



# Los años olvidados de Bibendum

## La etapa americana de Michelin en Milltown

Diseño, ilustración y publicidad en las compañías del neumático (1900-1930)

Pablo Medrano Bigas

**ADVERTIMENT.** La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) i a través del Dipòsit Digital de la UB ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX ni al Dipòsit Digital de la UB. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX o al Dipòsit Digital de la UB (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

**ADVERTENCIA.** La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) y a través del Repositorio Digital de la UB ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR o al Repositorio Digital de la UB. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR o al Repositorio Digital de la UB (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

**WARNING.** On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) service and by the UB Digital Repository ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized nor its spreading and availability from a site foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository is not authorized (framing). Those rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.

# *Los años olvidados de Bibendum*

**LA ETAPA AMERICANA DE  
MICHELIN EN MILLTOWN**

.....  
Diseño, ilustración y publicidad  
en las compañías del neumático  
(1900-1930)

.....  
Tesis Doctoral presentada por Pablo Medrano Bigas  
Directora: Dra. Anna Calvera Sagué  
Tutor: Dr. Carles Ameller Ferretjans

.....  
Programa de Doctorado: Estudios Avanzados en Producciones Artísticas  
Línea de Investigación: Investigación en Imagen y Diseño  
Bienio 1990-1992

.....  
Departament de Disseny i Imatge  
Facultat de Belles Arts Sant Jordi  
Universitat de Barcelona

.....  
Barcelona, 2015  
.....

## **IMÁGENES Y DERECHOS DE REPRODUCCIÓN.**

Gran parte de las imágenes mostradas en la presente investigación pertenecen a instituciones, organizaciones y coleccionistas particulares que han autorizado su reproducción únicamente en la versión impresa, no estando permitida su utilización ni distribución en versiones digitales. Por tanto, los documentos digitales contienen imágenes que aparecen enmascaradas; para la correcta visualización de las fotografías e ilustraciones debe consultarse la versión impresa sobre papel.

Barcelona, junio de 2015.

# LAS AGENCIAS OFICIALES IMPORTADORAS

Los neumáticos Michelin llegaban al mercado americano de forma regular a través de las propias agencias importadoras de vehículos franceses y eran dispensados, también, en tiendas de componentes y talleres de recambios. Para regular el creciente negocio de sus neumáticos, la casa madre francesa desarrolló una política de representación a través de agentes y agencias oficiales, a las puertas de la implantación definitiva de la producción con fábrica propia en Estados Unidos.

## 1. El primer representante

En el año 1903 encontramos mención de la primera agencia oficial Michelin en los Estados Unidos, la US Agency of The Michelin Tire Co. La empresa se constituyó legalmente unos meses más tarde, el 23 de enero de 1904, con un capital de \$30.000 y con Norris N. Mason, J. N. Marshall y J. J. Ackenman –todos residentes en New York– como socios fundadores y con sede en el 132-142 Oeste de la calle 27 de esa ciudad<sup>1</sup> (fig. 4). El negocio estaba a cargo de Mason, un empresario ligado al mundo del motor, representante hasta 1903 de la Societé Franco-Americaine d'Automobiles de París<sup>2</sup>, y que, tras desvincularse de Michelin, actuó como importador de los coches Leon Bollée en 1906<sup>3</sup>. El 7 de marzo de 1916, fundó una empresa propia dedicada a la venta de automóviles: The Mason Motor Car Co.<sup>4</sup>

La agencia de Mason, a pesar de tener la representación oficial de Michelin, debía competir también con otras empresas de componentes bien asentadas, como la compañía importadora dirigida por Léon Rubay desde 1902, una delegación de la firma francesa de accesorios del automóvil J. Lacoste & Cie. de París. En su amplio catálogo, además de carburadores, bujías, baterías o faros, ofrecía tres marcas europeas de neumáticos: Samson, Continental y Michelin (figs. 1-3).

La US Agency of the Michelin Tire Company había abierto sus primeras dependencias en el verano de 1903, ubicadas en el Este de la calle 27 y que pronto se quedaron pequeñas. El 14 de enero de 1904 el negocio se trasladó a un espacioso local de casi 1.000 m<sup>2</sup>, en los bajos del edificio situado entre los números 132 y 142 Oeste de la calle 27. Las instalaciones comprendían las oficinas centrales de la firma,

con una gran sala de recepción; un espacio de exposición y ventas; un depósito de almacenaje de mercancías y accesorios, con el mayor volumen de neumáticos importados de América valorado en cerca de \$20.000; y un garage con taller de reparaciones, zona de túnel de lavado mecanizado con capacidad para tres vehículos y una sala para los conductores. En marzo de 1904 las instalaciones estaban ocupadas y a pleno rendimiento<sup>5</sup>.

Entre marzo-abril de 1904, Eben D. Winans fue nombrado asistente de dirección en la US Agency of the Michelin Tire Company tras su etapa como director de publicidad de la firma importadora de automóviles franceses American Darracq Automobile Company<sup>6</sup>. A principios de mayo Norris Mason se desplazó a Francia para visitar la factoría de Clermont y, presumiblemente, entrevistarse con los hermanos Michelin, entre otras cosas para preparar adecuadamente el espacio que la agencia había reservado en el pabellón francés de la importante feria internacional Louisiana Purchase Exposition –conocida informalmente como la Saint Louis World's Fair y que tuvo lugar entre el 30 de abril y el 1 de diciembre de 1904– un escaparate importante donde mostrar todos los productos producidos por la firma francesa. El stand de Michelin mostraba una imponente vitrina *Art Nouveau* de hierro forjado, realizada para Michelin et Cie. en los talleres de la empresa de estructuras metálicas y herrería que entonces poseía André Michelin. El expositor, que fue reconocido con uno de los Grandes Premios por parte del jurado de la exposición, mostraba los principales productos de la compañía: las distintas medidas de cubiertas y cámaras neumáticas –enteras y cortadas en diferentes secciones–, *kits* de reparación, herramientas y manchas de inflado (fig. 6)<sup>7</sup>. Un stand similar, quizás el mismo, fue utilizado en la Esposizione internazionale dell'Industria e del Lavoro que se celebró en 1911 en la ciudad italiana de Turín, exponiendo las novedades tecnológicas y las herramientas del catálogo de la firma. En un gran panel lateral podía leerse el listado de los centros productivos de Michelin, con fábricas en Clermont-Ferrand, en Londres –en realidad un gran centro de distribución–, en Turín y en Milltown (fig. 7).

A principios de septiembre de 1904, Mason vendió su negocio a G. G. McMurtry Senior y rompió su vinculación con la compañía Michelin<sup>8</sup>. En diciembre de ese año el Fire Commissioner –departamento municipal neoyorquino encargado de la prevención de incendios– tras estudiar e inspeccionar las condiciones del establecimiento acondicionado por Mason en la calle 27, decidió revocar la licencia previamente concedida. Los materiales almacenados en la gran planta baja ocupada por la agencia Michelin, incluyendo el combustible para los automóviles, representaban un evidente peligro potencial para el resto del edificio –en los pisos superiores un negocio empleaba a más de 250 trabajadores–<sup>9</sup>. Presumiblemente esta decisión supuso un duro golpe para el negocio después de la importante inversión realizada en la adecuación de la sede, como parece indicar el hecho que pocas semanas después Michelin decidiera traspasar su confianza a una nueva agencia.

## 2. Eben Winans y las nuevas agencias.

En los siguientes meses Eben D. Winans, asistente de dirección en la ex-agencia de Mason, se desplazó a Francia para estudiar todos los aspectos del negocio del neumático, y a su regreso –el 1 de enero de 1905– estableció una nueva agencia<sup>10</sup>. El 10 de enero de 1905 se constituyó la Michelin Tire American Agency, Inc. de New York (fig. 5), promovida y dirigida por George McIntosh MacWilliam<sup>11</sup> –director general de la American Darracq Automobile Co.– y en la que Eben D. Winans ocupó el cargo de gerente. Contaba con delegaciones en varias ciudades, como las dirigidas por A. F. McWilliams en Boston, R. H. McKinney en Philadelphia –con J. L. Kier como vendedor–, J. B. McTeague en Chicago, y R. H. Magoon en Cleveland<sup>12</sup>.

Winans, convertido en el hombre de confianza de los hermanos Michelin en América, no solo dirigió de forma rentable las actividades comerciales de importación de la firma francesa, sino que recibió instrucciones de iniciar con paso firme las negociaciones para crear una factoría americana<sup>13</sup>.

El 14 de enero de 1906 regresó de su segundo viaje a Francia tras, presumiblemente, entrevistarse con los hermanos Michelin y plantear la estrategia a seguir en los meses siguientes, tanto en lo que correspondía a la canalización de las importaciones como a los planes de implantación. Así, confirmando los crecientes rumores que se venían sucediendo en el sector del motor y la industria del caucho al respecto, una noticia publicada en febrero de ese mismo año recogía las declaraciones de Winans:

“Mr. Winans ha regresado de Francia (...) y anuncia que, con el respaldo de \$3.000.000, se está estudiando implantar una fábrica para manufacturar neumáticos Michelin”.<sup>14</sup>

Dos días después de desembarcar, el 16 de enero de 1906, Winans constituyó legalmente la Michelin Products Selling Co. Inc. de New York, responsable de la importación exclusiva de los neumáticos de la marca para Norteamérica<sup>15</sup> (figs. 8 y 9). El capital fundacional era de \$100.000 y los socios eran William F. Donovan, Percival W. Logan y Frank P. Reilly, siendo Winans el director general<sup>16</sup>. La empresa estaba ubicada en los números 31-33 oeste de la calle 31, donde tenía las oficinas y salas de exposición y venta. La nueva firma adquirió los derechos exclusivos de importación de los neumáticos y productos manufacturados en Clermont-Ferrand por Michelin et Cie<sup>17</sup>.

En abril –y como subsidiaria de la nueva agencia de Winans– se constituyó la Michelin Tire Repair Works, con J. A. Straus como gerente y con dependencias en los números 242-244 oeste de la calle 41, para ofrecer un servicio oficial Michelin de mantenimiento y de reparaciones de sus productos mediante los métodos propios de la firma<sup>18</sup>, y que contó con delegaciones en otras ciudades<sup>19</sup>. Pero a finales del mismo año, y por problemas de salud, Winans dejó su puesto de gerente en la Michelin Products Selling Co., siendo substituido por Edward W. Elverson, hasta entonces a cargo de la tesorería<sup>20</sup>.

