LIKA

Real Estate

BRAND GUIDELINES

BRANDBOOK

VERSIONI 1.0 · 2026

00 LIKA PËRMBAJTJA

Ky udhëzues përcakton rregullat për përdorimin korrekt dhe konsistent të identitetit vizual të LIKA në çdo pikë kontakti – nga kartvizita deri te fasada, faqja web dhe rrjetet sociale.

01 **HYRJE** — Misioni, vizioni dhe vlerat e markës — 03

02 **KONCEPTI** — Ideja pas simbolit dhe elementeve — 04

03 **LOGOJA** — Konstruksioni, hapësira, variantet, ngjyrat, gabimet — 05

04 **NGJYRAT** — Paleta kryesore, gradienti dhe paletat alternative — 11

05 **TIPOGRAFIA** — Familjet e shkronjave dhe hierarkia — 14

06 **ELEMENTET GRAFIKE** — Motivi i markës dhe ikonografia — 16

07 **MATERIALET E ZYRËS** — Kartvizita, letra me kokë, zarfi, badge, fletushka — 17

08 **SINJALISTIKA** — Fasada dhe orientimi — 20

09 **DIGJITALE** — Faqja web dhe rrjetet sociale — 21



MISIONI

LIKA Real Estate është markë e besueshme në tregun e pasurive të paluajtshme. Dy kokat e luanëve të pasqyruara simbolizojnë forcë, mbrojtje dhe partneritet – vlerat që një klient kërkon kur investon në shtëpinë apo pronën e tij.

VIZIONI

Të jemi emri referues në fushën e pasuri të paluajtshme në Shqipëri dhe në rajon – një markë e njohur për besim, forcë dhe transparencë, që klientët e zgjedhin dhe e rekomandojnë me besim.

VLERAT E MARKËS

BESIM
Parimi që udhëheq çdo vendim tonin.

FORCË
Standardi që premtojmë në çdo kontakt.

TRANSPARENCË
Mënyra si kujdesemi për çdo klient.

PARTNERITET
Ajo që e bën markën të veçantë.

PERSONALITETI

Solid · I besueshëm · Profesional

Dy **koka luanësh** në profil, të pasqyruara simetrikisht, formojnë një emblemë në formë hyrjeje – si dy kolona që ruajnë portën e një shtëpie. Ngjyra bronz/ari mbi to dhe blu e fortë e emrit "**LIKA**" e "**Real Estate**" krijojnë kontrast mes trashëgimisë dhe besueshmërisë.



A
EMRI
LIKA

B
EMBLEMA
Dy luanët

C
PËRSHKRIMI
Real Estate

FORMA

Emri – LIKA · Emblema – Dy luanët · Përshkrimi – Real Estate

NGJYRAT

Ngjyrat origjinale të logos: Blu Lika, Bronz Luani. Ato nuk ndryshohen në versionin zyrtar.

SHKRIMI

Arial Black / Helvetica Black për emrin dhe titujt, Verdana / DejaVu Sans për tekstet mbështetëse.

LOGOJA KRYESORE



PËRSHKRIMI

Logoja kryesore e LIKA përbëhet nga emri, emblema, përshkrimi. Elementet kanë marrëdhënie të fiksuar dhe nuk duhen ndarë, rivendosur apo rivizatuar.

KUR PËRDORET

Ky është versioni i preferuar dhe përdoret sa herë që hapësira e lejon: dokumente zyrtare, sinjalistikë, faqe web, materiale promovuese dhe komunikim institucional.

