



# PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/2010

## ÍNDEX

### VOLUM 1

#### Memòria

	Pàg
1.- Introducció .....	2
2.- Objectiu del Pla .....	4
3.- Contingut .....	5
Fitxer Descripció de les accions .....	7
Fitxer Resultat de les accions .....	21

### VOLUM 2

#### ANNEX

#### Seguiment del Pla a XI/09



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/2010

### 1.- Introducció

Ja des de principis dels anys cinquanta el poble andorrà i sobretot els habitants del Pas de la Casa es plantejaven superar la problemàtica comunicació pel Port d'Envalira mitjançant un túnel que fes possible una via directa i segura i que evités la molt freqüent incomunicació entre França i el Pas de la Casa amb Andorra ateses les condicions climatològiques de l'hivern.

El túnel, era una utopia que difícilment podia plantejar-se a meitats de segle de manera que podem assegurar sense por a equivocar-nos que el túnel ha estat una infraestructura llargament esperada.

Després de 40 anys, al voltant dels noranta les Valls d'Andorra havien evolucionat en tots els sentits, era el moment de començar a planificar la tant desitjada obra.

La conjuntura econòmica i sobretot el grau de desenvolupament a nivell turístic i de serveis assolit pel país feia creïble la viabilitat del projecte.

El projecte fou una realitat i va iniciar el seu camí amb data setembre de 2002

Tanmateix malgrat ser una infraestructura molt necessària i esperada pel país, la concessionària creada per a dur a terme la seva explotació sempre ha estat considerada com "element forani" i poc integrat al país, sobretot quan s'esdevé com la única alternativa de comunicació quan el Port resta tancat per l'excés de neu.

D'aquesta manera el túnel, d'ençà la seva inauguració ha estat objecte de picabaralles entre els poders polítics del país agreujat pel fet de que el Govern i el Comú d'Encamp no eren regits pel mateix partit polític.

D'altre banda la política tarifària imposada des del Pla Econòmic i Financer de la concessionària certament que tampoc ha contribuït a aconseguir major

acceptació per part de la població i així s'ha constatat en les dades de freqüència de pas pel peatge.

Si fem una mirada al recull de Premsa dels darrers 6 anys es dedueix que les notícies originades pel túnel sempre es refereixen a comentaris negatius, sovint de crítica sense que des de l'empresa concessionària hagi hagut rèplica alguna.

És hora ja de donar el tomb i iniciar una tasca de divulgació d'una nova imatge del túnel sensible als canvis conjunturals i d'aproximació a la societat.

Val a dir que el conjunt d'objectius i accions definides en el Pla no s'han d'entendre com úniques i determinants en el temps, ben al contrari, el Pla tindrà els seus propis mecanismes de seguiment i revisió que poden aconsellar ampliar i/o rectificar alguna de les línies de treball encetades fruit del dinamisme en que ha estat concebut i de la pròpia conjuntura socioeconòmica del moment actual.

El present Pla d'Imatge i Comunicació 2009/2010 ha de servir per a definir les bases d'una nova estratègia d'integració del túnel amb la societat relacionada en l'àmbit andorrà.

L'esforç en la definició dels objectius i les accions que fan possible el seu compliment hauran de poder ser avaluades en forma de resultats tangibles a la fi del període de vigència del Pla.



## **PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/2010**

### **2.- Objectius**

En el marc del Programa d'Actuació 2009-2010 es va definir amb caràcter d'immediatesa un doble objectiu inicial. Un, que anomenavem intern i estava adreçat bàsicament a l'organització i potenciació del factor humà del TEN i l'altre més valent, amb l'actual conjuntura econòmica, de definir el conjunt d'accions necessàries per tal d'augmentar el número d'usuaris del TEN. Aquest darrer objectiu de tipus extern implicava la definició d'una Estratègia de Comunicació i Acció comercial, que és precís recalcar, mai en la història del túnel, d'ençà l'any 2002 s'havia fet res en aquest sentit.

L'estratègia referida es tradueix en el present Pla d'imatge i Comunicació 2009-2010 del TEN i té els següents objectius:

- 1.- Potenciar la imatge corporativa amb la creació de la marca TEN
- 2.- Situar el túnel en el mapa com a punt estratègic de comunicació entre França-Andorra-Espanya i millorar la senyalització viària d'aproximació
- 3.- Apropar el TEN al gran centre neuràlgic d'activitat de les Valls d'Andorra
- 4.- Conèixer el comportament qualitatiu del "target" potencial i possibilitar la interacció amb els usuaris del TEN.
- 5.- Promoure instal·lacions de suport, refugi i atracció a l'entorn del TEN
- 6.- Obtenir suport i reconeixement institucional
- 7.- Establir una autèntica dinàmica de comunicació actualitzada en el temps dels objectius descrits



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/2010

### 3.- Contingut del Pla. Descripció de les accions previstes

Cadascun dels objectius previstos en el Pla origina unes determinades Accions que es precis definir, dimensionar, programar en el temps i valorar econòmicament.

