

2018

**Una nueva marca para la
EMT del siglo XXI**



EMT MADRID



DOSSIER DE PRENSA

Historia de la marca EMT



DOSSIER DE PRENSA

Antecedentes (1871-1947)

Antes del nacimiento de la Empresa Municipal de Transportes (EMT), en 1947, varias empresas municipales o mixtas se encargaban de la prestación de los servicios de transporte público en superficie (tranvías y autobuses) de la ciudad de Madrid. Entre ellas, destacaron fundamentalmente:

- La Sociedad Madrileña de Tranvías (1920-1933)
- La Sociedad General de Autobuses (1924-1927)
- La Empresa Mixta de Transportes Urbanos (1933-1947)

De ellas, y de todas las anteriores compañías que, desde 1871, prestaron servicios de transporte público de superficie en Madrid, solo hay constancia del emblema o logotipo de la compañía del Tram Vía de Madrid (1871-1906), que prestó el servicio inaugural de este servicio en Madrid; de la Compañía Madrileña de Urbanización (1892-1919); y de la Sociedad Madrileña de Tranvías (SMT), de 1920 a 1933:



Todo parece indicar que no era hábito común en ninguna de estas empresas el uso de emblemas, logotipos o escudos que identificaran su material móvil (vehículos). Normalmente solamente aparecía el escudo del Ayuntamiento de Madrid, bien por ser el otorgador de la concesión de la explotación del servicio o bien por ser el propietario de la empresa explotadora.



DOSSIER DE PRENSA

El primer logo (1947-1974)

El primer logo identificativo de EMT nació simultáneamente a la empresa y se mantuvo durante casi 30 años, utilizándose en los tres tipos de transporte que explotaba durante esa época la compañía municipal: autobuses, trolebuses y tranvías.



Las 'flechas' (1974-2007)

El cambio de la imagen exterior de los autobuses de EMT, una vez desaparecido el tranvía en 1972 (y, por supuesto, los trolebuses, que dejaron de prestar servicio en 1966), comienza en los primeros años de la década de 1970; en concreto, en 1973, con la llegada de las primeras unidades de un nuevo modelo de autobús, el Pegaso 6025, lo que impulsa a EMT a cambiar el color de los vehículos y pasar al rojo (hasta entonces, todo el material rodante de EMT usaba como librea el denominado azul Lancaster).

Estos primeros vehículos rojos no llevan logo de EMT; a finales de esa década (se desconoce la fecha exacta pero, probablemente, en 1978 o 1979), EMT convoca un concurso de ideas entre los empleados de la plantilla para buscar un logo identificativo de la empresa que sirva, asimismo, para identificar los autobuses en su parte exterior, en concreto junto al número de serie. De ese concurso resulta ganador la idea denominada "Ve y Ven", popularmente conocida como 'flechas'. El logo, en su sencillez, resumía la idea de movimiento y de trayectos de ida y vuelta que son la esencia de EMT. Por cierto, este logo es muy similar al que se utiliza desde hace décadas en los autobuses de Nueva Delhi y también al que actualmente utiliza la compañía danesa Movia.



DOSSIER DE PRENSA



EMT + Ayuntamiento (2007-2018)

En 2007, coincidiendo con el 60 aniversario de EMT, la dirección de la empresa decide dar un nuevo cambio a la imagen de los autobuses municipales madrileños, volviendo al color azul; pero no el azul que ostentaron entre 1947 y 1986 (aproximadamente), denominado azul Lancaster, sino el azul corporativo del Ayuntamiento de Madrid. Con ese paso al nuevo azul corporativo municipal, se elimina como emblema de EMT el “Ve y Ven” cuyo estilo ya había quedado muy obsoleto y se sustituye por una unión del emblema de Madrid y las siglas de EMT.



Nueva Imagen (2018 >>)

Se presenta la nueva identidad corporativa e imagen de marca de EMT, surgidas de un trabajo de rediseño totalmente interno y decidido, en última instancia, en un proceso participativo entre toda la plantilla de EMT.