KONSTRUKSIONI

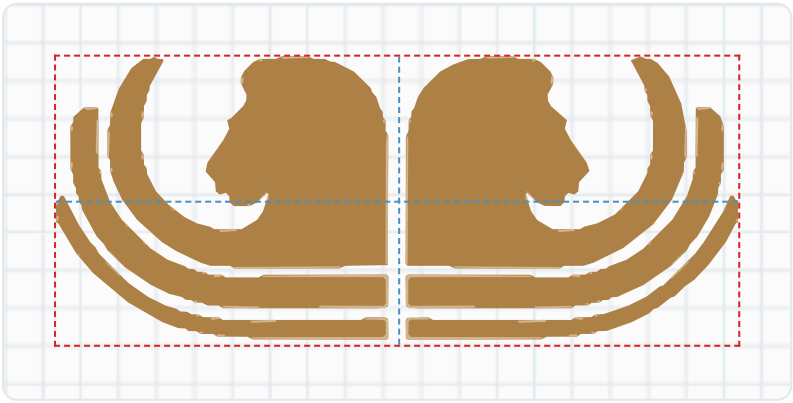
Proporcionet e logos bazohen në lartësinë e saj (**H**). Kjo njësi përdoret për të përcaktuar hapësirën mbrojtëse, madhësitë dhe shkallëzimin e logos në çdo format.



H
Lartësia e logos – njësia bazë

X = ¼ H
Hapësira mbrojtëse minimale

W ≈ 1.26 H
Gjerësia totale e logos



SIMBOLI

Simboli ndërtohet brenda një drejtkëndëshi me raport **2.36 : 1**. Ai mund të përdoret i vetëm vetëm në formatet e vogla (ikonë, favicon, profil social).

Marrëdhëniet mes elementeve janë të fiksuara. Përdorni gjithmonë skedarët vektorialë origjinalë – mos e rivizatoni logon manualisht.

HAPËSIRA & MADHËSIA

HAPËSIRA MBROJTËSE

Rreth logos duhet të ruhet gjithmonë një hapësirë e lirë minimale e barabartë me **X** (¼ e lartësisë së logos). Asnjë tekst, imazh apo element grafik nuk duhet të hyjë në këtë zonë.



MADHËSIA MINIMALE

Për të ruajtur lexueshmërinë dhe detajet, logoja nuk duhet të riprodhohet më e vogël se masat e mëposhtme.



LOGOJA E PLOTË
Print: 20 mm · Ekran: 80 px



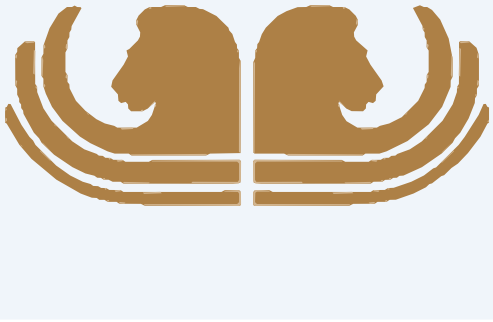
SIMBOLI
Print: 10 mm · Ekran: 32 px

VARIANTET E LOGOS

Përveç versionit kryesor, marka ka variante të dedikuara për formate të ndryshme. Zgjidhni variantin që përshtatet më mirë me hapësirën në dispozicion.



A – LOGOJA KRYESORE
Për shumicën e aplikimeve: dokumente, web, sinjalistikë.



C – SIMBOLI
Emblema e luanëve



B – IKONË / AVATAR
Për profile sociale, aplikacione dhe favicon.



C – NJË NGJYRË
Për gravurë, qëndisje, vula dhe print me një ngjyrë.

VERSIONET E NGJYRAVE

Logoja duhet të ketë gjithmonë kontrast të mjaftueshëm me sfondin. Versioni me ngjyra përdoret mbi sfonde të bardha ose shumë të çelura; versionet e kthyera përdoren mbi gradientin, ngjyrën kryesore ose sfonde të errëta.



NGJYRA E PLOTË
Sfond i bardhë – versioni i preferuar



MBI GRADIENTIN E MARKËS
Kopertina, postera, sinjalistikë



MBI SFOND TË ERRËT
Sfonde të errëta dhe fasada



E BARDHË MBI NGJYRËN KRYESORE
Uniforma, materiale promovuese



MONOKROME E ZEZË
Fax, faturë, printim me një ngjyrë



MONOKROME NË NGJYRËN KRYESORE
Gravurë, stampim, printim me një ngjyrë

PËRDORIMI I GABUAR

Për të ruajtur integritetin e markës, logoja nuk duhet të modifikohet në asnjë mënyrë. Shembujt e mëposhtëm tregojnë gabimet më të zakonshme që duhen shmangur.



