Unik Home

DESIGN & FURNITURE

BRAND GUIDELINES

BRANDBOOK

VERSIONI 1.0 · 2026

UNIK HOME

00 PËRMBAJTJA

Ky udhëzues përcakton rregullat për përdorimin korrekt dhe konsistent të identitetit vizual të Unik Home 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

HAPËSIRA QË TË PËRFAQËSOJNË.

Dizajn interieri & mobilieri

MISIONI

Unik Home sjell dizajn interieri dhe mobilie që bashkojnë funksionin me estetikën bashkëkohore. Marka flet me qetësi, saktësi dhe shije – çdo hapësirë trajtohet si një projekt unik.

VIZIONI

Të jemi emri referues në fushën e dizajn interieri & mobilieri në Shqipëri dhe në rajon – një markë e njohur për unike, cilësi dhe elegancë, që klientët e zgjedhin dhe e rekomandojnë me besim.

VLERAT E MARKËS

UNIKE
Parimi që udhëheq çdo vendim tonin.

CILËSI
Standardi që premtojmë në çdo kontakt.

ELEGANCË
Mënyra si kujdesemi për çdo klient.

FUNKSIONALITET
Ajo që e bën markën të veçantë.

PERSONALITETI

Bashkëkohor · I rafinuar · I besueshëm

KONCEPTI

Monogrami ndërthur shkronjat **U** dhe **N** me një vijë të vetme e të pandërprerë, si profili i një mobilieje. Fjala “Unik Home” është shkruar me shkronja të holla e të hapura, ndërsa “Design & Furniture” me hapësirë të gjerë mes shkronjave, për ndjesi ajrimi dhe rendi.



FORMA

Simboli – Monogrami U+N · Emri – Unik Home · Përshkrimi – Design & Furniture

NGJYRAT

Ngjyrat origjinale të logos: Antracit Unik, E Bardhë. Ato nuk ndryshohen në versionin zyrtar.

SHKRIMI

Open Sans për emrin dhe titujt, Open Sans për tekstet mbështetëse.

LOGOJA KRYESORE



PËRSHKRIMI

Logoja kryesore e Unik Home përbëhet nga simboli, emri, 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.

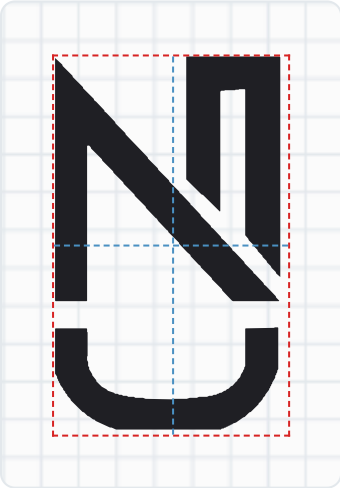
Proporcionet e logos bazohen në lartësinë e saj (**H**). Kjo njësi përdoret për të përcaktuar hapësirën mbrojtëse, madhësitë dhe shkallëzimin e logos në çdo format.



H
Lartësia e logos – njësia bazë

X = ¼ H
Hapësira mbrojtëse minimale

W ≈ 4.64 H
Gjerësia totale e logos



SIMBOLI

Simboli ndërtohet brenda një drejtkëndëshi me raport **0.62 : 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 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: 35 mm · Ekran: 140 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 – HORIZONTALE (KRYESORE)
Për shumicën e aplikimeve: dokumente, web, sinjalistikë.



B – VERTIKALE
Për formate katrore ose të ngushta: postera, roll-up, uniforma.



C – SIMBOLI
Ikona e aplikacionit, profili social, favicon, vula.



D – LOGOTIPI
Vetëm kur simboli shfaqet tashmë diku tjetër në material.

03 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

03 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.



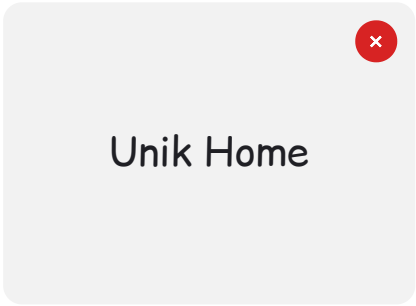
MOS E RROTULLONI
Logoja qëndron gjithmonë horizontale.



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.

04 NGJYRAT
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.

ANTRACIT UNIK

HEX #1F1F24
RGB 31 · 31 · 36
CMYK 14 · 14 · 0 · 86

E BARDHË

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

NGJYRAT DYTËSORE & NEUTRALE

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

LIS I NGROHTË

HEX #B08D57
RGB 176 · 141 · 87
CMYK 0 · 20 · 51 · 31

GUR I LEHTË

HEX #D9D4CB
RGB 217 · 212 · 203
CMYK 0 · 2 · 6 · 15

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).