### 3. La agencia E. Lamberjack & Co.

El vacío que creó el retiro de Winans, hombre de confianza de la casa madre francesa, propició la aparición de una nueva agencia importadora, la E. Lamberjack & Co., Inc. (fig. 10), que adquirió los negocios de la Michelin Tire American Agency y la Michelin Products Selling Co. para convertirse –sin competidores– en el único agente importador de Michelin<sup>21</sup>. El negocio se hizo cargo de las instalaciones, material, depósitos e infraestructuras de la Michelin Products Selling Co., acomodándose en las mismas dependencias –31-33 oeste de la calle 31, en New York– y obtuvo los derechos exclusivos de representación en América de la firma<sup>22</sup>. La agencia se inscribió legalmente en enero de 1907, aportando un capital inicial de \$10.000, y con J. E. Lamberjack, Paul La Croix y M. G. Bernin como socios fundadores<sup>23</sup> y S. H. Stern como director de la agencia americana.

Emile Lamberjack, nacido en 1869 en París, era, en 1905, el importador en los Estados Unidos de los vehículos italianos Fiat, y había dirigido durante años desde Francia la venta de neumáticos Michelin al extranjero como agente exportador exclusivo. Su experiencia en el sector y su estrecha relación con la casa madre de Clermont-Ferrand propiciaba la fluidez en la comercialización transatlántica de los productos Michelin. Lamberjack era el director de la Société Franco-American de Automobiles en París, gestionando el negocio junto a su hermano Dominique; ambos acostumbraban, además, a participar como pilotos en distintas pruebas automovilísticas. Emile Lamberjack también estaba a cargo de

la Franco-American Auto and Supply Co. de Chicago, encargada de la distribución de Michelin en los estados del centro y el oeste norteamericano. Dirigía el negocio desde Francia y, aunque se desplazó varias veces a New York y Chicago, tuvo como representante personal en América a su socio Paul La Croix<sup>24</sup> y a S. H. Stern como director gerente de la agencia.

Paul Louis Jacques La Croix [o Lacroix, como se encuentra escrito en ciertos documentos americanos] nació en París el 7 de febrero de 1880. Era un reputado piloto de carreras de coches vinculado a distintos negocios del sector del motor. Fue vicepresidente y director general de la agencia americana de los automóviles Renault et Frères en New York, desde su constitución en noviembre de 1906 y durante varios años. Era miembro del New York Motor Club y uno de los promotores del Importers' Automobile Salon, donde desempeñó varios cargos en el organigrama del comité organizador en distintas ediciones<sup>25</sup>. En 1912 formó su propia compañía de ventas, la Paul Lacroix Automobile Company, sita en el cruce de Broadway con la calle 57, y más tarde se convirtió en agente de la compañía de automóviles de la marca alemana Mercedes<sup>26</sup>. Una noticia del 1 de noviembre de 1906 informaba:

“Mr. Paul Lacroix, de París, Francia, representante personal de la compañía Michelin [‘a personal representative of the Michelins’], está de visita en los Estados Unidos”<sup>27</sup>

Lacroix había desembarcado el 1 de septiembre de 1906 en New York procedente del puerto inglés de Liverpool tras entrevistarse, probablemente, con los hermanos Michelin en referencia a la creación de la nueva agencia que constituyó seis meses más tarde junto a a Emile Lamberjack.

#### 4. La tierra prometida

El mercado americano constituía una oportunidad que no solo Michelin tenía en cuenta. La mayor parte de las grandes industrias del neumático británicas y europeas dedicaron su atención de manera insistente, utilizando las ferias de muestras y exposiciones del sector del automóvil para reforzar su presencia o darse a conocer, y estableciendo acuerdos con agencias importadoras y de representación. Así, por ejemplo, podemos constatar que firmas como la italiana Pirelli o la alemana Continental –y también marcas menores como las francesas Samson y Pneu L'Electrique o la austríaca Harburg– insertaban regularmente en esos años anuncios en la prensa especializada del sector del motor.

La primera empresa europea del sector del neumático en abordar el mercado estadounidense automovilístico fue la británica Dunlop, respaldada por sus patentes sobre la tecnología tubular o *single-tube*. Su asentamiento se remonta a 1893, con la creación de la American Dunlop Tire Co. con sede en Belleville, New Jersey. En 1900, la Rubber Goods Mfg. Co. compró el negocio y lo desvinculó de la casa madre británica, incorporándolo a la Harford Rubber Works de Connecticut, encargada de la fabricación de los neumáticos tipo “Dunlop”, un nombre que se mantuvo (figs. 11 y 12). En 1905, la firma fue adquirida como parte de un paquete de empresas por la United States Rubber Co.. La Dunlop original británica regresaría en los años veinte, recuperando sus derechos sobre la marca a través de la Dunlop Tire & Rubber Co. y edificando un gran centro productivo en Buffalo, New York.

La firma alemana Continental se hallaba representada en territorio estadounidense desde 1903 por la empresa importadora Continental Caoutchouc Company. Cinco años más tarde inició su propia producción, llegando a un acuerdo con una industria local, iniciativa que pronto se truncó. La empresa, en 1911 y ya sin participación alemana, entró a formar parte del conglomerado empresarial comandado por la United States Tire Company (figs. 13 y 14).

La compañía parisina Société Anonyme des Pneumatiques Cuir Samson fue constituida hacia 1902, con el fin de comercializar unas fundas o protectores ideados para alargar la vida de los neumáticos y facilitarles un agarre al firme que su suela lisa no proporcionaba. Estas carcasas –de cuero y con pequeños tacos met licos en la banda de rodadura–, se sujetaban al neumático, envolviéndolo. Esta tecnología fue ofrecida por diversas compa as y constituyó una respuesta eficaz a la fragilidad de las cubiertas neumáticas de esos primeros años. De hecho la agencia americana importadora de Eben D. Winans, la Michelin Product Selling Co. Incorporated, ofrecía neumáticos Michelin protegidos por fundas Samson para su uso en los meses de otoño e invierno, cuando la conducción se complicaba debido a las carreteras mojadas o cubiertas de barro o nieve. El invento derivó también en la patente francesa número 336.654, concedida el 13 de noviembre de 1903, y que presentaba unas tiras de cuero reforzadas con ribetes met licos preparadas para ser encoladas a la banda de rodadura –lisa o simplemente gastada– de cualquier neumático.

En 1904 se formó la Samson Leather Tire Co., la subsidiaria americana, con sede en el número 12 de la calle 33 Oeste de New York y con A. E. Gallien como director –reemplazado en 1906 por el Conde G. de Pontac–, J. B. McKeague como agente en Chicago y James Coggeswall en Boston. Apenas unos años después, tras el éxito inicial, el negocio cerró por bancarota, seguramente por la propia obsolescencia del producto ante la aparición y estandarización de las cubiertas neumáticas que incorporaban suelas antideslizantes (figs. 17-20).<sup>28</sup>

La Société Industrielle des T l phones, compa a parisina fabricante de cableado eléctrico y de distintos artículos y accesorios para bicicletas y v hculos a motor como cámaras de aire y bandas macizas de goma, inició en 1901 la producción de su neumático para coches “ lectric”. En 1904 ya poseía delegaciones en Lyon, Marsella, Burdeos y Niza, desde las que servía a los comercios de las principales ciudades francesas.. En 1906 se aventur  en el mercado americano, creando una agencia importadora, The Pneu Electric Company, con sede en el 1591 –más tarde trasladada al número 1610– de Broadway, New York, encargada de dar a conocer el producto para su comercialización (figs. 15 y 16).<sup>29</sup>

La agencia americana Pirelli & Co., dirigida por Emil Grossman, se constituyó en 1907. Su sede estaba ubicada en los locales del número 296 de Broadway y parte del negocio, además de abastecer de neumáticos a los automóviles italianos de importación calzados originalmente con Pirelli, lo constituía la división de cableado eléctrico con aislante de goma, muy utilizado en los componentes del automóvil. Cortas notas de prensa en los números de noviembre y diciembre de 1906 y marzo de 1907 en *The India Rubber World*; *The Automobile*, 26 de marzo y 21 de mayo de 1908 (fig. 22).<sup>30</sup>

El 16 de diciembre de 1906 se constituyó la Harburg Tire Company, con la finalidad de introducir y comercializar por primera vez en los estados Unidos los neumáticos producidos por la Vereinigte Gummiwaaren-Fabriken, Harburg-Wien, empresa germano-austríaca cuyos orígenes se remontaban a la Viena de 1856. La sede americana, dirigida por R. L. Kingston, se hallaba en un gran edificio de la calle 58 Oeste de New York que albergaba las oficinas, un salón de exposición y un taller de montaje y reparaciones con personal especializado. Seis meses más tarde contaba con ocho distribuidores asociados, en ciudades como Boston, Chicago, Philadelphia o Washington (fig. 21).<sup>31</sup>

El caso de Englebert fue el de muchas otras compa as europeas, con una presencia testimonial a menudo limitada a las Ferias y Salones Internacionales del Automóvil que se celebraban en territorio americano, un modo de darse a conocer y establecer lazos comerciales con negocios locales. En 1908 los neumáticos producidos por O. Englebert Fils & Co. en Bélgica se distribuían en Gran Bretaña a través

de la Englebert Tyres Ltd. y en los Estados Unidos estaban representados a través de la William Stanford Company de Philadelphia. El 13 de septiembre de 1912 se constituyó la Englebert Tyre Co., con un capital social de \$100.000 aportado por tres socios locales, dirigida por E. W. Elverson y con dependencias en Broadway, New York, con la misión de expandir la red de representantes y conseguir posicionarse en el competitivo mercado americano (figs. 23 y 24).<sup>32</sup>

## 5. El desembarco de Michelin

Los hechos se sucedieron rápidamente a partir de 1906. La intención final de André y Édouard Michelin era establecer una filial en tierra americana con fábrica propia –un rumor a voces que circulaba en el sector ya desde 1905–, y llevar de una forma más directa el control de la comercialización de los neumáticos y artículos producidos en las nuevas instalaciones.

