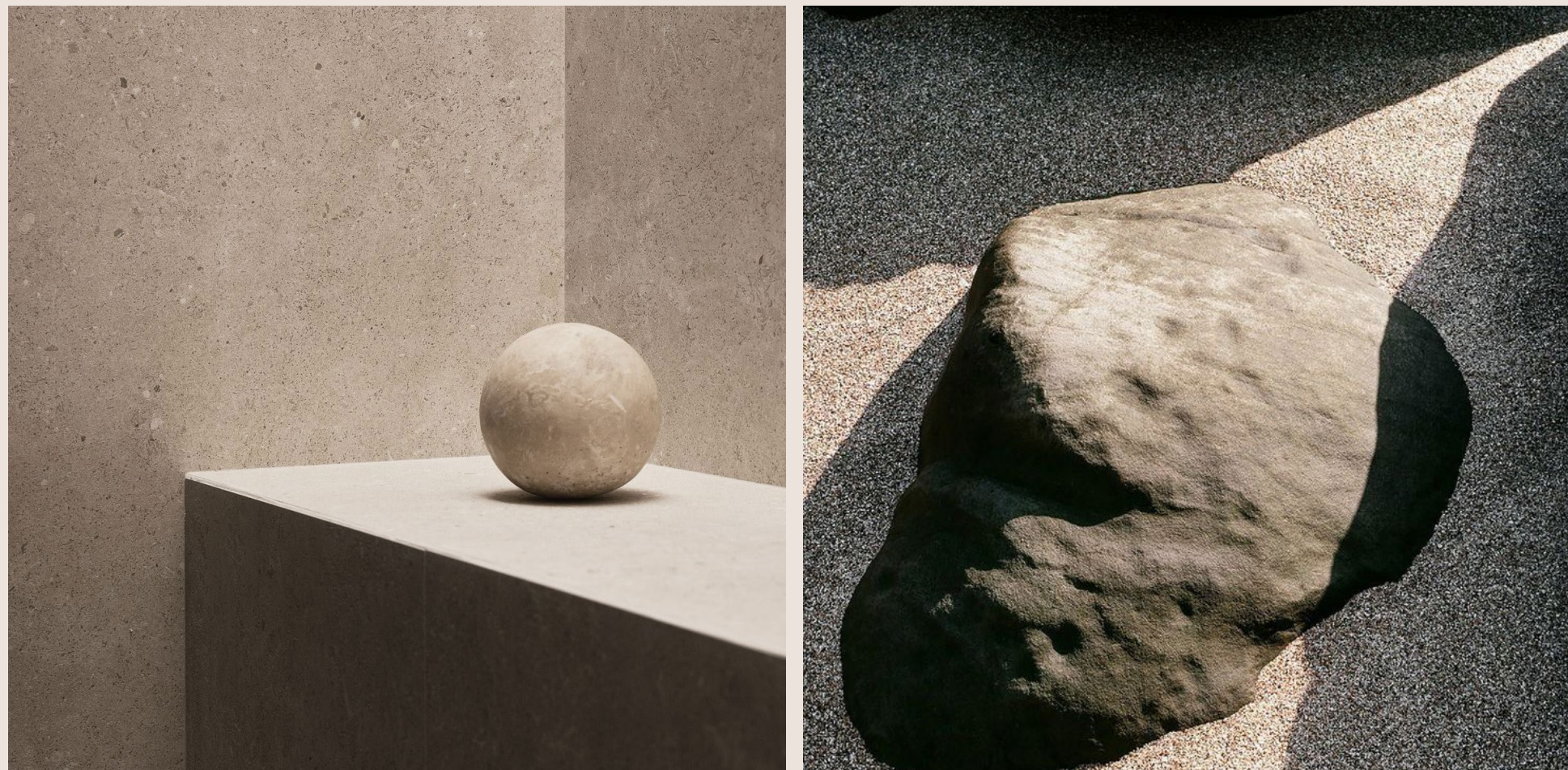


XTONE

PREMIO ANUARIA A LA MEJOR APLICACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Toda marca nace de un proyecto.
Pero son muy pocas las que
consiguen hacerlo **trascender**.



