

Jeudi 28 mars 2013

14 h-18 h

Amphi 220 - MSH

MICHELIN

à la loupe des sciences sociales

Organisatrice : **Hélène Roth**
Modérateur : **Pierre Cornu**



T. ZANETTI, géographe-urbaniste
Michelin à Clermont-Ferrand : les cartes et le territoire



C. VÉDRINE, sociologue
Les « Bib » et l'esprit Michelin. Ethnographie d'un mythe industriel



E. PANTHOU, historien
Michelin ou l'opportunité coloniale : l'exemple de l'Indochine et de l'Erythrée



J. DAUMARD, sciences de l'information et de la communication, sous réserve
La construction d'un mythe de marque : Michelin de 1898 à 1914



M. BIGAS PAU, Graphic Design, Barcelone
Bibendum in America (1900-1930). Michelin advertising and promotional strategies in the conquest of foreign markets