Les accions que es descriuen a continuació es presenten en format resumit de fitxes i constitueixen l'autèntic contingut del Pla d'Imatge i Comunicació i que hauran d'ésser revisades i actualitzades segons els resultats que s'esperen d'elles descrits a l'apartat 4.

Val a dir que les accions descrites a continuació poden respondre a diferents objectius.

L'índex del fitxer referit ordenat per objectius respon:

#### Objectiu 1.- Potenciar la imatge corporativa amb la creació de la marca TEN

**Acció 1.1:** Crear i implantar una nova imatge corporativa

#### Objectiu 2.- Situar el túnel en el mapa com a punt estratègic de comunicació entre França-Andorra-Espanya i millorar la senyalització viària d'aproximació.

**Acció 2.1:** Definició i creació de la pàgina web corporativa

**Acció 2.2:** Millorar la senyalització viària

#### Objectiu 3.- Apropar el TEN al gran centre neuràlgic d'activitat de les Valls d'Andorra

**Acció 3.1:** Definició del document de negociació de màrqueting promocional

**Acció 3.2 = 2.1:** Definició i creació de la pàgina web corporativa

**Acció 3.3:** Edició i distribució de fulletons divulgatius

**Acció 3.4:** Intervenció en els mitjans de comunicació per tal de donar a conèixer a la societat de l'àmbit de les Valls d'Andorra la nova direcció estratègia de l'empresa d'acord amb els objectius del Pla d'Imatge i Comunicació

Objectiu 4.- Conèixer el comportament qualitatiu del “target” potencial i possibilitar la interacció amb els usuaris del TEN

**Acció 4.1:** Realització d'enquestes qualitatives adreçades als usuaris actuals i potencials del TEN

**Acció 4.2 = 2.1:** Definició i execució de la pàgina web corporativa

Objectiu 5.- Promoure instal·lacions de suport, refugi i atracció a l'entorn del TEN.

**Acció 5.1:** Plantejament d'una proposta d'Àrea de Serveis a l'entorn del TEN

Objectiu 6.- Obtenir suport reconeixement institucional.

**Acció 6.1:** Definició i posta en marxa del Decret de reducció tarifàrica pels residents i treballadors del Pas de la Casa

**Acció 6.2:** Organització d'una Jornada Tècnica sobre “Túnels d'alta muntanya” i “d'Anàlisi de les comunicacions entre França- Andorra i Espanya”

**Acció 6.3:** Participació en el Congrés ITS del 2 al 4 de juny de 2009

**Acció 6.4:** Recolzament al Govern d'Andorra en l'organització del Congrés de Vialitat hivernal del 2014

Objectiu 7.- Establir una autèntica dinàmica de comunicació dels objectius descrits.

**Acció 7.1:** Seguiment, revisió i actualització de la pàgina web

**Acció 7.2=3.4:** Intervenció en els mitjans de comunicació per tal de donar a conèixer a la societat de l'àmbit de les Valls d'Andorra la nova direcció estratègia de l'empresa d'acord amb els objectius del Pla d'Imatge i Comunicació

Definides les accions per tal de complir amb els objectius del Pla d'Imatge i Comunicació 2009/2010, caldrà fer-ne el seguiment de les mateixes amb el comparatiu entre els resultats obtinguts a la fi del període de vigència del Pla (1er trimestre 2011) i els resultats esperats a l'inici del mateix (1er trimestre 2009, sense perjudici de que puguin realitzar-se mecanismes previs de revisió durant el termini d'execució del Pla i que sens dubte han de servir per determinar la millor manera d'enfocar la continuïtat en l'estratègia de comunicació del TEN

Grau Roig, març de 2009

TÚNEL D'ENVALIRA S.A.



## **PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/2010**

### **FITXER: DESCRIPCIÓ DE LES ACCIONS**



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

1.1

**OBJECTIU: Potenciar la imatge corporativa amb la creació de la marca TEN**

**ACCIÓ 1.1:** [Crear i implantar una nova imatge corporativa](#)

Justificació i oportunitat:

Després de 7 anys d'exploració del túnel es fa necessari potenciar la imatge corporativa dissenyant un logo nou, però conservant tots els seus atributs per poder projectar una lectura més fàcil i per poder implantar-la a tots els elements (senyalètica en la vestimenta, cabines, maquinària, retolació d'instal·lacions...)