La firma Xtone nació para apostar por la tecnología, la innovación y la calidad de sus materiales. Una firma construida por y para la excelencia técnica.

Pero el paradigma actual ha cambiado. La estética ya no diferencia del todo. La calidad material es algo que ya se da por hecho en vuestro segmento de mercado. Y la tecnología, a nivel de percepción de usuario, está equilibrada entre competidores.

Hoy, la diferencia radica en lo que una marca significa y aporta al consumidor.

Hasta ahora,
Xtone ha hablado
desde la **técnica**.
Y en esa precisión, es
donde puede diluirse
la **emoción**.



01.

Relato propio

La marca ha crecido bajo el paraguas del Grupo Porcelanosa, y para alcanzar nuevos canales necesita crear un organigrama de valores y storytelling propio.



02.

Evolucionar la marca

La técnica ya no es aquello puramente diferenciador.

El objetivo no es abandonar ese posicionamiento, sino trascenderlo.

Pasar de ser una marca impecable en cuanto a técnica, a una marca aspiracional que inspira, emociona y posiciona.



03.

Humanización

Acercar la marca a las personas, sin renunciar a su posicionamiento premium y técnico.

Menos distancia, más conexión, pero con el mismo nivel de exigencia.



04.

Partner Estratégico

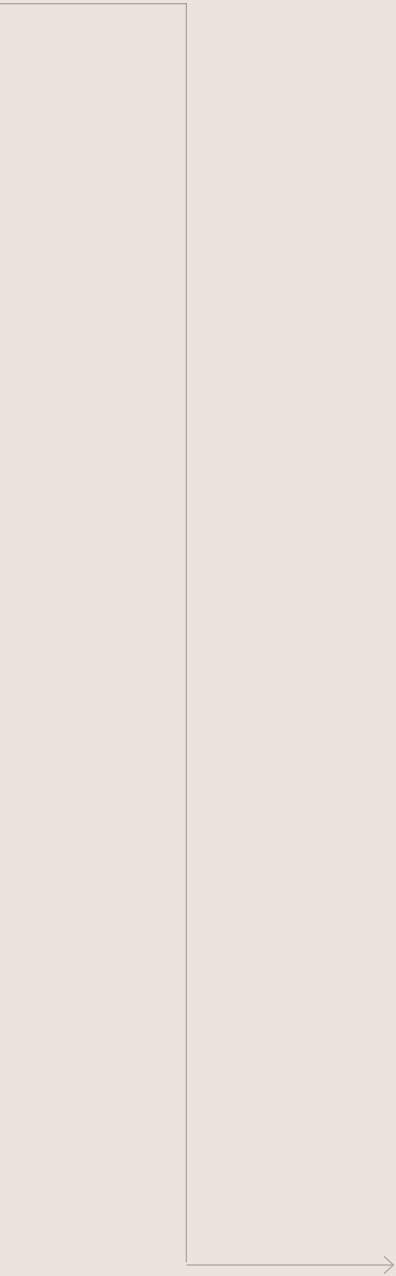
Convertir a Xtone, como socio creativo y partner estratégico de arquitectos e interioristas en el canal prescriptor.

Pasando de ser un mero proveedor de soluciones constructivas, a una marca que inspira, aporta criterio y acompaña, como un maestro.



We are moving
from **functional** brand.

- Usabilidad
- Rendimiento
- Calidad / Precio
- Eficiencia
- Experiencia



- Propósito
- Conexión emocional
- Identificación
- Relevancia cultural
- Autenticidad
- Storytelling

to meaningful brand.

Un ejercicio de
reposicionamiento
de marca, que revela,
verbaliza y visualiza su
verdadera esencia.