GRADIENTI & PROPORCIONET

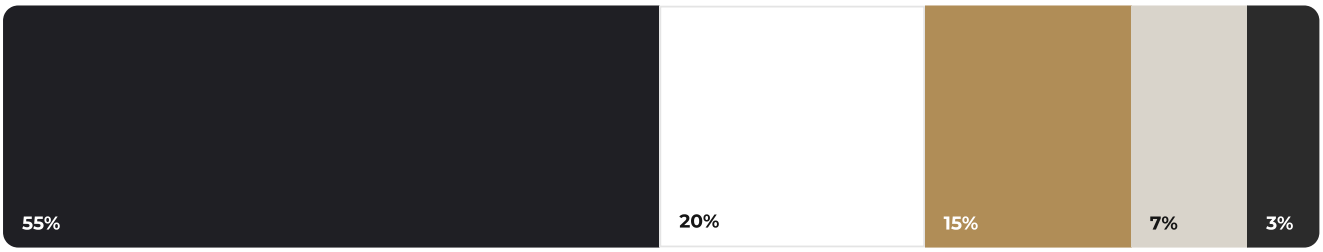
Gradienti i markës ndërtohet vetëm nga toni kryesor – nga një nuancë më e çelët drejt një nuance më të thellë. Përdoret në kopertina, banera, sfonde dhe butona.



#3E3E43 · 0% #1F1F24 · 55% #1F1F24 · 100%

PROPORCIONI I PËRDORIMIT

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



Antracit Unik E Bardhë Lis i Ngrohtë Gur i Lehtë 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

NATYRË ULLIRI

Për katalogë mobiliesh natyrale dhe ambiente eko.

#3E4A3D	#EDE6D6	#A68A5B



ALTERNATIVA 2

TERRAKOTA

Për fushata sezonale dhe ambiente të ngrohta.

#B9603B	#FFFFFF	#F2E3D5



ALTERNATIVA 3

MINIMAL KREM

Për print premium, etiketa dhe ambalazh.

#EFEAE2	#8A6A43	#1F1F24

FONTI I LOGOS & TITUJVE

OPEN SANS

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

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ÇË çë 0123456789 &@€!?

Light Aa

Regular Aa

FONTI DYTËSOR & TEKSTI

OPEN SANS

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

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ÇË çë 0123456789 &@€!?

Regular Aa

SemiBold Aa

Fontet janë identifikuar vizualisht nga logoja; verifikoni me skedarët burimorë të dizajnit.

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
Open Sans · 32–48 pt

Hapësira që të përfaqësojnë.

TITULLI H2
Open Sans · Bold · 18–24 pt

DIZAJN INTERIERI & MOBILIERI

NËNTITULLI
Open Sans · Medium · 12–14 pt

Unike, cilësi dhe elegancë në çdo detaj

ETIKETA
Open Sans · Bold · 8 pt · hapësirë 20%

UNIK HOME · DESIGN & FURNITURE

TEKSTI
Open Sans · Regular · 9–11 pt · interlinja 150%

Unik Home sjell dizajn interieri dhe mobilie që bashkojnë funksionin me estetikën bashkëkohore. Marka flet me qetësi, saktësi dhe shije – çdo hapësirë trajtohet si një projekt unik.

SHËNIMI
Open Sans · Regular · 7–8 pt

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

SHEMBULL THIRRJEJE PËR VEPRIM

NA KONTAKTONI SOT

REZERVO TANI

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.

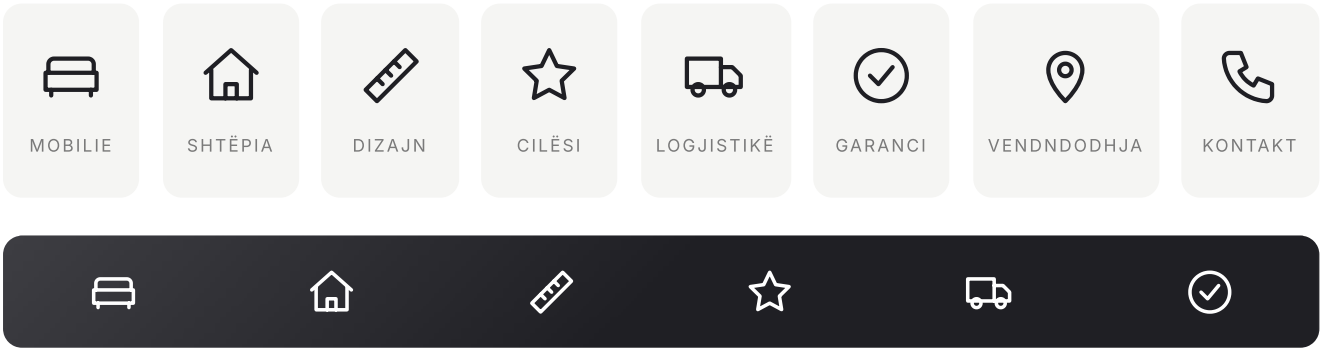






IKONOGRAFIA

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.