Las diferentes agencias oficiales que se sucedieron entre 1904 y 1907 para importar y distribuir los productos fabricados en Clermont-Ferrand tenían fecha de caducidad y constituyeron un período de transición hacia la meta marcada. Una noticia aparecida en la revista *The Horseless Age* el primer cuatrimestre de 1908 –citando informaciones publicadas en la prensa francesa– explicaba que la compañía Michelin et Cie. pagó 2.100.000 francos a Emile Lamberjack por recuperar el control de los derechos de comercialización en los Estados Unidos y por el stock acumulado de sus neumáticos<sup>33</sup>.

En noviembre de 1906 una delegación francesa de la fábrica clermontina de Michelin, compuesta por V. Lespinas, G. Lespinas y G. Ogier, visitó los Estados Unidos, “(...) con el propósito de estudiar la industria y el negocio del neumático”<sup>34</sup>. El 9 de febrero de 1907 Édouard Michelin desembarcó en el puerto de New York<sup>35</sup>, y anunció la próxima implantación de una fábrica en América. Esta declaración de intenciones fue expresada públicamente durante una cena organizada en su honor y que tuvo lugar el miércoles 21 de marzo en los locales del Café des Beaux Arts –en el cruce de la Sexta Avenida con la calle 40 de New York– a la que asistieron distintos invitados como Paul Lacroix, director de la delegación de Renault Frères, su director de publicidad y un grupo de prominentes ingenieros franceses<sup>36</sup>:

“Nuestra empresa francesa ha decidido establecer una factoría americana, considerando el creciente aumento de las ventas [importaciones] de neumáticos Michelin aquí, pese a que estamos obligados a pagar unas tasas [aduaneras] elevadas. Nuestro agente americano E. Lamberjack & Co. vendió el año pasado cerca de 16.000 neumáticos, y para el presente año se han negociado contratos por más de 20.000 neumáticos.

Nuestra factoría francesa y las factorías americanas competirán, y esta competición será beneficiosa para el progreso del neumático. Estoy lejos de adivinar cual de ellas superará al resto en popularidad, pero creo que [la conjunción de] el ingenio francés y la inteligencia americana darán resultados exitosos”.<sup>37</sup>

Una nota de prensa de la firma publicada en diciembre de ese mismo año nos habla del volumen de negocio que habían generado los neumáticos franceses Michelin hasta la fecha, y en el que se incluían los neumáticos producidos para la exportación. El número total de neumáticos de automóvil fabricados entre 1896 y finales de junio de 1907 se estimaba en 1.180.830, lo que significaba 107.348 neumáticos por año, lo suficiente para equipar anualmente 26.837 automóviles a lo largo de esos 11 años.<sup>38</sup>

El 12 de marzo de 1907 se constituyó legalmente la Michelin Tire Co., la compañía que dirigiría más tarde la fábrica americana de Michelin. El capital inicial aportado fue de \$3.000.000 y los socios fun-

dadores eran John P. Murray, de Jersey City, y Lorenzo Semple y James E. Hopkins, ambos de New York<sup>39</sup>. Obviamente, la presidencia la ostentaba Édouard Michelin y la vicepresidencia un hombre de su máxima confianza, A. Fountaine, de la factoría de Clermont-Ferrand. Varios anuncios de Michelin publicados a página entera en las principales cabeceras de la prensa del sector del automóvil informaron de la situación y de las intenciones de la firma respecto al mercado norteamericano<sup>40</sup> (fig. 30). Pronto se iniciaron las negociaciones para la futura localización de la factoría, que parecían apostar por la adquisición de una de las industrias del sector en activo.

## 6. La compañía de Milltown

La International A. & V. Tire Co. de Milltown, en New Jersey, era una de las firmas importantes de la industria del neumático, como lo demuestra su constante presencia junto a las marcas más destacadas en las distintas citas anuales de las ferias del automóvil<sup>41</sup>; así como el espacio y la atención informativa que le dedicaban las publicaciones técnicas como *The India Rubber World*<sup>42</sup> (fig. 25). Según explica Litchfield (1954), en los años previos a la adquisición por parte de Michelin el mercado de los neumáticos para automóviles estaba repartido de la siguiente manera: BFGoodrich y Diamond copaban, entre ambas, el 55% del negocio; US Rubber ostentaba un importante 30%; International Vehicle & Tire Company, el 7%; Fisk Rubber Company de Chicopee Falls, controlaba el 5% del mercado; Goodyear, con el 1,5%, cerraba la lista de las industrias con cierta relevancia percentual<sup>43</sup>.

El afianzamiento del negocio –no consta que pasara por dificultades financieras– y sus infraestructuras plenamente operativas atrajeron la atención de Michelin. Procurarse una factoría en funcionamiento significaba también no comenzar desde cero, y asegurarse plenamente de que el emplazamiento elegido y su entorno eran propicios para la industria del caucho (disponibilidad y acceso a materias primas, mano de obra, comunicaciones...). En 1906, la International Automobile & Vehicle Tire Company empleaba a 300 personas<sup>44</sup>.

En un paso previo, los derechos exclusivos sobre el negocio de los productos y neumáticos que venía fabricando la International A. & V. Tire Co. (figs. 26-29) –en 1907 utilizaba el nombre de International Rubber Co. de Milltown<sup>45</sup>– fueron traspasados a una nueva corporación, la International Rubber Co. de Boston, dirigida por Lawrence H. Fiske, quien ya ejercía desde hacía tres años como representante de la empresa para las zonas del Este<sup>46</sup>. En marzo de 1907 se concretaron las negociaciones y Michelin adquirió las propiedades e infraestructuras del complejo industrial de Milltown<sup>47</sup>.

La factoría se convertiría en operativa en unos meses, produciendo los primeros neumáticos Michelin “americanos”. Eso significaba, consecuentemente, el cese de los envíos desde Clermont-Ferrand y el desmantelamiento de las agencias importadoras: E. Lamberjack & Co. cesó su actividad comercial a principios de junio<sup>48</sup>, mientras que ese mismo mes se inauguraba el nuevo centro de reparación de neumáticos Michelin en New York, The Michelin Tire Repair Works, situado en el 242 Oeste de la calle 41 y regentado por F. D. Bable, experto en la fabricación y reparación de neumáticos<sup>49</sup>.

Emile Lamberjack se desplazó a los Estados Unidos a finales de agosto de 1907. Parte de los catorce días que permaneció en tierra americana los dedicó a gestionar los asuntos relativos a la continuidad de sus negocios como anterior proveedor de los productos Michelin teniendo en cuenta que, según declaró a la prensa antes de embarcarse el 12 de septiembre rumbo a París, la fábrica de Milltown estaría produciendo en un mes y los primeros neumáticos podrían comercializarse transcurrido otro mes más<sup>50</sup>.

## Notas

1. “New Incorporations”, *The India Rubber World*, 1 de febrero de 1904, pág. 175; tal como se informaba también en la revista *The Horseless Age*, 3 de febrero de 1904, pág. 144.
2. El nombre de Norris N. Mason es citado también como “président de la société de vente aux Etats-Unis”, sin más datos ni precisiones, dentro del párrafo titulado “1907-Aux Etats Unis: la Michelin Tire Co. Ltd.” *Cent ans d’Industrie: Histoire Anecdotique de la maison Michelin*. 4ª parte, capítulo 18, pág. 18. Se trata de un manuscrito –compuesto en máquina de escribir– de M. Mercier sobre edición de Fernand Gillet, colaborador de André Michelin. Archivos Michelin, Clermont-Ferrand. Sobre su papel como agente de la Societé Franco-Americaine d’Automobiles, y como importador en exclusiva de los automóviles de marca Panhard, Renault y Clement: “Minor mention”, *The Horseless Age*, 28 de octubre de 1903; “Trade notes”, *Automobile Review*, 27 de febrero de 1904.
3. Mason ocupaba el cargo de gerente, como puede leerse en varios anuncios de los automóviles Leon Bollée en prensa, por ejemplo el módulo publicitario publicado en el periódico neoyorquino *The Sun* el 18 de enero de 1906.
4. *The New York Times*, 20 de agosto de 1916 y 14 de noviembre de 1917.
5. *The Horseless Age*, 13 de enero de 1904, pág. 51; y “Michelin tire depot”. *The Automobile*, 19 de marzo de 1904.
6. Según se explica en dos breves notas en *The Horseless Age*, 6 y 27 de abril de 1904.
7. “News and trade miscellany”. *The Automobile*, 30 de abril de 1904, pág. 488; “India-Rubber at the St. Louis World’s Fair”, *The India Rubber World*, 1 de octubre de 1904, págs. 13-16; “The United States Agency Michelin Tire Co.”, *The India Rubber World*, 1 de noviembre de 1904, pág. 63; “Exposition de Saint-Louis. Les exposants français et les Grands Prix”, Suplemento al diario *Le Temps*, 19 de diciembre de 1904, pág. 4.
8. *The Horseless Age*, 14 de septiembre de 1904, pág. 272. “Norris Mason”, *Cycle and Automobile Trade Journal*, noviembre de 1904, pág. 144.
9. “One garage license revoked”. *The New York Times*, 14 de diciembre de 1904.
10. Los archivos históricos de pasajeros desembarcados en la Isla de Ellis nos hablan de dos viajes registrados con el nombre de Eben D. Winans. Es en el primero en el que conocemos que Winans regresó a New York el 1 de enero de 1905, embarcando en el puerto inglés de Southampton a bordo del buque Philadelphia, seguramente tras su viaje a Clermont-Ferrand. En el segundo tenemos constancia de que, un año más tarde, volvió de Francia el 14 de enero de 1906, como pasajero del “La Savoie” con origen en el puerto de Le Havre, en el litoral noroeste francés. The American Family Immigration History Center® (AFIHC), división de The Statue of Liberty-Ellis Island Foundation (SOLEIF). Ellis Island Archives, Immigrant Arrival Records. “List or Manifest of Alien Passengers for the U. S. Immigration Officer at Port Arrival”, buque Philadelphia, 31 de diciembre de 1904 y buque La Savoie –que cubría la línea Le Havre-New York–, 14 de enero de 1906.
11. Según se cita en una corta biografía publicada en la *International Motor Cyclopaedia. Year book, march 1908 to march 1909*. New York, Automobile Topics/E. E. Schwarzkopf, 1909.
12. “The Foreign Tires”, *The India Rubber World*, 1 de febrero de 1906, pág. 157. Por otra parte, la fecha exacta de creación y disolución (1926) de la agencia puede consultarse en el Certificado de Incorporación. Archivos del New York State Department of State Division of Corporations, State Records, and Uniform Commercial Code, Albany, NY.
13. “Se rumorea que, en respuesta a la demanda en los Estados Unidos de estos neumáticos, una gran fábrica será pronto edificada para producirlos bajo los procesos de Michelin (...) Mr. Winans es el responsable de la financiación de la compañía americana que fabricará neumáticos Michelin. (...) es reconocido por haber vendido desde entonces hasta estas fechas más neumáticos Michelin que nadie”. “The Head of the House of Michelin”, *India Rubber World*, 1 de junio de 1905, pág. 303.
14. “A Michelin Factory for America”. *Tire and Motor*, 15 de febrero de 1906, pág. 37.
15. La agencia de Winans también creó una red de distribución en diferentes estados. Respecto a esto, es probable que la Michelin Tire and Supply Co. creada en el estado de Illinois el 20 de julio de 1906 fuera una de estos centros de distribución. El 9 de marzo de 1908 –año en que Winans ya no tenía la licencia de Michelin– la Michelin Tire and Supply Co. de Illinois cambió su nombre por el de Dan J. Canary Company (empresa que cerró definitivamente el 16 de julio de 1921. Información basada en documentos del “Annual reporting 1908, Office of the Secretary of State”, facilitados por el Department of Business Services de Springfield, Illinois.
16. *The India Rubber World*, 1 de marzo de 1906, pág. 204.
17. *The India Rubber World*, 1 de julio de 1906, pág. 337.
18. “Automobile Notes of Interest”. *The New York Times*, 26 de abril de 1906.