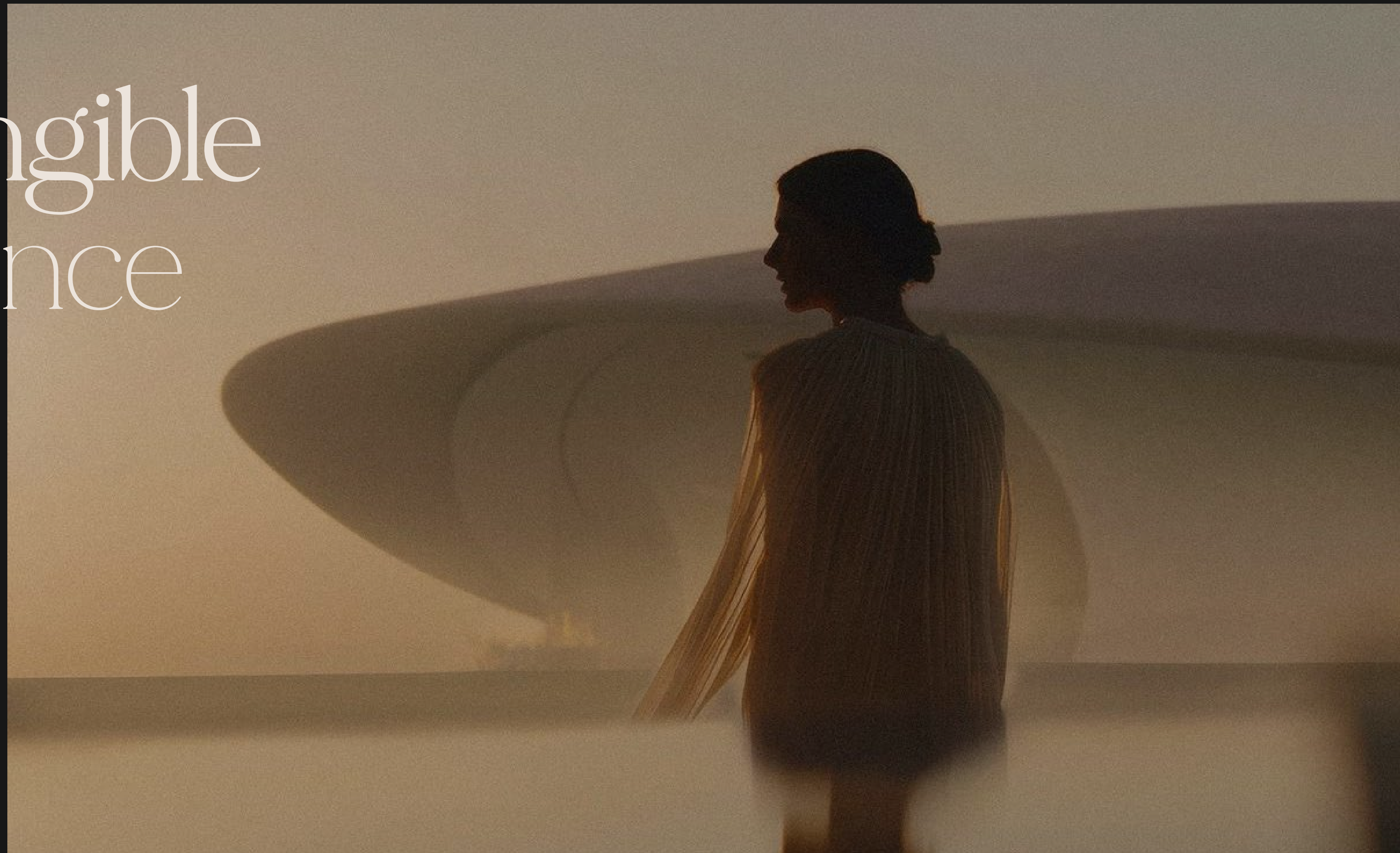
Intangible Essence

Durante años, la arquitectura se ha explicado desde lo tangible: la forma, la geometría, la proporción.