DOSSIER DE PRENSA

Planteamiento de la idea gráfica

Planteamiento de la idea gráfica

El rediseño de la marca EMT se construye a partir de varias transformaciones que se producen en el seno de la empresa, nuevos retos, nuevas unidades de negocio: es cierto, **la empresa está cambiando por dentro** y esta es una causa lo suficientemente poderosa para replantearse que ese cambio debe quedar a la vista, expuesto y perceptible en su nueva marca.

La empresa se diversifica, ya no es una empresa de autobuses es una **empresa de movilidad** y no solo nuestros grupos de interés sino todos los madrileños deben ser conscientes del cambio que se está produciendo y que solo persigue un importante objetivo: la colaboración para la creación de una ciudad más sana, más amable, más humana, más sostenible y más participativa.

En este ámbito, el **nuevo concepto de EMT** y de sus líneas de negocio, juegan un papel esencial: autobuses que no contaminan, bicicletas de pedaleo asistido, aparcamientos disuasorios y en enclaves importantes de la ciudad, servicios que favorecen el transporte de forma rápida y sana. Si añadimos la difusión de sistemas modales de traslado de un punto a otro de Madrid, son suficientes razones para crear una imagen nueva de esta empresa que se alza como la mayor responsable de la movilidad en superficie de Madrid.

La idea de renovación de EMT es esencial para entender y participar de este nueva idea creativa aunque bien es cierto que también se preservan elementos funcionales que permanecen y conviven perfectamente con lo nuevo porque creemos que la esencia de la empresa debe seguir siendo reconocible.

Por todo ello la reflexión que precede a este trabajo no solo se ha dirigido a la nueva interpretación de la marca, también ha sido importante destacar la reubicación de la misma, otorgándole un espacio más grande, más destacado y más vistoso en todos y cada uno de los soportes.

Los años de experiencia acumulada en el uso y aplicación de la marca anterior en los mas diversos formatos, han animado al **equipo creativo de EMT** con su total implicación a llevar a cabo este proyecto **exclusivamente con medios propios**. Todo ello con la inestimable colaboración del personal de la empresa a través de un proceso participativo mediante votación interna, llevado a cabo para elegir entre diversas opciones las líneas maestras que han dado lugar a la marca definitiva.



DOSSIER DE PRENSA

Logotipo e isotipo

Versión principal

El conjunto formado por logotipo e isotipo configuran la marca principal. Estos dos componentes tienen una relación exacta entre ellos que ha sido diseñada cuidadosamente para representar a EMT en numerosos soportes y circunstancias de comunicación.



Versión horizontal

La aplicación horizontal del logotipo está dentro de la norma. Su uso se limitará a aquellos soportes en los que la marca principal pueda perder cualquier cualidad en su percepción visual.



Versión con tagline

La aplicación horizontal del logotipo se puede completar con su tagline: Nos mueve Madrid, composición textual que acompaña al logo principal y que se muestra como elemento estratégico y de declaración de intenciones del nuevo concepto de movilidad que protagoniza EMT para reforzar la empresa.





