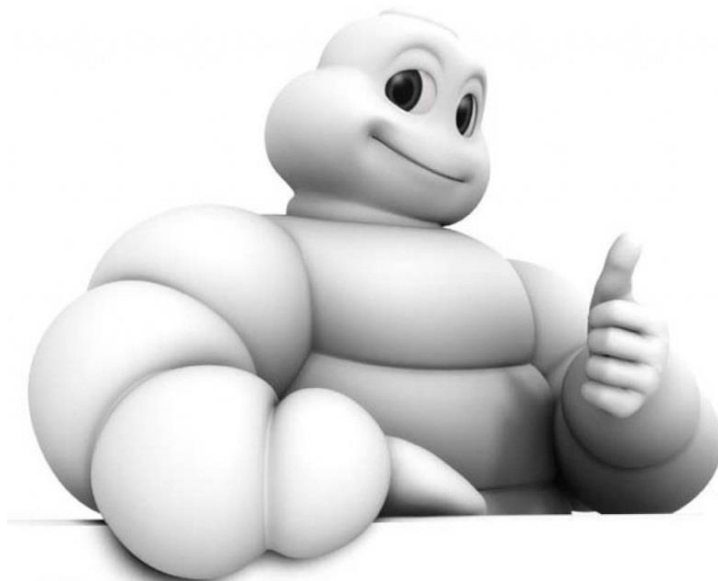


Рекламный плакат компании, 1898 г.

Вместо пивовара с бокалом красовался человек из шин, а в кубке вместо алкоголя было битое стекло и гвозди. Надпись на латыни «Nunc est bibendum» («Время пить»), взятая из оды Горация в честь победы императора Августа над объединенным флотом Антония и Клеопатры, была оставлена. Теперь эта фраза трактовалась как «Шины «выпивают» неровности дорог».

Имя у человечка появилось не сразу, его называли джентльмен Мишлен, так как он обладал всеми атрибутами богача. В июле 1898 года, на трассе Париж-Амстердам-Париж, гонщик Леон Тери, увидев Андре Мишлена в его автомобиле «Панар-Левассор», воскликнет: «А вот и Бибендум!» Эту шутку Андре Мишлен и взял для названия человечка из шин.

Первые аксессуары рекламного персонажа – пенсне и сигара, символизировали статус и успех. Однако парижане обозвали созданного человека «дорожным пропойцей», и потому уже с 1910 года он стал изображаться без бокала. В 1920-х годах исчезло пенсне, а сам герой стал веселее и энергичнее. На протяжении века образ символа компании постоянно менялся.



В 2000 году Мистер Мишлен был признан лучшим в мире логотипом компании. Компания «Мишлен» на сегодня занимает лидирующие позиции среди конкурентов и не последнюю роль в этом сыграл фирменный персонаж Бибендум. Теперь это забавный человечек, который построил, стал выглядеть спортивно и всегда улыбается.

*Валентина Сидоренко,
младший научный сотрудник отдела фондов.*