Pero la verdadera esencia de un espacio no se construye desde lo tangible.

Hay una capa más profunda. Más sutil. Más difícil de describir. Más experiencial.

Aquellos intagibles que no se ven a simple vista, pero que son capaces de cambiarlo todo. Y es ahí, en esa percepción tan humana donde aflora el verdadero valor.



A close-up photograph of a person's hand with a ring on the ring finger, gently touching a rough, textured wall. The lighting is dramatic, casting a long, dark shadow of the hand and arm onto the wall. The background is dark and out of focus.

Sensory Experience

Un espacio no se recuerda por sus dimensiones. Se recuerda por cómo se percibe. Por cómo se habita. Por cómo nos hace sentir. Incluso casi sin ser conscientes de ello.

Y es en ese punto, donde la arquitectura deja de ser construcción y empieza a convertirse en algo puramente experiencial y sensorial capaz de transmitir calma y bienestar.

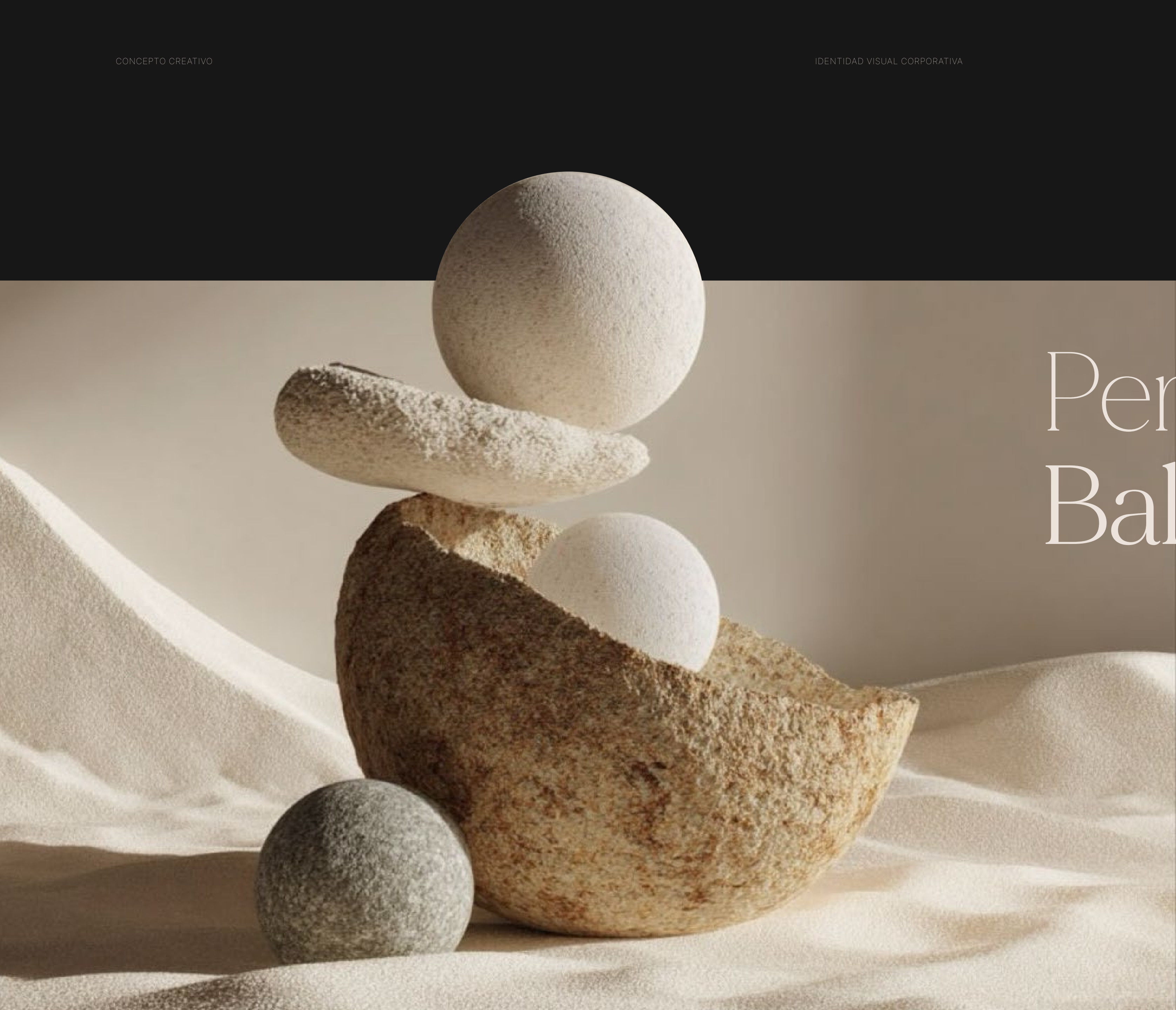
Visionary Brand

XTONE ya tiene todo lo necesario para ser una gran marca. Solo necesita elevar su lenguaje.