MOS E SHTREMBËRONI
Ruani gjithmonë proporcionet.



MOS E RROTULLONI
Logoja qëndron gjithmonë horizontale.



MOS NDRYSHONI NGJYRAT
Përdorni vetëm versionet e miratuara.



MOS SHTONI HIJE APO EFEKTE
Pa hije, shkëlqim, 3D apo kontur.



MOS E ZËVENDËSONI FONTIN
Logotipi nuk rishkruhet me font tjetër.



MOS E ZBEHNI
Pa transparencë mbi logon.



MOS E VENDOSNI PA KONTRAST
Shmangni sfondet me ton të ngjashëm.



MOS E VENDOSNI MBI SFONDE TË NGARKUARA
Përdorni sfonde të qeta.



MOS E PRISNI
Logoja shfaqet gjithmonë e plotë.

NGJYRAT

04 PALETA KRYESORE

Ngjyrat kryesore janë marrë drejtpërdrejt nga logoja origjinale dhe janë thelbi i identitetit vizual. Ato përdoren në logo, tituj, elemente grafike dhe sfonde.

BLU LIKA

HEX #0058A4
RGB 0 · 88 · 164
CMYK 100 · 46 · 0 · 36

BRONZ LUANI

HEX #AD8046
RGB 173 · 128 · 70
CMYK 0 · 26 · 60 · 32

NGJYRAT DYTËSORE & NEUTRALE

Mbështesin paletën kryesore në tekste, sfonde dhe materiale të shtypura.

E BARDHË

HEX #FFFFFF
RGB 255 · 255 · 255
CMYK 0 · 0 · 0 · 0

KREM PRONE

HEX #F3EEE6
RGB 243 · 238 · 230
CMYK 0 · 2 · 5 · 5

GRAFIT

HEX #2B2B2B
RGB 43 · 43 · 43
CMYK 0 · 0 · 0 · 83

AKULL

HEX #F4F4F2
RGB 244 · 244 · 242
CMYK 0 · 0 · 1 · 4

Vlerat CMYK janë konvertime të përafërta. Për printim profesional verifikoni me provë ngjyre (proof).

04 NGJYRAT
GRADIENTI & PROPORCIONET

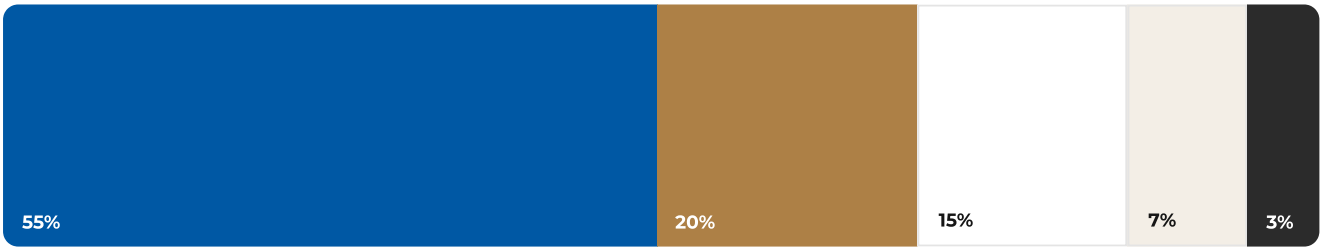
Gradienti i markës ndërtohet vetëm nga toni kryesor – nga një nuancë më e çelët drejt një nuance më të thellë. Përdoret në kopertina, banera, sfonde dhe butona.



#2973B3 · 0% #0058A4 · 55% #003E73 · 100%

PROPORCIONI I PËRDORIMIT

Për të ruajtur ekuilibrin vizual, ngjyrat përdoren afërsisht në këto raporte.



Blu Lika · Bronz Luani · E Bardhë · Krem Prone · Grafit

BUTONAT & THIRRJET PËR VEPRIM

GRADIENT

I LEHTË

I THELLË

04 NGJYRAT
PALETAT ALTERNATIVE

Paletat alternative ruajnë formën e logos dhe përdoren vetëm për fushata, nën-produkte, sezone ose evente specifike. Identiteti zyrtar mbetet gjithmonë paleta kryesore.



