

## EMT presenta su nueva imagen corporativa

- *La nueva identidad corporativa busca transmitir el dinamismo propio de una empresa de servicios de movilidad*
- *La renovada marca EMT aglutina bajo un mismo logo todos los servicios que presta actualmente: Autobús, BiciMAD, Teleférico, Grúa y Aparcamiento*
- *El trabajo de rediseño ha sido llevado a cabo casi exclusivamente por el equipo de diseño gráfico de EMT, con recursos propios y a partir de una auditoría previa de marca.*
- *La decisión final sobre el logotipo elegido recayó en los trabajadores de EMT que pudieron votar su elección entre las tres propuestas finalistas*

*Madrid, 8 de mayo de 2018*

La Delegada del área de Movilidad y Medio Ambiente del Ayuntamiento y presidenta de la Empresa Municipal de Transportes (EMT), Inés Sabanés, y el gerente de EMT, Álvaro Fernández Heredia, han presentado hoy la nueva identidad corporativa y la nueva imagen de marca de la empresa municipal.

Esta renovación responde, fundamentalmente, al nuevo papel que ha asumido EMT en los últimos años como operador global de la movilidad de superficie en la ciudad de Madrid. En 2014, la empresa municipal inició una evolución de su papel en la ciudad, pasando de ser un mero operador de autobuses urbanos, a convertirse en una gran empresa integral de servicios de movilidad. Actualmente, EMT gestiona cinco servicios fundamentales en este ámbito: los autobuses urbanos de la capital, el servicio de BiciMAD, Teleférico de Madrid, la grúa municipal (Servicio de Ayuda a la Movilidad) y aparcamientos públicos y de residentes. A ello hay que añadir su área de Consultoría, muy potenciada en el último lustro, que permite a EMT exportar su experiencia y conocimiento a numerosos países del mundo.

Asimismo, esta transformación pretende adaptar la imagen de EMT, la empresa municipal más grande del Ayuntamiento, a la nueva identidad corporativa del Consistorio de modo que ambas marcas convivan adecuadamente en sus diferentes aplicaciones y dotar a EMT de un referente propio en su identidad corporativa.

La nueva imagen de EMT aúna en una sola identidad y un único logotipo esas actuales líneas de negocio o servicios que gestiona y explota: Autobuses, BiciMAD, Teleférico, Grúa (Ayuda a la Movilidad), Aparcamientos y Consultoría. El nombre de la empresa y la sigla EMT perduran pero la marca se subdivide en otras tantas sub-marcas para cada uno de dichos servicios, identificados cada uno de ellos con un color corporativo diferente. El azul seguirá siendo el color identificativo general de EMT y de la actividad de



# NOTA DE PRENSA

autobuses; el verde será para BiciMAD, el magenta para Teleférico, el mostaza para Aparcamientos, el naranja para la Grúa y el gris para Consultoría.

La renovada marca incorpora, asimismo, un *tagline* (del inglés, “línea o etiqueta”; el *tagline* es un pequeño mensaje de texto que se utiliza como eslogan de empresa o marca corporativa y que suele situarse bajo el logotipo para reforzar un determinado mensaje sobre la empresa). El *tagline* elegido es “Nos mueve Madrid” que describe la vocación de mover personas que EMT tiene desde su nacimiento en 1947.

La nueva identidad corporativa de EMT, nacida de un proceso realizado casi exclusivamente con recursos internos de la propia empresa, busca transmitir el movimiento y dinamismo propio de su actividad: la movilidad en Madrid. El rediseño de la identidad corporativa y de la imagen de marca de EMT se ha hecho casi en su totalidad con recursos internos y gracias al trabajo del equipo de diseño gráfico de EMT, dependiente de la Dirección de Comunicación y Consultoría de la compañía, a partir de una auditoría previa que analizó su imagen e identidad en el contexto social actual.

Basándose en este trabajo, que ha durado 18 meses, el equipo creativo de EMT plasmó tres propuestas para la renovación de marca e imagen. La elección final entre las tres finalistas fue tomada mediante un amplio proceso participativo en el que se invitó a votar a los más de 9.000 empleados de EMT que, con sus votos, eligieron el logotipo e identidad que hoy se han presentado.

Asimismo, la renovada y repensada marca de EMT nace con la vocación de perdurar en el tiempo, más allá de cambios temporales de cualquier índole, y de permitir la adición, en el futuro, de nuevas actividades, servicios o líneas de negocio.

2

Durante este año y el próximo 2019, EMT llevará a cabo un exhaustivo trabajo de implantación y aplicación de la nueva marca en todos sus vehículos (2.050 autobuses, 2.028 bicicletas, 90 grúas, 80 cabinas de teleférico y dos centenares de vehículos auxiliares y de servicio); en sus instalaciones y edificios (5 cocheras, 20 aparcamientos, 7 depósitos de grúa, 165 estaciones de BiciMAD y la Sede Central) y en la uniformidad del personal (el 80 por ciento de los 9.000 trabajadores de EMT usan uniforme).

El presupuesto previsto a este efecto se acerca al millón de euros para ambos ejercicios (muy por debajo de los más de cuatro millones de euros que costó el anterior cambio de imagen realizado por el Ayuntamiento entre los años 2008 y 2010 y por debajo también del coste que, en el mercado, hubiera tenido esta operación si no se hubiera realizado con recursos internos de EMT).