19. *The India Rubber World*, 1 de noviembre de 1906, pág. 60.
20. Según se explica: “Mr. E. D. Winans ha cesado en el cargo de director general de la Michelin Products Selling Co. (...) está delicado de salud y viajará a California para reposar”. *The India Rubber World*, 1 de noviembre de 1906, pág. 60. El certificado voluntario de disolución de la Michelin Products Selling Co. se tramitó en mayo de 1907. *The India Rubber World*, junio de 1907.
21. Según se explica en una noticia que recoge la visita de Lamberjack al Union League Club de Chicago, publicada en el periódico neoyorquino *The Sun*, 13 de enero de 1907, sección segunda, pág. 13.
22. *The India Rubber World* hace una breve mención a los rumores que circulaban en el sector, según los cuales E. D. Winans había obtenido la suma de \$200.000 por la venta de su compañía y de los derechos de comercialización de los neumáticos Michelin, pagados por la Michelin Tire Company. *The India Rubber World*, mayo de 1908.
23. “A New American Michelin Agency”. *The India Rubber World*, 1 de febrero de 1907, pág. 150.
24. Aunque tenían compañías de representación propias, ambos eran socios en distintos negocios. Lacroix actuaba como representante de Lamberjack, que permanecía en Francia y se desplazaba personalmente en contadas ocasiones. En el registro de viajeros de la Isla de Ellis de 1903, concretamente los procedentes del puerto francés de Le Havre en el buque La Savoie y desembarcados el 14 de agosto, encontramos a Paul Lacroix (viajero número 21, de 23 años) y a E. Lamberjack (número 23, de 34 años). Los registros nos dicen que, mientras Lamberjack cruzó el Atlántico tres veces (1903, 1904 y 1906), Paul Lacroix, mucho más activo, lo hizo en al menos ocho ocasiones entre 1903 y 1911. En todos los partes figura como ciudadano con domicilio en París, excepto en el de 1911, último viaje registrado (los archivos de inmigración de la Isla de Ellis abarcan desde 1892 hasta 1924) y en el que aparece domiciliado en New York. Probablemente estableció su residencia definitiva en esta ciudad, al contraer matrimonio –tras divorciarse de su primera mujer– el 18 de febrero de 1912 con Mrs. Susie F. Bailey, también de New York.
25. “Importer’s Salon growing in numbers”. *The New York Times*, 2 de enero de 1910.
26. “Pastors refuse to wed divorcees”. *The New York Times*, 18 de febrero de 1912, y “Divorcees at last find a minister”. *The New York Times*, 19 de febrero de 1912.
27. *The India Rubber World*, 1 de noviembre de 1906, pág. 60.
28. “The Samson leather tire”, *The India Rubber World*, 1 de octubre de 1904, pág. 17; “Personal trade brevities”, *The Automobile*, 12 de abril de 1906, pág. 656; “Samson Leather Tire company bankrupt”, *The India Rubber World*, 1 de abril de 1910, pág. 247. Esta compañía no debe confundirse con la Samson Tire and Rubber Company, fundada en 1918 por Adolph Schleicher, con fábrica en Los Angeles, California, y que en 1931 fue adquirida por U. S. Rubber.
29. “The Pneu l’Electric Company”, *The Horseless Age*, 30 de octubre de 1907; “The l’Electrique Tire”, *The Horseless Age*, 3 de junio de 1908.
30. Breves notas de prensa en los números de noviembre y diciembre de 1906 y marzo de 1907 en *The India Rubber World*; *The Automobile*, 26 de marzo y 21 de mayo de 1908.
31. “New incorporations”, *The India Rubber World*, 1 de enero de 1906, pág. 130; “Harburg tires in America”, *The India Rubber World*, 1 de abril de 1906.
32. “Tires and tire makers”, *The India Rubber World*, 1 de septiembre de 1908, pág. 412; *The India Rubber World*, 1 de octubre de 1912.
33. *The Horseless Age*, 25 de marzo de 1908, pág. 362.
34. *The India Rubber World*, 1 de noviembre de 1906, pág. 61.
35. Los archivos históricos de pasajeros desembarcados en la Isla de Ellis nos hablan de un “americanizado” Edward Michelin, casado y de 48 años (la edad concuerda, pues Édouard Michelin nació el 23 de junio 1859). Ellis Island Archives, Immigrant Arrival Records. “List or Manifest of Alien Passengers for the U. S. Immigration Officer at Port Arrival”, buque La Savoie, 9 de febrero de 1907.
36. Al acto asistieron George B. Van Cleve, director de la agencia de publicidad de su mismo nombre, Leon Rubay y S. H. Stern, director de Lamberjack & Co. “Plans for the Michelin american factory” *The Automobile*, 28 de marzo de 1907.
37. Según las noticias publicadas en 1907 en los diarios neoyorquinos *The Sun* (donde también se nombra a “Edward” Michelin), 24 de marzo, pág. 61, y *The New York times* (esta vez como “Edouard” Michelin), 22 de marzo. También apareció publicada una reseña al respecto en la revista especializada *The Automobile*, el 28 de marzo.

38. *The India Rubber World*, 1 de diciembre de 1907, pág. 91. El mismo texto se reproduce en una revista, con ligeras variaciones: “Michelin creó la primera rueda de automóvil en 1895. Desde entonces hasta el pasado septiembre, hemos fabricado 1.180.830 neumáticos, suficientes para equipar 295.000 coches (...)”. Anuncio en revista americana de 1908, sin identificar.
39. “New incorporations”. *The India Rubber World*, 1 de abril de 1907, pág. 224.
40. Por ejemplo: *The Horseless Age*, 24 de julio de 1907, pág. 9; *Motor*, agosto de 1907, pág. 24; *Cycle and Automobile Trade Journal*, agosto de 1907, pág. 327.
41. La International A. & V. Tire Co. se constituyó legalmente el 15 de abril de 1899. Ese mismo mes, operando desde sus oficinas en New York, absorbió la Newton Rubber Works Company de Newton Upper Falls, Massachusetts –un importante fabricante de neumáticos para carromatos, bicicletas y vehículos a motor, y todo tipo de piezas de goma para componentes mecánicos– y adquirió la planta industrial situada en la población de Chelsea de otra firma líder del sector, la L. C. Chase & Co. de Boston. En 1902 adquirió la fábrica de Milltown.  
La firma estuvo presente en la tercera edición del Annual Automobile Show, organizado por el Automobile Club of America y la National Association of Automobile Manufacturers en el Madison Square Garden, del 17 al 24 de enero de 1903, donde mostraba su gama de ruedas neumáticas y macizas, producidas en Milltown. En el catálogo oficial de la exposición estaban representadas 11 compañías de neumáticos: Hartford Rubber Works, Firestone Tire & Rubber, Fisk Rubber, Metallic Rubber Tire, B. F. Goodrich, Consolidated Rubber Tire, G & J Tire, Diamond Rubber, Goodyear Tire & Rubber, Standard Anti-Friction Equipment y, por supuesto, la International Automobile and Vehicle Tire. En las siguientes ediciones del Automobile Show –la cuarta durante la semana del 16 al 23 de enero de 1904, la quinta durante la semana del 14 al 21 de enero de 1905, la sexta durante la semana del 13 al 20 de enero de 1906 y la séptima durante la semana del 1 al 8 de diciembre de 1906– repitió participación. *The Annual statistics of manufactures, 1899 (fourteenth report)*. Boston, Massachusetts, Bureau of Statistics of Labor, 1900, pág. 69.
42. Por ejemplo, un gran anuncio de The International A & V Tire ocupa media portada, bajo la cabecera, de la revista *The India Rubber World*, en su número del 1 de junio de 1906.
43. Paul W. Litchfield, el histórico directivo de Goodyear, se incorporó en 1897 a la firma L. C. Chase, trabajando como directivo en sus fábricas de Reading y Chelsea, Massachusetts. Tras un año, abandonó la empresa por otra oferta de trabajo. En 1899 regresó a L. C. Chase de Chelsea, en ese momento en un proceso de absorción que devino en un negocio mayor comandado por la International A. & V. Tire Company. Al año siguiente, se incorporó a la por entonces modesta Goodyear Tire and Rubber Co., como superintendente asistente de producción. Litchfield, págs. 85-86.
44. “Milltown (H5), Middlesex County”, *The Industrial Directory of New Jersey, 1906*. Trenton, New Jersey, Bureau of Statistics of New Jersey, pág. 230.
45. En la séptima edición del Automobile Show de New York, celebrada en diciembre de 1906, la International Rubber Co. de Milltown, NJ y la Michelin Products Selling Co, Inc. de New York se encontraban entre los exhibidores participantes. *The India Rubber World*, 1 de enero de 1907, pág. 108.
46. *The India Rubber World*, 1 de agosto de 1907, pág. 371.
47. “The Michelin american factory”. *The India Rubber World*, 1 de julio de 1907.
48. Una noticia publicada el 1 de junio de 1906 nos explica que la Michelin Products Selling Co., cuyos derechos adquirió E. Lamberjack & Co., se disolvió legalmente y por voluntad propia. “Trade new notes”. *India Rubber World*, 1 de junio de 1907, pág. 291. Por otra parte, una campaña a modo de módulos publicitarios de los neumáticos Michelin, firmada por E. Lamberjack & Co., apareció en prensa entre mayo y junio de 1907. En el diario neoyorquino *The Sun*, la campaña se inició el 5 de marzo y terminó, tras 19 inserciones, el 2 de junio (presumiblemente porque en esas fechas desapareció la agencia de Lamberjack). El siguiente anuncio de Michelin publicado en este medio fue el 30 de septiembre, esta vez firmado por la Michelin Tire Co.
49. “Trade news notes”. *The India Rubber World*, 1 de junio de 1907, pág. 292.
50. “Emile Lamberjack returns to Paris”, *The Automobile*, 12 de septiembre de 1907.