Hoy no presentamos solo un rediseño de marca. Presentamos una evolución. Lo llevamos a un territorio más culto, sensible y creativo. Más cercano al mundo del diseño. Y más alejado de la frialdad técnica.

Una forma de entender la marca más alineada con el presente y con lo que actualmente demanda el consumidor.





Perfect Balance

Reposicionando a la marca en punto muy preciso. Un punto de encuentro entre lo exclusivo y lo accesible.

Una marca que mantiene su carácter y su nivel de diseño premium con la misma exigencia, pero que se abre a una nueva forma de relacionarse con su público, humanizando el logotipo pero desde la sofisticación.

Beyond

CONCEPTO CREATIVO

Beyond Surfaces no es solo un concepto creativo, es una declaración estratégica que marca un punto de inflexión en la evolución de XTONE.

Beyond Surfaces introduce una nueva capa de valor: la intangible. Aquella que no se mide en prestaciones, sino en percepción. En cómo un espacio se siente.

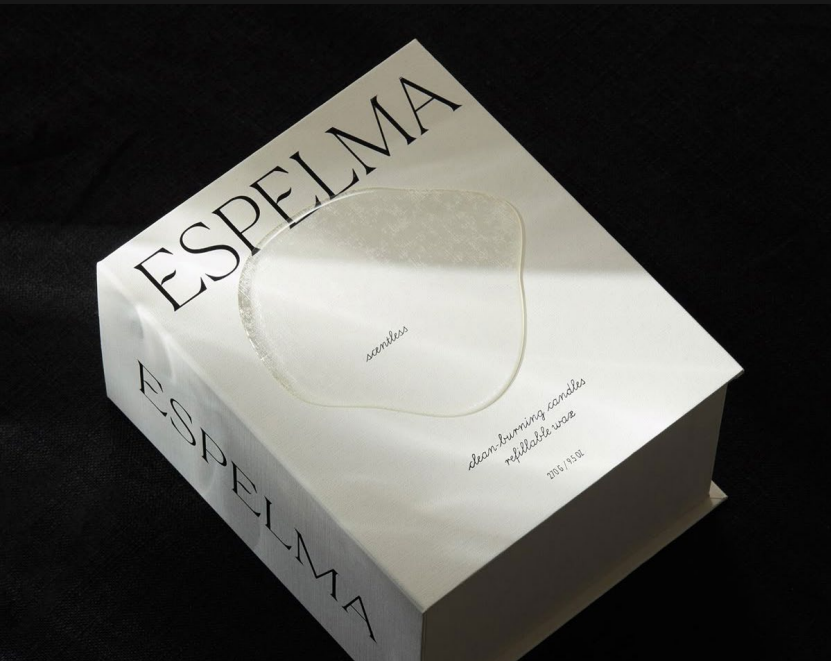
XTONE deja de entenderse únicamente como superficie técnica para posicionarse como un partner estratégico.