ALTERNATIVA 1

GJELBËR PRONE

Për vila, toka dhe projekte natyrale.

#1B5E20 #C9A227 #FFFFFF



ALTERNATIVA 2

ANTRACIT PREMIUM

Për prona luksoze dhe penthouse.

#263238 #B08D57 #F2F2F2



ALTERNATIVA 3

BORDO

Për fushata speciale dhe evente.

#7B1E2B #C8A165 #FFFFFF

FONTI I LOGOS & TITUJVE

ARIAL BLACK / HELVETICA BLACK

Fonti i logotipit. Përdoret për emrin e markës, titujt kryesorë dhe mesazhet e shkurtra me ndikim.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ÇË çë 0123456789 &@€!?

Black Aa

FONTI DYTËSOR & TEKSTI

VERDANA / DEJAVU SANS

Fonti mbështetës për nëntitujt, tekstin e vazhduar, dokumentet dhe ndërfaqet digjitale.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ÇË çë 0123456789 &@€!?

Regular Aa

Bold Aa

Fontet janë identifikuar vizualisht nga logoja. Shembujt në këtë dokument janë shfaqur me fontin më të afërt të disponueshëm (Archivo Black / DejaVu Sans); në materialet zyrtare përdorni fontin origjinal të emërtuar.

HIERARKIA TIPOGRAFIKE

Hierarkia e qartë tipografike e bën komunikimin të lexueshëm dhe të njohshëm. Përdorni madhësitë dhe peshat e mëposhtme si pikënisje për çdo material.

TITULLI H1
Arial Black / Helvetica Black · 32–48 pt

Prona jote, në duar të forta.

TITULLI H2
Verdana / DejaVu Sans · Bold · 18–24 pt

PASURI TË PALUAJTSHME

NËNTITULLI
Verdana / DejaVu Sans · Medium · 12–14 pt

Besim, forcë dhe transparencë në çdo detaj

ETIKETA
Verdana / DejaVu Sans · Bold · 8 pt · hapësirë 20%

LIKA · REAL ESTATE

TEKSTI
Verdana / DejaVu Sans · Regular · 9–11 pt · interlinja 150%

LIKA Real Estate është markë e besueshme në tregun e pasurive të paluajtshme. Dy kokat e luanëve të pasqyruara simbolizojnë forcë, mbrojtje dhe partneritet – vlerat që një klient kërkon kur investon në shtëpinë apo pronën e tij.

SHËNIMI
Verdana / DejaVu Sans · Regular · 7–8 pt

* Informacioni në këtë material mund të ndryshojë pa njoftim paraprak.

SHEMBULL THIRRJEJE PËR VEPRIM
NA KONTAKTONI SOT

REZERVO TANI

ELEMENTET GRAFIKE

06 MOTIVI & IKONOGRAFIA

Motivi i markës krijohet nga simboli i zmadhuar dhe i prerë, me transparencë të ulët. Ai u jep sfondeve thellësi pa e konkurruar logon.







IKONOGRAFIA

Ikona lineare me vijë 1.5 pt, këndë të rrumbullakosura dhe ngjyrë të vetme nga paleta kryesore.





KARTVIZITA

Formati 85 × 55 mm, letër mat 350 g/m². Ana e përparme mbart logon mbi gradientin e markës; ana e pasme përmban të dhënat e kontaktit mbi sfond të bardhë.