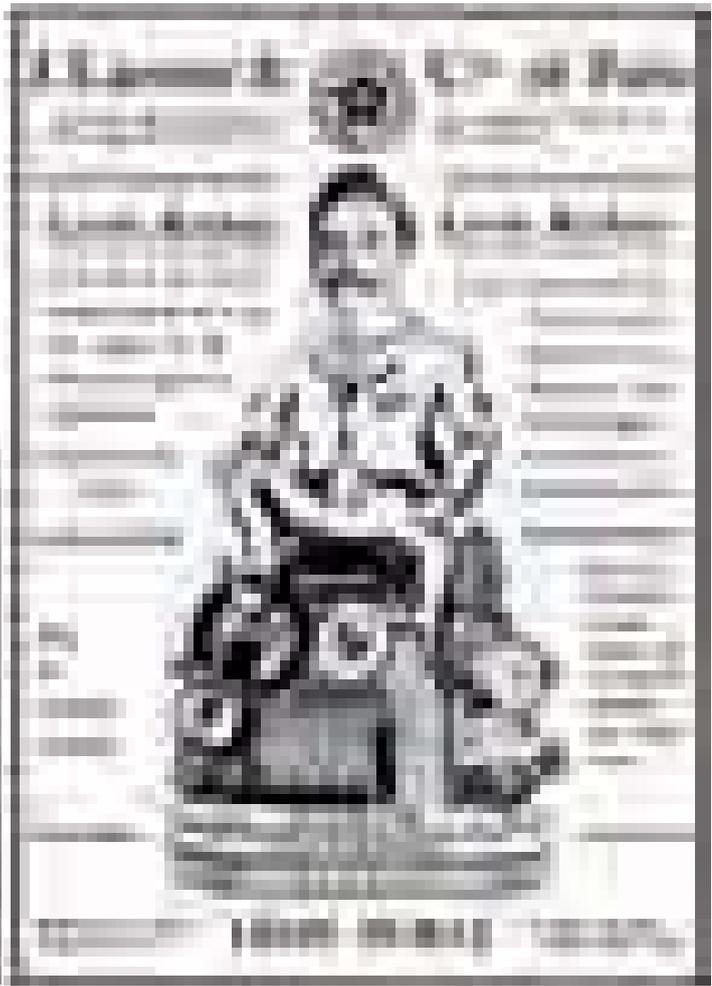
## Bibliografía

- Adams, Willi Paul. “La emigración a América en los siglos XIX y XX”.  
*Historia Universal: Los Estados Unidos de América*. Madrid, Siglo XXI, 1996.
- Dick, Robert. *Auto racing comes of age: a transatlantic view of the cars, drivers and speedways, 1900-1925*. New York, McFarland & Co., 2013.
- Gramm, Carl H. *The germans in New Brunswick, New Jersey*.  
Cleveland, Ohio, Central Publishing House, 1968.
- Jouas, Josette. *Ces bretons d'Amérique du Nord*. Rennes, Éditions Ouest-France, 2005.
- Kuehnert, Alfred. “Festschrift 800 jahrfeier der gemeinde Oberzell, 23 June to 25 June 1967”.  
Artículo recogido por Sue Foster en el sitio web de Middlesex County Genealogy.  
[www.rootsweb.ancestry.com/~njmiddle/Towns/milltown/oberzell.htm](http://www.rootsweb.ancestry.com/~njmiddle/Towns/milltown/oberzell.htm)
- Litchfield, Paul Weeks. *Industrial voyage. My life as an industrial lieutenant*.  
New York, Doubleday & Co., 1954.
- Lurie, Maxine N. y Mappen, Marc. *Encyclopedia of New Jersey*.  
Rutgers, NJ, The State University, 2004.
- Mercier, M. y Gillet, F. *Cent ans d'industrie: histoire anecdotique de la maison Michelin*.  
Manuscrito sin publicar. Archivos Michelin, Clermont-Ferrand.
- Works Progress Administration. *History of Milltown*. Washington D.C., U. S. Government  
Printing Office, 1936. Documento editado a partir del original, compuesto en máquina  
de escribir y presentado a la Sociedad Histórica de Milltown por Linda Matlack Butch.



**NEGOCIO SOBRE RUEDAS.** El francés Léon Rubay inició su carrera en Estados Unidos como agente de ventas de componentes del automóvil de importación y solía aparecer retratado en sus anuncios. En 1915 fundó su propia empresa, la Léon Rubay Co. dedicada al diseño de carrocerías y trabajó con varias de las firmas más importantes del sector, como White Motor Co., Franklin, Templar, Marmon, Locomobile, Packard, Pierce Arrow, Cadillac, Chandler, Cole, Rickenbacker, Duesenberg o Moon, entre otras.

1. Ilustración de un anuncio de Léon Rubay en la revista mensual *Motor*, febrero de 1905.
2. Anuncio en *Motor*, abril de 1905.
3. Anuncio en *The Automobile*, 9 de julio de 1904.





**DE MASON A WINANS.** Los nombres de los directores de las representaciones de Michelin en tierras americanas aparecían convenientemente subrayados en los anuncios de prensa.

**4.** Módulo publicitario en *Motor Age*, 1903. **5.** Página entera en *Motor*, junio de 1905





**EXPOSICIÓN.** Esta gran vitrina de hierro forjado y decoración Art Nouveau sirvió para mostrar a los visitantes de la Feria de Saint Louis la gama de productos fabricados en Francia por Michelin et Cie. e importados por la Michelin Tire American Agency.

**6.** Vitrina para Michelin et Cie., 1904. Página del catálogo de obras y productos de la metalistería de André Michelin.



**REPETICIÓN.** La misma vitrina –o una nueva construida sobre los mismos planos– fue utilizada siete años más tarde para mostrar los renovados productos Michelin en la Esposizione internazionale dell'Industria e del Lavoro de Turín, en 1911.

7. Página extraída de la revista corporativa de la filial italiana *Il Pneumatico Michelin*, junio-julio de 1911.



**LA SEGUNDA AGENCIA.** En el caso de la constitución en 1906 de la nueva agencia de Winans –la Michelin Products Selling–, se insertaron anuncios en las revistas del sector del motor para dar a conocer el cambio de representante oficial.

El lema que acompaña alguno de estos anuncios, “se considera ‘chic’ llevar ruedas Michelin, incluso en Francia” nos habla de la reputación de los neumáticos franceses Michelin para el cliente americano de esa época.

**8 y 9.** Anuncios de la agencia Michelin Products Selling Co. de Winans, a media página en la revista *The Automobile*, 15 de febrero de 1906, y a página entera en *Motor Age*, febrero de 1906.



**ANNOUNCEMENT**

---

**E. Lamberjack & Company, Inc.**  
Sole Importers of  
**Michelin Tires**

Michelin Tires are the most reliable and longest wearing tires in the world. They are made of the finest materials and are built to last. They are also the most economical tires because they wear so long. Michelin Tires are the only tires that are made in France. They are the only tires that are made in a factory that has been in operation for over 100 years. Michelin Tires are the only tires that are made in a factory that has been in operation for over 100 years.