Es tracta de cercar una imatge que permeti una identitat de major impacte i recordació

Descripció:

El nou logo ha de gaudir d'una codificació més actual que pugui identificar-se fàcilment

S'haurà de crear una normativa d'implantació de la nova marca per a tots els elements de l'empresa

S'haurà de comptar amb l'assessorament d'un equip expert en imatge i comunicació

El termini establert entre la fase de creativitat i d'implantació ha de ser de 6 mesos, és a dir finalitzar al 4art trimestre de 2009



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

2.1= 3.2 = 4.2

**OBJECTIU:** Situar el túnel en el mapa com a punt estratègic de comunicació entre França-Andorra-Espanya i millorar la senyalització viària d'aproximació

**ACCIÓ 2.1=3.2=4.2:** [Definició i creació de la pàgina web corporativa](#)

Justificació i oportunitat:

Resulta evident que avui en dia amb l'avenç de les tecnologies de la informació i comunicació així com amb la globalització i molt significativament per aquelles empreses que precisen pel seu desenvolupament del gran públic (target d'usuaris actuals i potencials del TEN), es necessari definir una eina d'informació i d'interacció que no és altre que la d'una pàgina web corporativa

Descripció:

S'ha de crear una pàgina web amb un disseny innovador, modern i alhora funcional i corporativa que s'identifiqui amb l'estructura bàsica de les concessionàries del grup.

La web haurà de gaudir de continguts útils i rellevants per l'usuari del TEN, haurà de definir un territori sobre el que pivoti tota la comunicació del TEN

Desenvoluparà un pla de tràfic que en garanteixi el seu ús.

Serà una finestra divulgativa del màrqueting promocional del TEN amb contingut dinàmic.

La pàgina web haurà d'estar totalment operativa pel desembre 2009, coincidint amb la temporada d'esqui d'hivern.

Serà desenvolupada per una Agència de publicitat de reconeguda experiència a l'àmbit de treball

**OBJECTIU:** Situar el túnel en el mapa com a punt estratègic de comunicació entre França-Andorra-Espanya i millorar la senyalització viària d'aproximació

### **ACCIÓ 2.2:** Millorar la senyalització viària

Justificació i oportunitat:

D'ençà la seva inauguració a l'any 2002, no s'ha revisat ni actualitzat, ni tan sols s'ha restaurat la senyalització d'aproximació del túnel.

Es fa necessari una revisió del conjunt de les senyals informatives i de direcció, coordinant-les amb la resta de senyals viàries del Govern d'Andorra i França.

Alhora es definiran nous panells corporatius d'acord amb la senyalètica de l'actual Pla d'Imatge i Comunicació

Descripció:

Treball de definició conjunt que desenvoluparan l'equip tècnic de la concessionària en coordinació amb tots els agents implicats: Govern d'Andorra, de França i el Comú d'Encamp, durant el 3er trimestre de 2009 per tal de que pugui implantar-se (en una 1<sup>a</sup> etapa de millora d'urgència) en la temporada de major afluència de trànsit de l'hivern 2009/2010



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

3.1

**OBJECTIU:** Apropar el TEN al gran centre neuràlgic d'activitat de les Valls d'Andorra

**ACCIÓ 3.1:** Definició del document de negociació de màrqueting promocional

Justificació i oportunitat:

Un dels objectius bàsics del Pla d'imatge i Comunicació és el de poder "rebutjat" per sempre el concepte preestablert, en els primers anys d'explotació, de que el túnel és un element físic i estàtic que es troba molt allunyat del centre lúdic de les Valls d'Andorra i a la cota 2000.

D'aquesta manera s'engegaran accions de màrqueting promocional amb entitats públiques i privades del país per tal d'apropar-lo a la societat civil andorrana

El document de negociació haurà d'estar definit durant el 2on trimestre de 2009

Descripció:

El document de negociació ha de servir per establir les bases per futures col·laboracions promocionals entre el TEN i l'entitat interessada repartida en tres sectors (esportiu, salut i descans i oci -shopping) des de l'òptica d'utilitzar totes les sinèrgies que es presentin oferint avantatges comercials i força competitives per ambdues parts

El document tindrà un primer apartat descriptiu del túnel com a primer valor no només de facilitat d'accessibilitat al Principat si no també representatiu de la variada oferta turística que es pot gaudir en el país



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

3.3

**OBJECTIU:** Apropar el TEN al gran centre neuràlgic d'activitat de les Valls d'Andorra

**ACCIÓ 3.3:** Edició i distribució de fulletons divulgatius

Justificació i oportunitat:

Els fulletons divulgatius estableixen un diàleg d'apropament entre l'usuari i el TEN  
No s'ha realitzat mai en tota la història del túnel cap intent d'interacció

Descripció:

Amb un disseny i un llenguatge de comunicació molt directe, es tracta d'informar a l'usuari d'aspectes rellevants del TEN (nova imatge, avantatges amb promocions...)