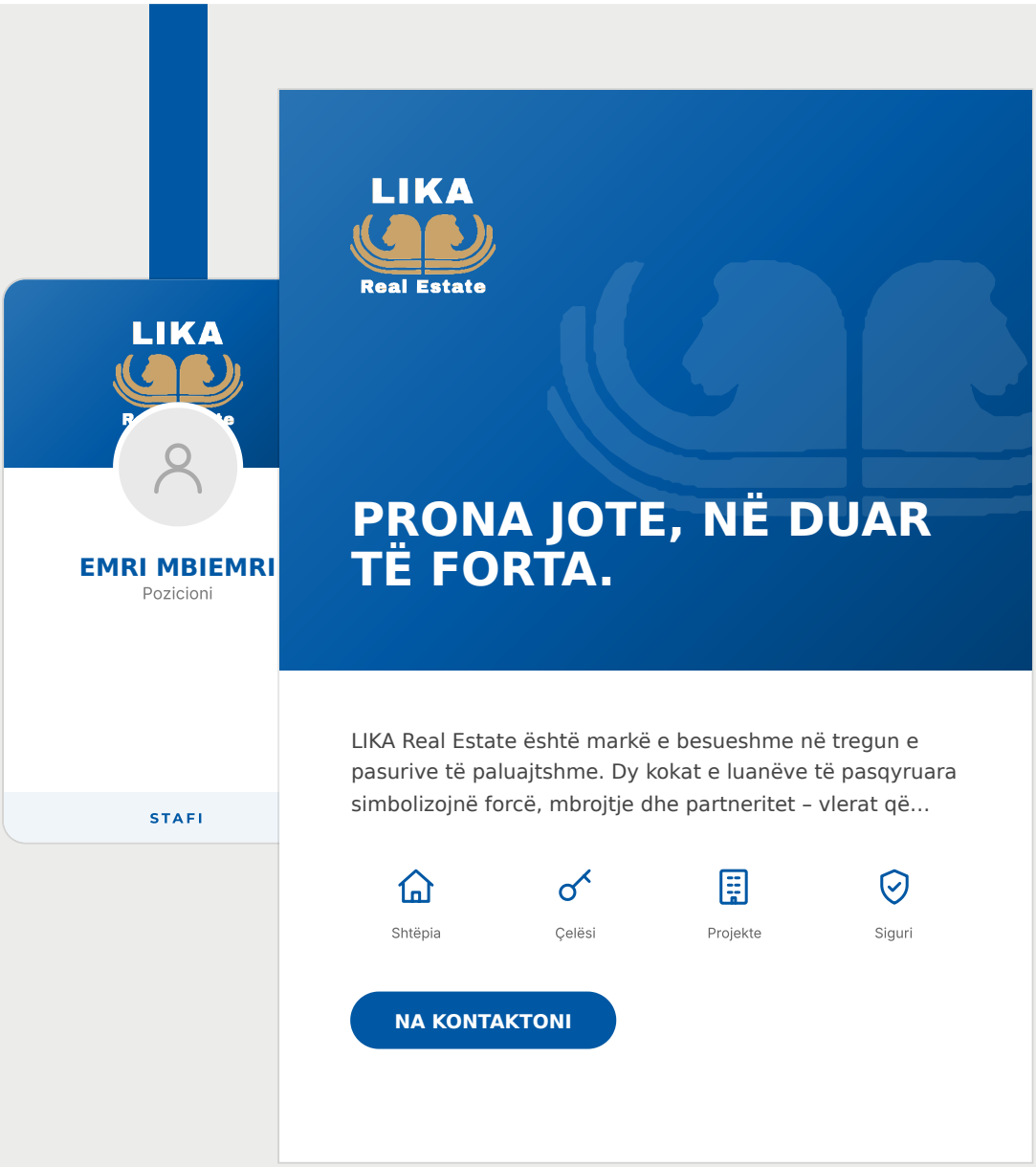
LETRA ME KOKË & ZARFI

Letra me kokë A4 dhe zarfi DL ndjekin të njëjtin rend: logoja lart majtas, të dhënat e kontaktit poshtë, shirit gradienti si element mbyllës.