**E. LAMBERJACK & COMPANY, INC.**  
100 West Broadway Street, New York City  
Telephone BR 1-1111

10. Anuncio a página entera de la nueva agencia Lamberjack & Company, Inc. en la revista *Motor*, febrero de 1907.

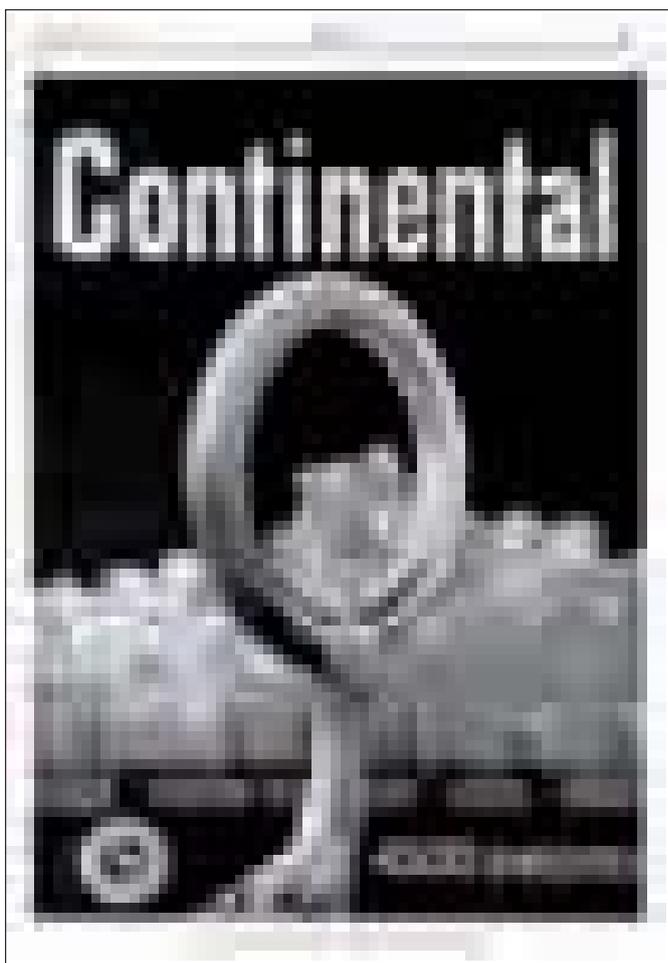
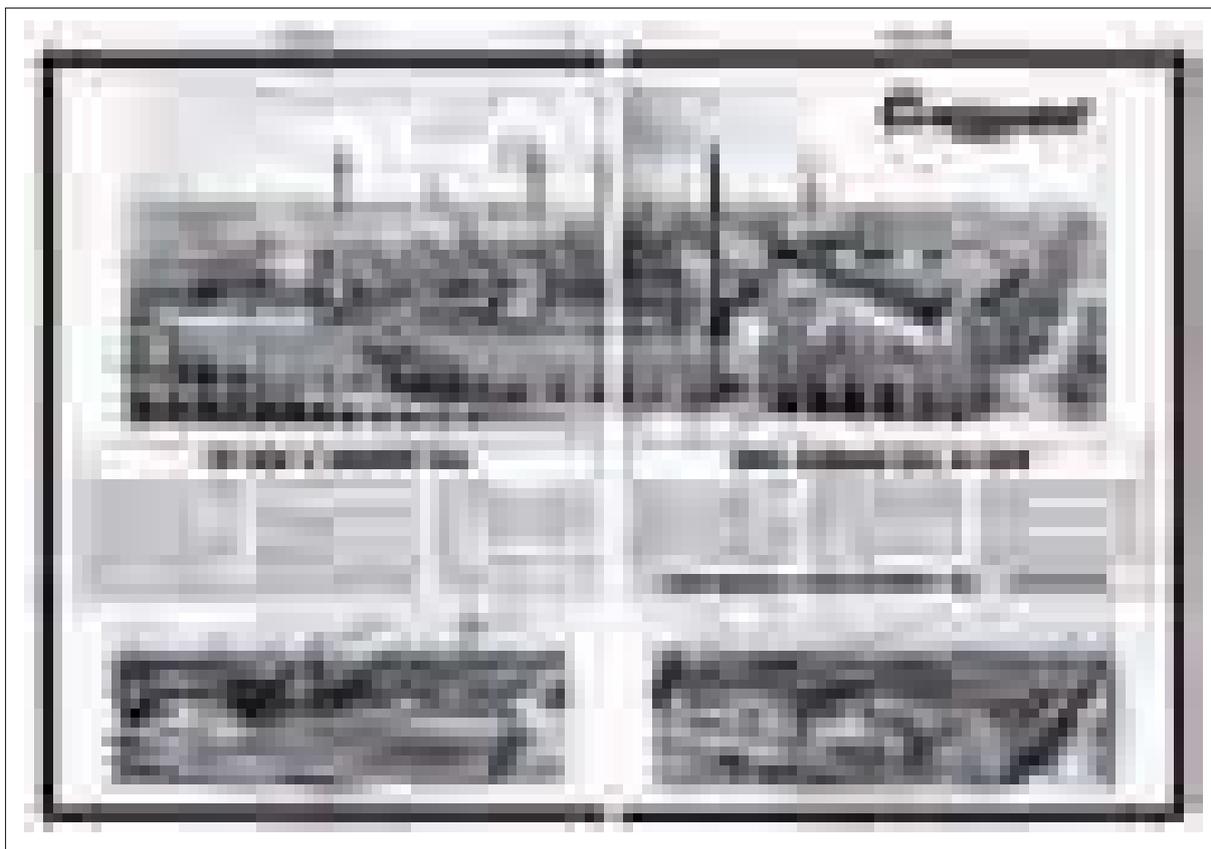


**ASIMILADOS.** En esta página, dos muestras de los anuncios de la empresa Hartford Rubber Works Co., que fabricaba neumáticos para automóvil basados en la patente original de Dunlop, conservando el nombre de la marca británica en ciertos modelos.

**11.** Anuncio de neumáticos Hartford-Dunlop, publicado en la revista *Theatre magazine* junio de 1904.

**12.** Anuncio modular publicado en la revista *Country Life in America*, mayo de 1903.





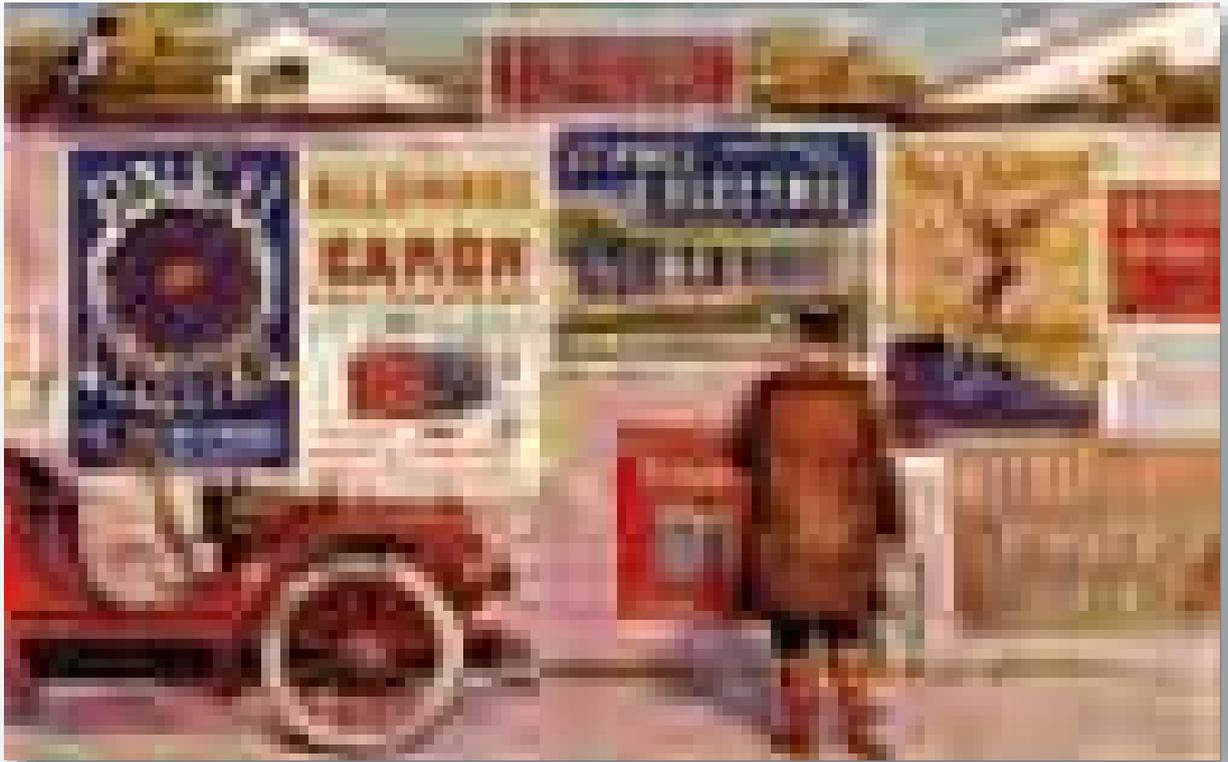
### **CONTINENTE AMERICANO.**

Continental mantuvo una constante presencia publicitaria en las páginas de las revistas americanas del sector, remarcando siempre su origen alemán. Sobre estas líneas, el anuncio a doble página de la filial estadounidense de Continental hace alarde de la potencia productiva de las factorías de la casa madre en Hannover, Alemania –con más de 4.500 empleados–, mientras detalla que, en 1907, ya ha desplegado delegaciones en varias ciudades importantes: Boston, Buffalo, Chicago, Cleveland, Detroit, Los Angeles, New York, Philadelphia, San Francisco y St. Louis, además de en Toronto, Canadá. Desde esos centros se atendía a cientos de comercios minoristas.

Junto a estas líneas, un anuncio americano reproduce el emblemático cartel corporativo de Continental –el brazo alzado sujetando un neumático–, utilizado constantemente y actualizado a lo largo de los años en sus campañas en Alemania, Gran Bretaña y el resto de mercados europeos.

**13.** Anuncio de Continental publicado a doble página en la revista *Motor*, mayo de 1907.

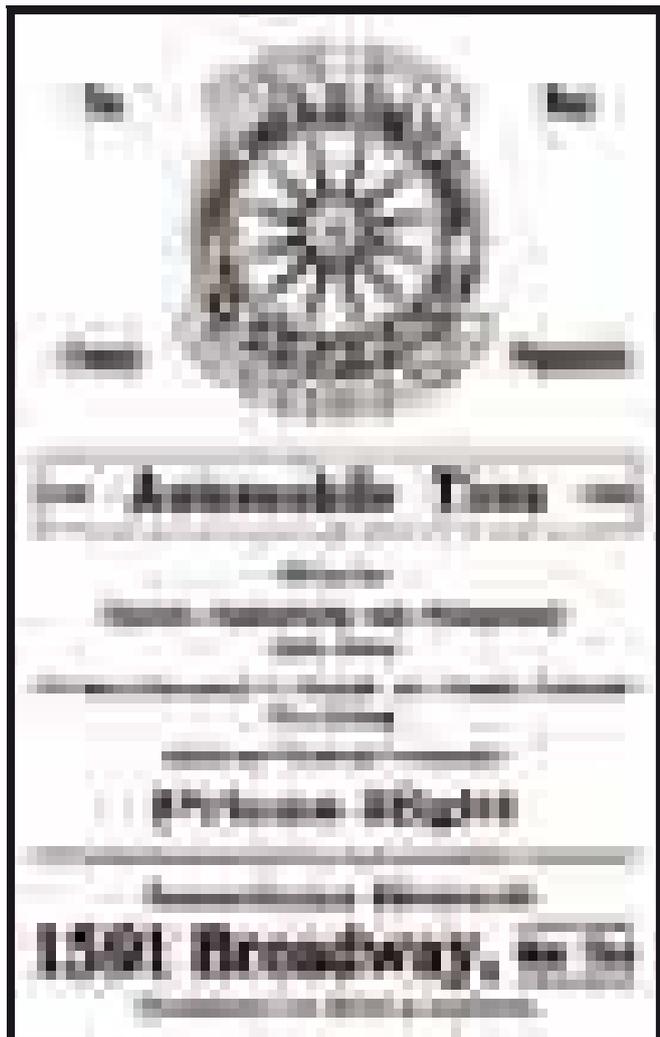
**14.** Anuncio publicado a página entera en la revista *Motor*, marzo de 1907.

