

Madrid, 18 de marzo de 2026

La Empresa Municipal de Transportes lanza su nuevo concepto de marca, más cercano, emocional y ligado a Madrid

‘Déjate llevar por Madrid, déjate llevar por EMT’, una nueva forma de entender la movilidad

- EMT Madrid apuesta por una comunicación más emocional que conecta la movilidad con las experiencias diarias de la ciudad
- Esta nueva comunicación pone de manifiesto el papel transformador del transporte público en la vida cotidiana de las personas
- La empresa municipal viene impulsando, desde hace un tiempo, otras iniciativas que conecten con la ciudadanía e impacten en ella

La Empresa Municipal de Transportes de Madrid ha presentado hoy su nueva campaña publicitaria bajo el eslogan ‘Déjate llevar por Madrid, déjate llevar por EMT’, una invitación a mirar la movilidad urbana desde una perspectiva más humana y emocional. Con esta campaña, EMT Madrid da un paso más en la evolución de su comunicación, ampliando el foco más allá del transporte, para resaltar el rol que la movilidad pública desempeña en la experiencia urbana compartida: moverse en EMT Madrid es conectar profundamente con la ciudad.

La campaña parte de una premisa sencilla: Madrid no es solo un destino o el fin del trayecto, Madrid es el escenario en el que transcurre nuestra vida y la ciudad se entremezcla con nuestros trayectos y planes. Es historia, es vida cotidiana, es celebración y es rutina; es, en definitiva, la emoción de cruzar la ciudad cada día y sentir que algo está pasando. Por todo ello, la campaña busca poner de relieve el papel que desempeña el transporte público no solo como medio de desplazamiento, sino también como parte esencial de las experiencias que construyen la vida de la ciudad. El concepto resalta la idea de fluir con la ciudad, formar parte activa de su ritmo y confiar en la movilidad pública.

Cada día, millones de trayectos recorren sus calles: desplazamientos al trabajo, encuentros con amigos, tardes de compras, entrenamientos, visitas al médico o nuevos comienzos. En ese ir y venir constante, EMT Madrid conecta los diferentes momentos que dan forma al pulso de la ciudad y refleja esa conexión a través de escenas reconocibles para cualquier madrileño: desde la primera mirada a la Puerta de Alcalá hasta una tarde de compras en la Gran Vía; desde un mercado municipal hasta un polideportivo de barrio; desde el atardecer en el Templo de Debod hasta la energía de una calle llena de gente.

Dirección General de Comunicación
Montalbán 1 - 3ª planta
28014 Madrid

 +34 915 882 240

 prensa@madrid.es

 madrid.es

 diario.madrid.es

 @MADRID

 @madrid

 @ayuntamientodemadrid

 @ayuntamiento-de-madrid-directo

La campaña se desplegará en diferentes soportes y canales de comunicación, reforzando la posición de EMT Madrid como un actor clave en la vida diaria de la capital y como facilitador de los momentos que conforman su devenir.

En todo caso, la empresa municipal ha dado pasos en esta dirección en los últimos tiempos, impulsando nuevas formas de conectar con los usuarios, como la nueva [tienda oficial](#), cuyo catálogo de productos -basado en diseños propios y exclusivos- trata de reflejar la identidad de EMT Madrid, así como su relación histórica con la ciudad y su papel fundamental en la evolución del transporte público urbano.

Además, también ha llevado a cabo distintas acciones especiales con las que impactar en el entorno urbano como la celebración de San Isidro con autobuses y bicicletas engalanados para la ocasión o el autobús de la Navidad, convertido en 'buzón real' para recibir las cartas destinadas a los Reyes Magos escritas por los niños de Madrid. /