DOSSIER DE PRENSA

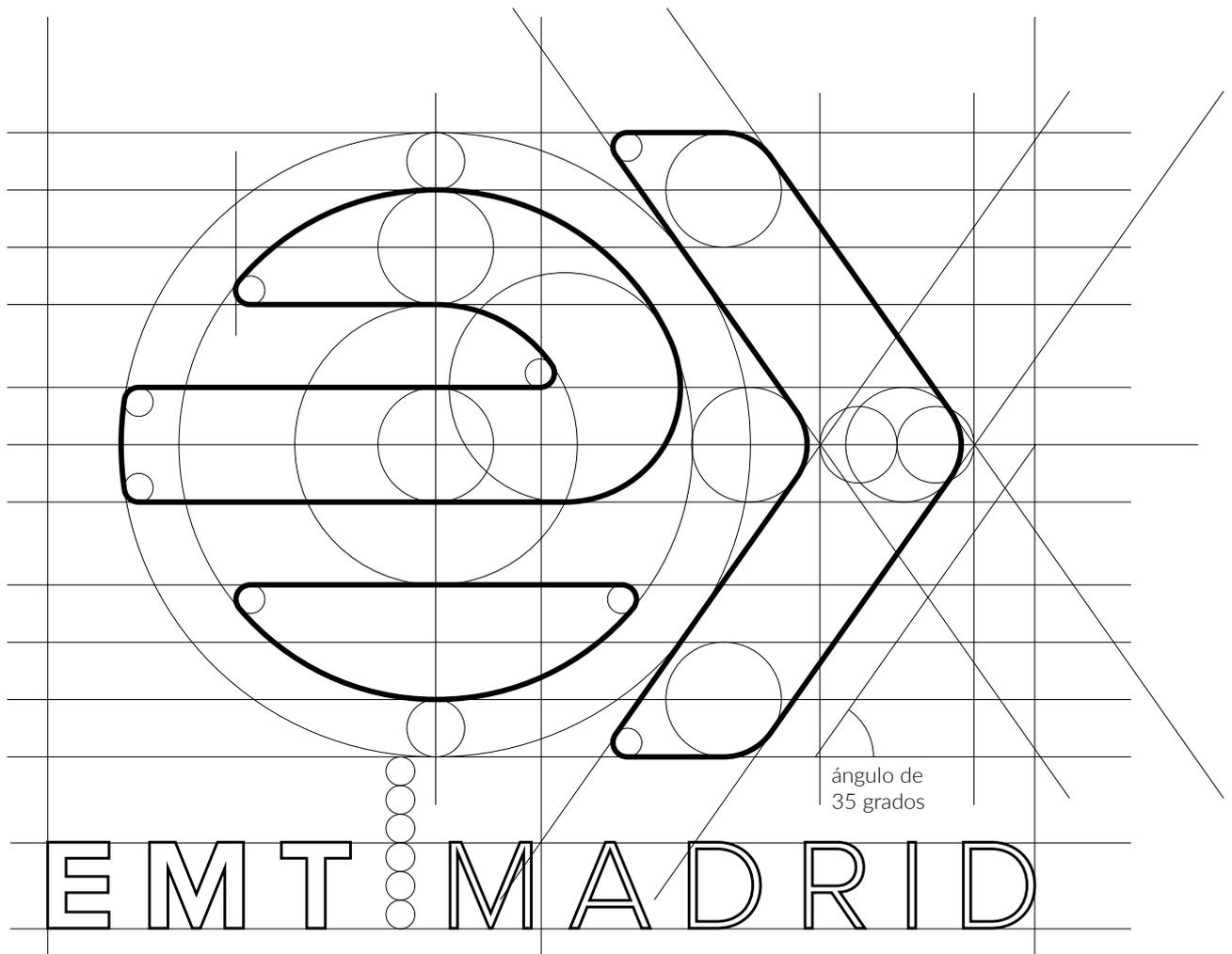
Construcción de la marca

Construcción de la Marca

Para facilitar la comprensión del proceso de construcción del logotipo, se facilita esta retícula que especifica la relación geométrica de sus proporciones.

El esquema de trazado es un modelo para reproducir el símbolo cuando no se puedan utilizar medios mecánicos o informáticos.

En el proceso de construcción geométrico de cualquier logo no debe quedar nada a la improvisación, todas las partes que lo conforman deben ser exactas, precisas y cuantificables, de forma que su reproducción sea siempre exacta y ningún parámetro quede fuera de la norma y de la regulación por parte del equipo creativo.