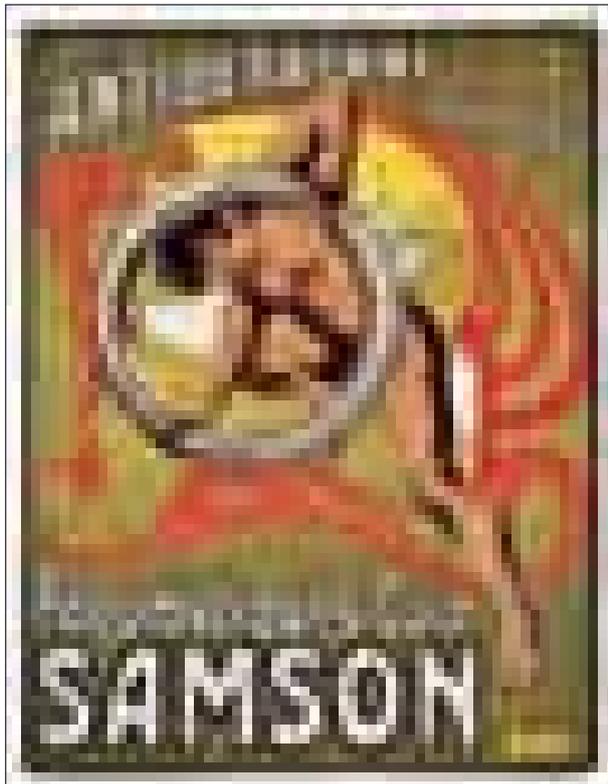


**ESCAPARATE CALLEJERO.** La Société Industrielle de Théléphones (S.I.T) comenzó su actividad produciendo cables eléctricos y para el telégrafo recubiertos de un tubo aislante de goma. Pero pronto, como muestra la ilustración sobre estas líneas, amplió su catálogo a multitud de artículos mecánicos y eléctricos, muchos de los cuales eran componentes esenciales de los vehículos a motor: faros, baterías, herramientas varias, bombas de inflado, válvulas... De entre éstos destacó su neumático marca "Electric", que vemos representado en los carteles –que realmente fueron impresos y que se conservan en distintas colecciones– encolados al muro. Junto a estas líneas, la imagen de la rueda clazada con el neumático "Electric" y con el nombre del producto insertado en el conjunto, fue también el emblema utilizado en la publicidad americana de la subsidiaria importadora.

**15.** Postal promocional francesa de los productos de la Société Industrielle de Théléphones (S.I.T), 1906.

**16.** Anuncio de Pneu L'Electric en la revista americana *Motor*, enero de 1906.

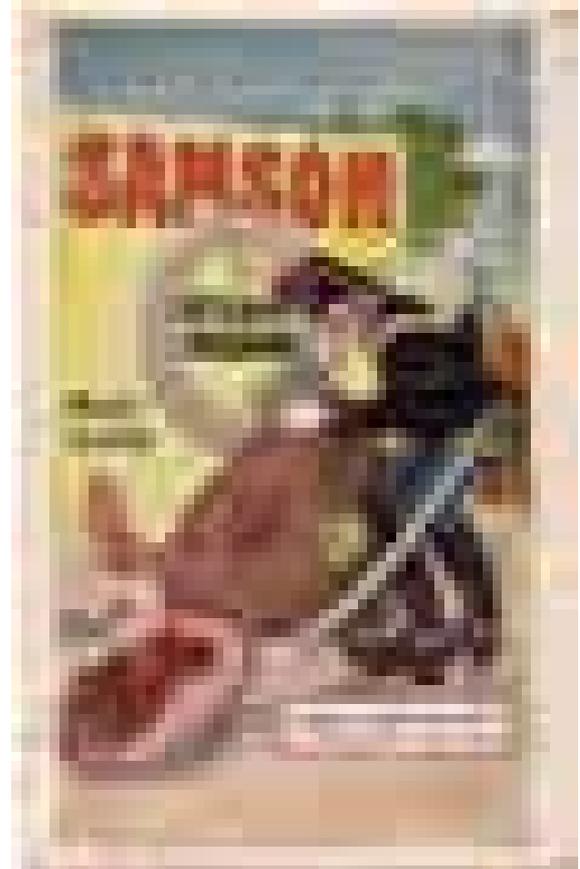
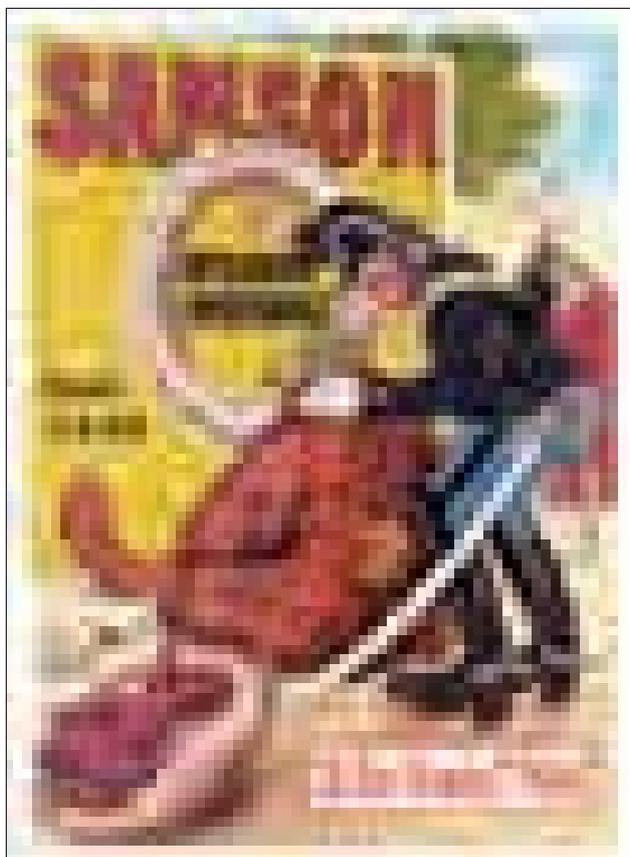




**CLASES DE FRANCÉS.** Parte de la publicidad desarrollada por la filial americana de Samson, la Samson Leather Tire Company, rentabilizó los carteles y diseños originales franceses, reproduciéndolos preservando los mensajes compuestos en su idioma original.

**17 y 18.** Cartel litográfico francés de Samson. Imp. Kossuth et Cie, c.1905; anuncio en la revista americana *Motor*, 1906.

**19 y 20.** Cartel litográfico francés de Samson, Ilustración de Walter Thor (1870-1929); postal americana, franqueada en 1905.





**IMPRONTA NACIONAL.** En los primeros años tras el cambio de siglo, la etiqueta “made in Europe” subrayaban la calidad intrínseca de los productos importados desde el Viejo Continente. Así se evidenciaba en los anuncios de las distintas agencias de representación, como se observa en los dos ejemplos incluidos en esta página. Sobre estas líneas, en el caso de Pirelli, se remarca: “‘Improved Construction’ Italian Tire” [neumático italiano de construcción mejorada].

**21.** Anuncio de la agencia americana de Harburg en la revista mensual *The India Rubber World*, 1 de julio de 1906.

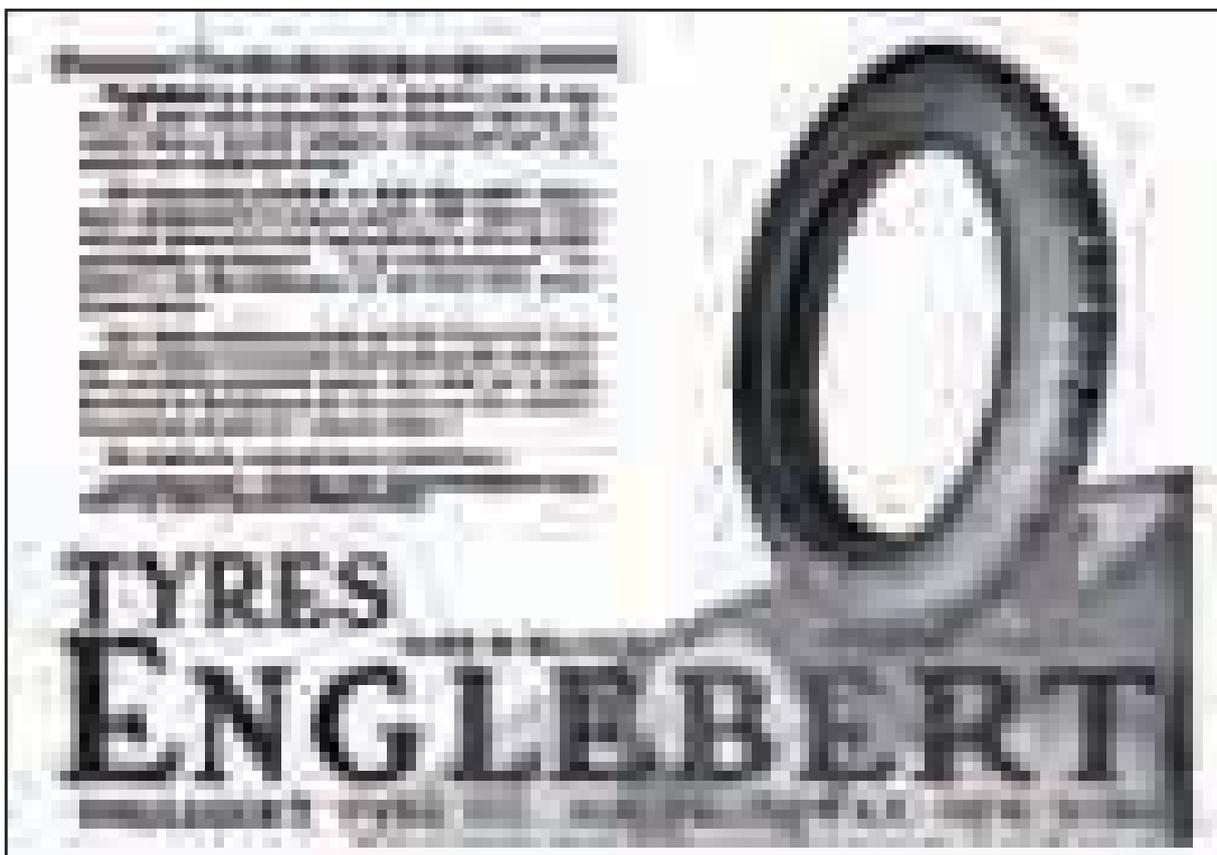
**22.** Anuncio modular de la agencia estadounidense Pirelli & Co. publicado en la revista *Motor*, julio de 1907.