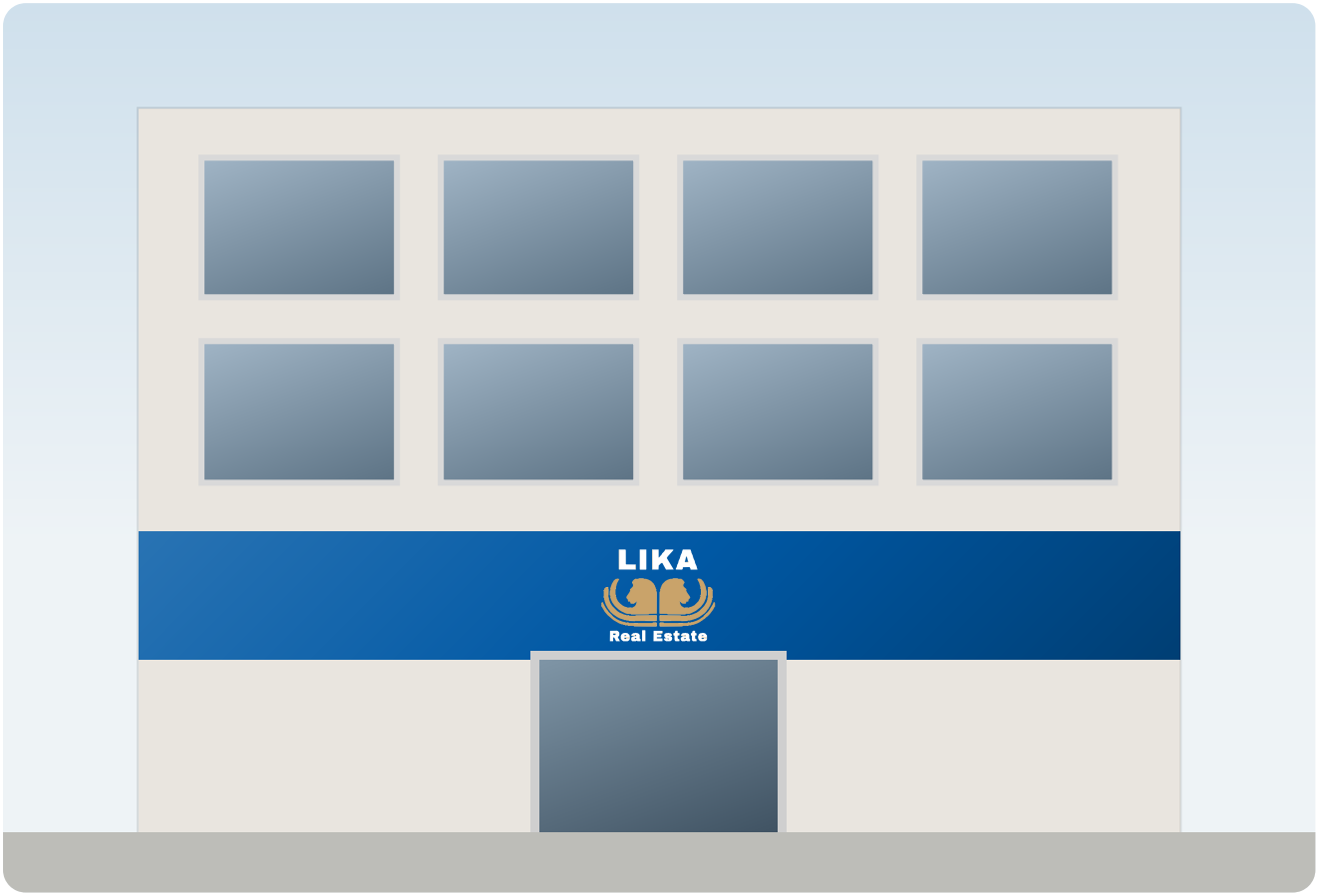
BADGE & FLETUSHKA A5

Badge-i i stafit (CR80, 54 × 86 mm) dhe fletushka A5 përdorin gradientin e markës si element dominues, me logon gjithmonë të qartë dhe të pa ndërprerë.



08 FASADA & ORIENTIMI

Në fasadë logoja vendoset në versionin e kthyer mbi një brez me ngjyrën e markës, me ndriçim të pasmë. Tabelat e orientimit ndjekin të njëjtën paletë dhe tipografi.