No se trata de humanizar el producto desde lo superficial, sino de reconocer que la técnica, cuando alcanza cierto nivel de excelencia, deja de ser el fin para convertirse en el medio.

El medio para generar atmósferas, aportar sensibilidad y dotar de carácter a los espacios.

Desde este razonamiento, XTONE abandona un discurso centrado en el producto para construir uno basado en las emociones. Un relato con mayor recorrido, más transversal y con mayor capacidad de conexión con el público final.

Surfaces



En esta nueva identidad, la "X" evoluciona. Deja de ser un elemento estructural robusto y aislado, para fusionarse de forma natural dentro del conjunto, formando un bloque corporativo contundente y elegante, que incorpora a su vez un gesto sutil de conexión entre la "x" y la "t".

Un gesto que representa la unión entre diseño y tecnología, servicio y garantía, innovación y sostenibilidad, emoción y técnica.

Un guiño que le aporta flexibilidad, dinamismo, sensibilidad y fluidez, dando vida al logotipo y humanizando la marca.

El resultado es una marca que mantiene su rigor y su exigencia técnica, pero que ahora es capaz de construir un vínculo más relevante y emocional. En esa dualidad —casi bicéfala— habita la nueva marca.

El nuevo lenguaje visual responde directamente a esta evolución. La introducción de una tipografía con serifa desplaza la marca hacia un territorio más editorial y cultural, alineado con el universo en el que realmente opera.

No se trata de estilizar la marca, sino de redefinirla en el punto exacto hacia un registro más sofisticado, capaz de dialogar con arquitectos e interioristas desde un lugar de mayor afinidad cultural, pero también de mayor cercanía con el consumidor final.





X + T

Integración de la "X" dentro
del bloque corporativo

$X+T$

XT

XT

nr



XTONE

XTONE

Beyond Surfaces

XTONE

Beyond Surfaces

XTONE

PORCELANOSA Grupo

XTONE

PORCELANOSA Grupo

XT

XT

XT

XTONE

XT

XTONE

XT

PORCELANOSA Grupo

XT

PORCELANOSA Grupo

XTONE

RUTH ROS
MARKETING MANAGER

PORCELANOSA Grupo

+34 6345 978 793
ruth.ros@xtone-surface.com

Ctra. Nacional 340 km. 54 • 12540
Vila-real • Castellón • España



XTONE



TIPOGRAFÍAS

Aa

INTER SANS

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa

IVY JOURNAL

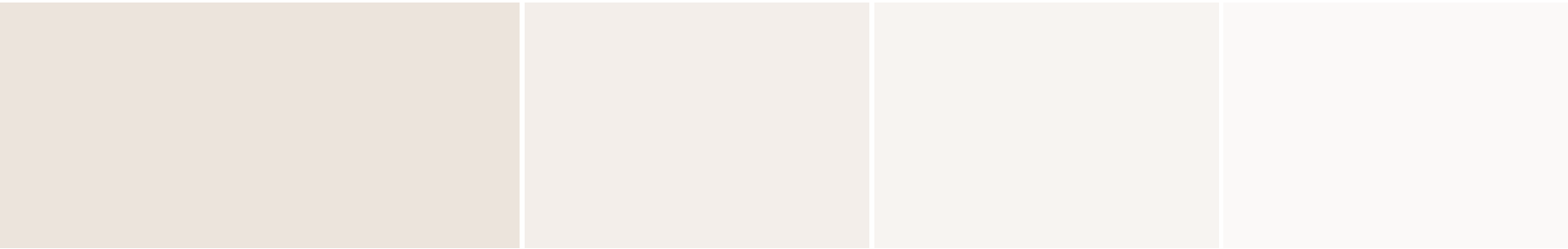
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

PALETA CROMÁTICA



BLACK
RGB 23 23 23
CMYK 77 68 61 85
HTML #171717



SOFT WHITE
RGB 231 228 219
CMYK 11 9 16 0
HTML #e7e4db

X-TONE