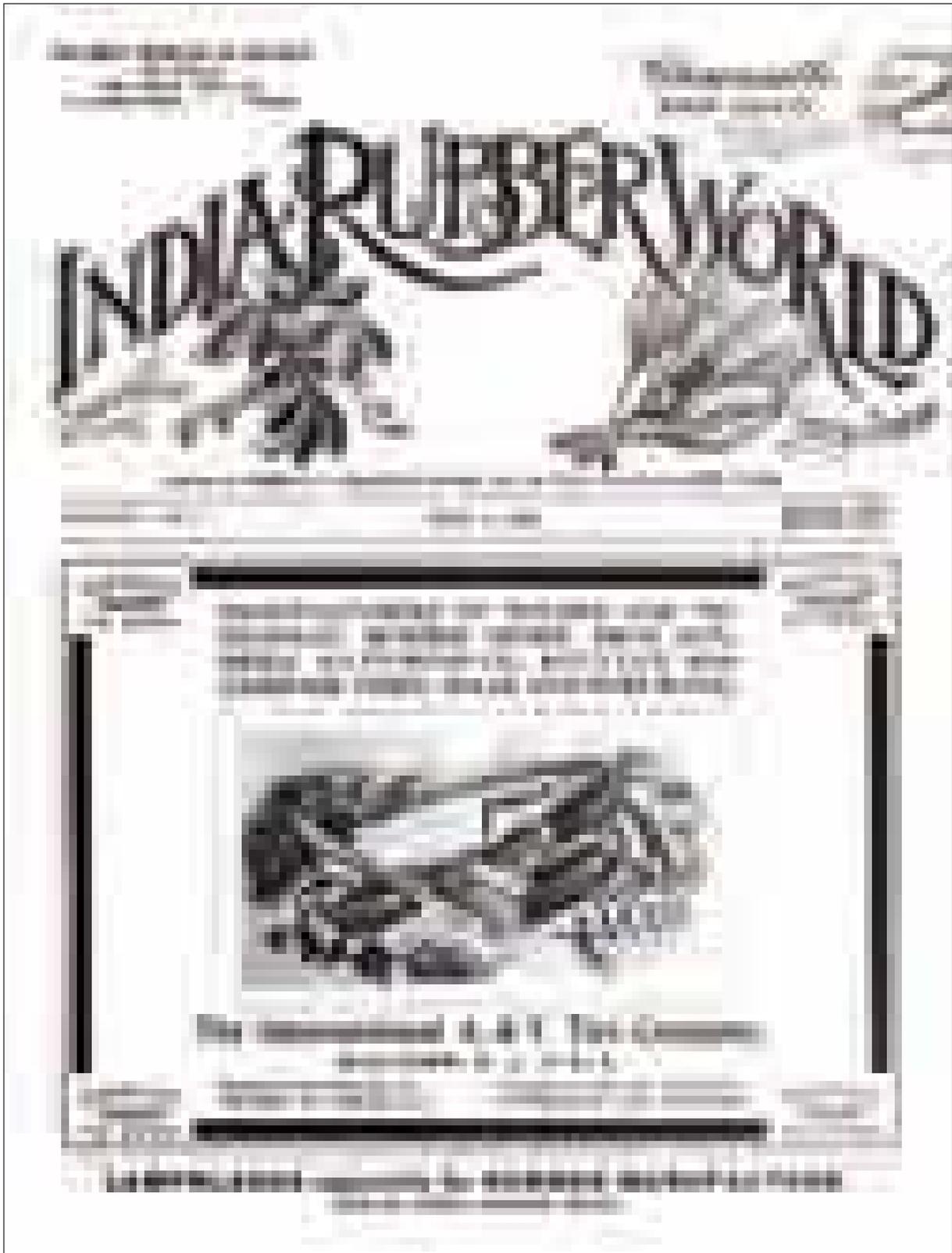




**IMPORTANTE.** En los anuncios de la delegación americana de la firma belga Englebert se estampaba siempre el lema “Made in Belgium” como garantía de calidad. Partiendo de esa condición no se dudaba al afirmar, como muestra el ejemplo bajo estas líneas, “(...) it averages nearly 40% higher than the best domestic tyres (...)” [duran casi 40% más que los mejores neumáticos nacionales].

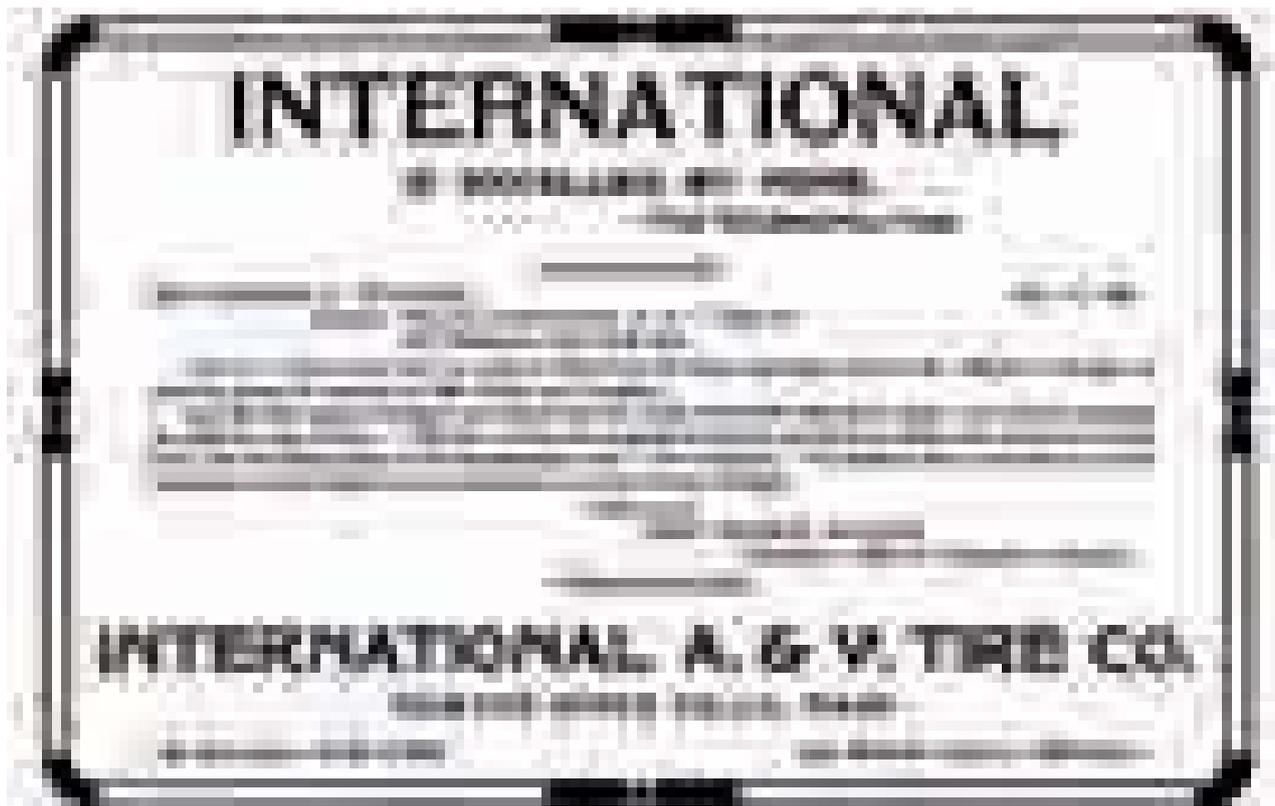
**23.** Detalle de un anuncio en *Motor Age*, 16 de octubre de 1913. **24.** Anuncio modular de Englebert en prensa americana, 1914.





**EN PORTADA.** Sobre estas líneas, una de las muestras de que la empresa The International Automobile & Vehicle Tire Company era una de las que encabezaba el *ranking* de las compañías de neumáticos. Se trata de una inserción publicitaria en uno de los más preciados –y apreciados por los anunciantes y publicistas por su impacto– espacios de una revista: su portada. En este caso el logro es doble, pues se trataba de la publicación mensual *The India Rubber World*, la principal cabecera y referencia del sector industrial del caucho. La imagen del anuncio nos muestra el aspecto del complejo industrial de Milltown y sus alrededores en esos años.

**25.** Anuncio insertado en la portada de la revista mensual especializada *The India Rubber World*, 1 de junio de 1906.



#### **DE MASSACHUSETTS A NEW JERSEY.**

La empresa The International Automobile and Vehicle Tire Company se constituyó en 1899 adquiriendo varios negocios en el Estado de Massachusetts y sus correspondientes fábricas. En junio de 1902 compró las instalaciones de la antigua fábrica de Christopher Meyer en Milltown que, tras su adecuación, estuvieron listas para iniciar la producción en el mismo mes de agosto. En esta página se muestran dos ejemplos de material publicitario de la etapa pre-Milltown: un anuncio testimonial y un catálogo de los productos y precios ofrecidos por la compañía.

**26.** Anuncio de media página en la revista *The Horseless Age*, 18 de junio de 1902.

**27.** Portada del catálogo y lista de precios de los productos de la International Automobile & Vehicle Tire Co., efectiva el 1 de mayo de 1900.



**EL ZORRO DE MILLTOWN.** “Fox Brand” era una de las marcas clásicas que venía produciendo The International Automobile and Vehicle Tire Company en sus instalaciones de Upper Newton Falls, en Massachussets –mediante un acuerdo de cesión de licencias de la tecnología desarrollada por la firma G & J Tire Co.– y que se siguió fabricando también en la nueva sede de Milltown.

**28.** Detalle de la cubierta neumática “Fox Brand” en un anuncio insertado en la revista *The Horseless Age*, 15 de mayo de 1907.

**29.** Anuncio modular publicado en la revista *The Automobile*, 11 de enero de 1906.



**MICHELIN TIRES**  
**Made in America**

**MICHELIN TIRE COMPANY**  
**HILLTOWN N. H. U.S.A.**

30. Anuncio de la nueva Michelin Tire Company con un texto firmado por Édouard Michelin, publicado a página entera en la revista especializada *The Horseless Age*, 24 de julio de 1907.