ángulo de
35 grados



DOSSIER DE PRENSA

Colores Corporativos: submarcas

Color submarcas

Se insiste nuevamente en la exposición del punto anterior, y además se añade un concepto más: **el color como elemento diferenciador de las distintas unidades de negocio que supone uno de los argumentos más importantes en la renovación del objeto e imagen de la empresa.**

En este sentido, es muy importante el respeto y el cuidado que debe tener el equipo que trabaje con este parámetro ya que el nacimiento de nuevas marcas y nuevas actividades es una de las causas que motivan la redifinición y el proceso de cambio que se está llevando en el seno de la empresa. Cada unidad de negocio conlleva una finalidad diferente señalizada con un color exacto que es inalterable y así deben ser tratados.

NOTA: Los valores y códigos de color facilitados en el presente capítulo han sido tomados de la web www.pantone.com

Autobús
Pantone 285C



CMYK	C90 M48 Y0 K0
RGB	R0 G114 B206
WEB	HTML #0072CE
RAL	5015

Teleférico
Pantone 213C



CMYK	C0 M92 Y18 K0
RGB	R227 G28 B121
WEB	HTML #E31C79
RAL	3015

BiciMAD
Pantone 7716C



CMYK	C83 M0 Y40 K11
RGB	R0 G150 B143
WEB	HTML #00968F
RAL	5018

Aparcamientos
Pantone 458C



CMYK	C5 M4 Y73 K7
RGB	R217 G199 B86
WEB	HTML #D9C756
RAL	1021

Grúa
Pantone 021C



CMYK	C0 M65 Y100 K0
RGB	R254 G80 B0
WEB	HTML #FE5000
RAL	2003

Consultoría
Pantone Cool Grey 5C



CMYK	C13 M9 Y10 K27
RGB	R177 G179 B179
WEB	HTML #B1B3B3
RAL	9010



DOSSIER DE PRENSA

Logotipos unidades de negocio

Unidades de negocio

Para transmitir una imagen sólida y coherente, se normaliza la incorporación de nuevas líneas de negocio transmitiendo la diversificación de los nuevos proyectos de EMT.

La aplicación preferente de esta marca será la vertical (mostrada en esta página).

En cualquier caso, las adaptaciones futuras que pudieran necesitarse deberán ser aprobadas por el departamento de Comunicación de EMT e incluidas como anexo en el presente trabajo, de forma que el manual se convierte en herramienta viva y flexible y se complementa la marca y submarcas con una homogeneidad necesaria para pervivir durante años.



EMT MADRID
Autobús



EMT MADRID
BiciMAD



EMT MADRID
Grúa



EMT MADRID
Teleférico



EMT MADRID
Aparcamientos



EMT MADRID
Consultoría

La tipografía utilizada en el descriptor de la línea de negocio es:
Proxima Nova Bold / Light

La tipografía utilizada en el descriptor de la línea de negocio es:
Proxima Nova Black



EMT MADRID
Autobús



DOSSIER DE PRENSA

Tagline

Logo y tagline

El tagline es la expresión literaria que ayuda a reforzar el significado de la marca.

En este caso, el propósito del tagline, es una frase que refleja la personalidad y forma de pensar de nuestra marca:
Nos mueve Madrid.

El contenido declarado en esta frase es que el propósito de EMT es "movernos" por Madrid, un mensaje claro y directo, pero con muchos e interesantes matices, de los que el equipo creativo destaca una clara intención: todo lo que se hace en EMT es por la ciudad y por la ciudadanía.

Logotipo

Símbolo		X
Acrónimo	EMT MADRID	X/3
Tagline	Nos mueve Madrid	X



EMT MADRID
Nos mueve Madrid



EMT MADRID
Nos mueve Madrid



EMT MADRID
Nos mueve Madrid



EMT MADRID
Nos mueve Madrid



DOSSIER DE PRENSA

Marca EMT y Ayuntamiento de Madrid

Unidades de negocio con marca Ayuntamiento

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.



Logo con marca Ayuntamiento

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.



Logo con marca Ayuntamiento

Para una correcta aplicación de la marca institucional, es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.



Área de respeto con marca Ayuntamiento

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