Tabelë drejtimi

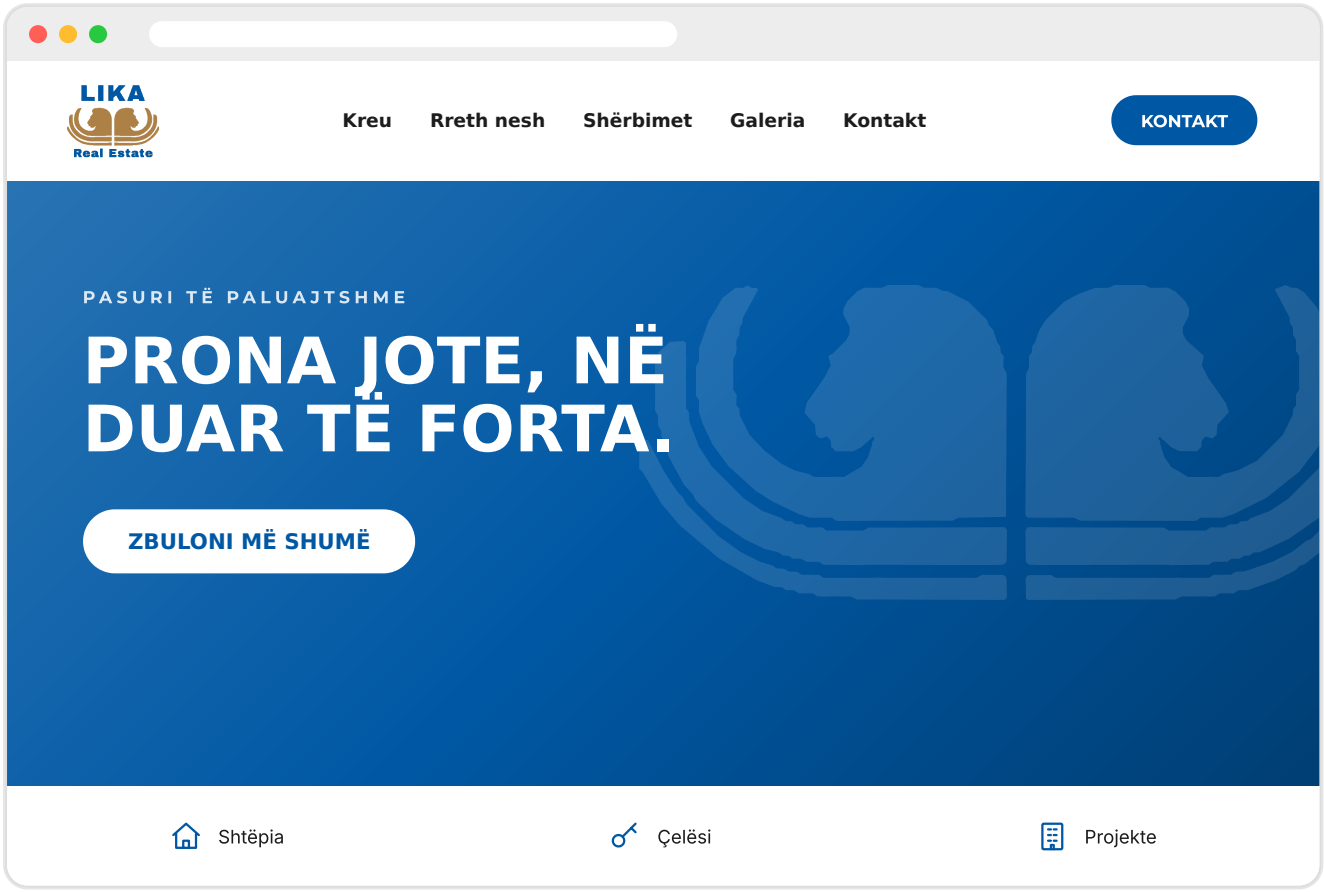


Tabelë kati



Tabelë dere

Në mjedisin digjital ruhen të njëjtat rregulla: logoja në kokë të faqes, gradienti si sfond i seksionit kryesor dhe tipografia e markës në tituj e butona.





Postim promocional



Postim informues



Postim institucional

LIKA

Real Estate

BRAND GUIDELINES

Pasuri të paluajtshme

© 2026 LIKA · TË GJITHA TË DREJTAT E REZERVUARA · VERSIONI 1.0