El format podria ser d'un díptic amb imatges i esquemes gràfics de fàcil comprensió.

S'estableixen tres períodes de contacte:

1º Estiu 2009- Comunicació nova imatge i marca del TEN

2º Nadal 2009- Avantatges per màrqueting promocional. Informació sobre la nova pàgina web

3º- Estiu 2010- Avantatges per nou màrqueting promocional.



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

3.4=7.2

**OBJECTIU:** Establir una autèntica dinàmica de comunicació actualitzada en el temps dels objectius descrits.

**ACCIÓ 3.4=7.2:** Intervenció en els mitjans de comunicació per tal de donar a conèixer a la societat de l'àmbit de les Valls d'Andorra la nova direcció estratègica de l'empresa d'acord amb els objectius del Pla d'imatge i Comunicació

Justificació i oportunitat:

El propi Pla d'imatge i Comunicació a mesura que vagi desenvolupant les accions que li donen contingut per tal d'assolir els objectius, precisa d'una externalització a manera de presentació a la societat amb detall dels resultats que es vagin assolint  
En funció del grau de desenvolupament assolit es preveu un primer contacte amb els mitjans durant la temporada d'hivern 2009/2010

Descripció:

Es tracta d'organitzar una Roda de Premsa que convoqui als mitjans de comunicació per informar de les accions realitzades sota la nova estratègia del TEN  
La Roda de Premsa podria substituir-se per la tramesa als mitjans d'un documentat Dossier de Premsa



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

4.1

**OBJECTIU: Conèixer el comportament qualitatiu del “target” potencial i possibilitar la interacció amb els usuaris del TEN**

**ACCIÓ 4.1:** [Realització d'enquestes qualitatives adreçades als usuaris actuals i potencials del TEN](#)

Justificació i oportunitat:

Des de l'any 2002 no s'han realitzat enquestes a la població (usuaris o no del túnel) amb la fi de conèixer els factors qualitius que comporten el rebuig o elecció de pas pel túnel

És important conèixer també l'efecte de la tarifa reduïda per als residents i treballadors del Pas de la Casa d'implantació al 1er trimestre de 2009

S'estableixen dos períodes d'enqüestació coincidint amb l'estació hivernal d'esqui 2009 i l'estiu 2010

Descripció:

El treball consisteix en conèixer els aspectes qualitius de l'usuari actual i potencial del túnel que ajudin a clarificar el seu comportament davant la utilització o no del túnel.

Especial rellevància en el procediment de recollida de dades, fiabilitat i metodologia d'explotació dels resultats



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

5.1

**OBJECTIU:** Promoure instal·lacions de suport, refugi i atracció a l'entorn del TEN

**ACCIÓ 5.1:** Plantejament d'una proposta d'Àrea de Serveis a l'entorn del TEN

Justificació i oportunitat:

Es tracta de crear a les instal·lacions actuals del túnel d'Envalira una zona d'Àrea de Serveis ubicada a l'entorn immediat d'una de les dues boques per tal de disposar d'una benzinera, un mini mercat i un mòdul de cafeteria –restaurant així com d'altres activitats puntuals i/o estacionals relacionades amb la informació i el turisme a les Valls d'Andorra

D'aquesta manera es podria disposar d'un punt servei i refugi a la cota 2000 d'atenció a l'usuari del TEN, especialment en èpoques de climatologia adversa.

Actualment hi ha de mitja uns 1600 vehicles/ dia que representa, no arriba al 35% del tràfic total del corredor Port + Túnel.

La nova àrea de serveis s'entén com un motor que generarà atracció pels actuals i futurs usuaris del TEN

El document ha d'estar definit en el tercer trimestre de 2009 per tal de poder distribuir-los a les administracions implicades i Govern i Comú d'Encamp

Descripció:

La implantació i futura explotació de la nova Àrea de Serveis es realitzarà conjuntament amb el Comú d'Encamp qui participarà en la definició del projecte des del seu origen i gaudirà d'un equipament que serà el 1er que es trobaran els visitants del Principat des de França.



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

6.1

**OBJECTIU:** Obtenir reconeixement institucional.

**ACCIÓ 6.1:** [Definició i posta en marxa del Decret de reducció tarifària pels residents i treballadors del Pas de la Casa](#)

Justificació i oportunitat:

Es tracta de fer realitat una antiga aspiració dels residents i treballadors del Pas de la Casa agraviats comparativament amb els altres ciutadans de les Valls en el sentit de reduir les tarifes (en un principi en un 50%) del peatge de pas pel túnel.

Descripció:

Definició precisa i simplificada del document de petició de la reducció tarifària amb els mecanismes de control i fiabilitat necessaris



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

6.2

**OBJECTIU: Obtenir reconeixement institucional**

**ACCIÓ 6.2:** Organització d'una Jornada Tècnica sobre "Túnels d'alta muntanya" i "d'Anàlisi de les comunicacions entre França- Andorra i Espanya"

Justificació i oportunitat:

És un fet que el Túnel d'Envalira com infraestructura civil no és conegut. L'oportunitat d'una acció com la proposada respon:

- Donar a conèixer les qualitats tècniques i de disseny del Túnel d'Envalira
- Implicar a l'Administració andorrana a través del Ministeri d'Ordenació Territorial com a entitat co-organitzadora en el context de la Comissió d'Infraestructures i Comunicacions del Consorci de la CTP (Comunitat de Treball dels Pirineus)
- Donar a conèixer altres projectes de característiques similars a Europa
- Acció de valor afegit en la motivació de l'equip tècnic del TEN

La Jornada Tècnica pot programar-se durant el primer trimestre de 2011 coincidint amb l'estació hivernal

Descripció:

L'organització i direcció d'una Jornada Tècnica d'aquestes característiques implica una tasca prèvia de definició de continguts, coordinació del quadre de professors, logística i difusió adequada.

La iniciativa pot comptar amb el suport del Govern d'Andorra molt donat a manifestar-se i projectar-se a l'exterior mitjançant aquests tipus d'events i en el context de la CTP Comunitat de Treballs dels Pirineus, concretament de la Comissió d'Infraestructures i Comunicacions



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

6.3

**OBJECTIU:** Obtenir reconeixement institucional.

**ACCIÓ 6.3:** [Participació en el Congrés ITS \(Intelligence Transport System\) del 2 al 4 de juny de 2009](#)

Justificació i oportunitat:

La presència de la concessionària Túnel d'Envalira, S.A, es considera rellevant per tal d'assolir l'objectiu encapçalat de reconeixement institucional, tota vegada que membres del Govern, de l'Agència de Mobilitat i de la Subdirecció General d'Ordenament Territorial hi seran presents com a ponents i/o moderadors.

Descripció:

Preparació d'una ponència tècnica en relació al sistema assistit per ordinador de control i seguiment del manteniment del Túnel d'Envalira



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

6.4

**OBJECTIU: Obtenir reconeixement institucional.**

### **ACCIÓ 6.4:** [Recolzament al Govern d'Andorra en l'organització del Congrés de Vialitat hivernal del 2014](#)

Justificació i oportunitat:

El Govern d'Andorra té moltes possibilitats de resultar guanyador en l'elecció de país organitzador del proper Congrés de Vialitat Hivernal del 2014

El TEN ha estat sempre present en el recolzament d'aquest tipus d'events que sens dubte rebundarà en propi benefici pel ressò i poder de convocatòria del mateix

Descripció:

S'haurà d'anar perfilant el tipus de col·laboració necessària tant de tipus tècnic com de possible esponsorització econòmica i/o possiblement en l'assistència al Congrés de Quebec 2010 on s'oficialitzarà el país d'Andorra com la nova seu organitzadora del Congrés a l'any 2014

D'altra banda es preveu assistir al V Simposi de Túnel del 24 al 25 de febrer de 2010 a Bilbao organitzat per l'Associació Tècnica de Carreteres



## PLA D'IMATGE I COMUNICACIÓ 2009/ 2010

7.1

**OBJECTIU:** Establir una autèntica dinàmica de comunicació actualitzada en el temps dels objectius descrits.

**ACCIÓ 7.1:** Seguiment, revisió i actualització de la pàgina web

Justificació i oportunitat:

L'esforç d'innovació realitzat en la creació de la nova pàgina web corporativa amb la incorporació dinàmica dels partners institucionals i privats implica necessàriament establir mecanismes de revisió i actualització per tal de xequer d'una banda el funcionament de la pàgina i per tal d'introduir noves ofertes promocionals d'altre  
Comptant que la pàgina web comenci a funcionar al desembre de 2009, es programa un seguiment per a cadascun dels trimestres del 2010

Descripció:

Treball efectiu sobre la proposta "on line" de la pàgina web per l'equip creatiu autor de la mateixa