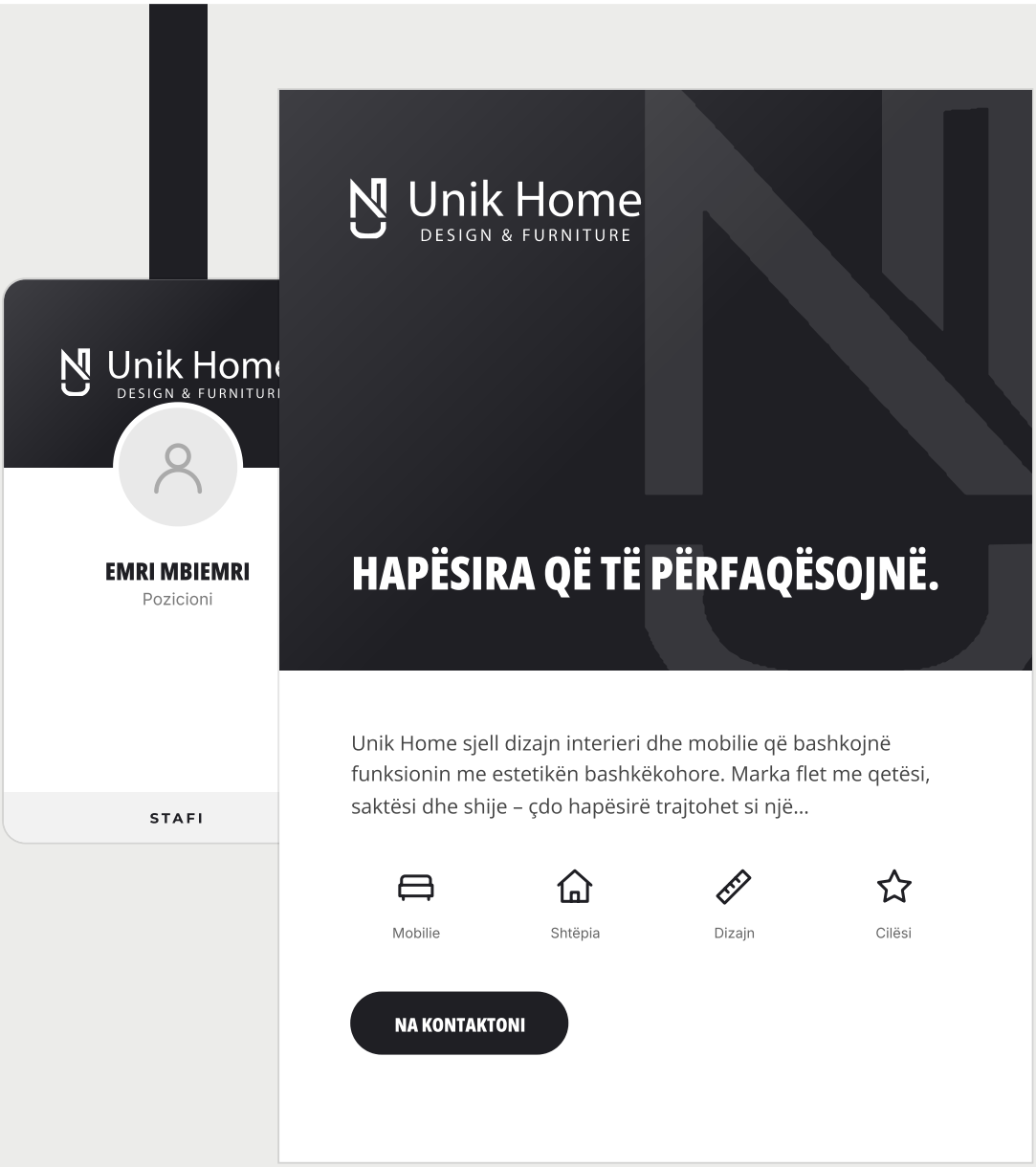
LETRA ME KOKË & ZARFI

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

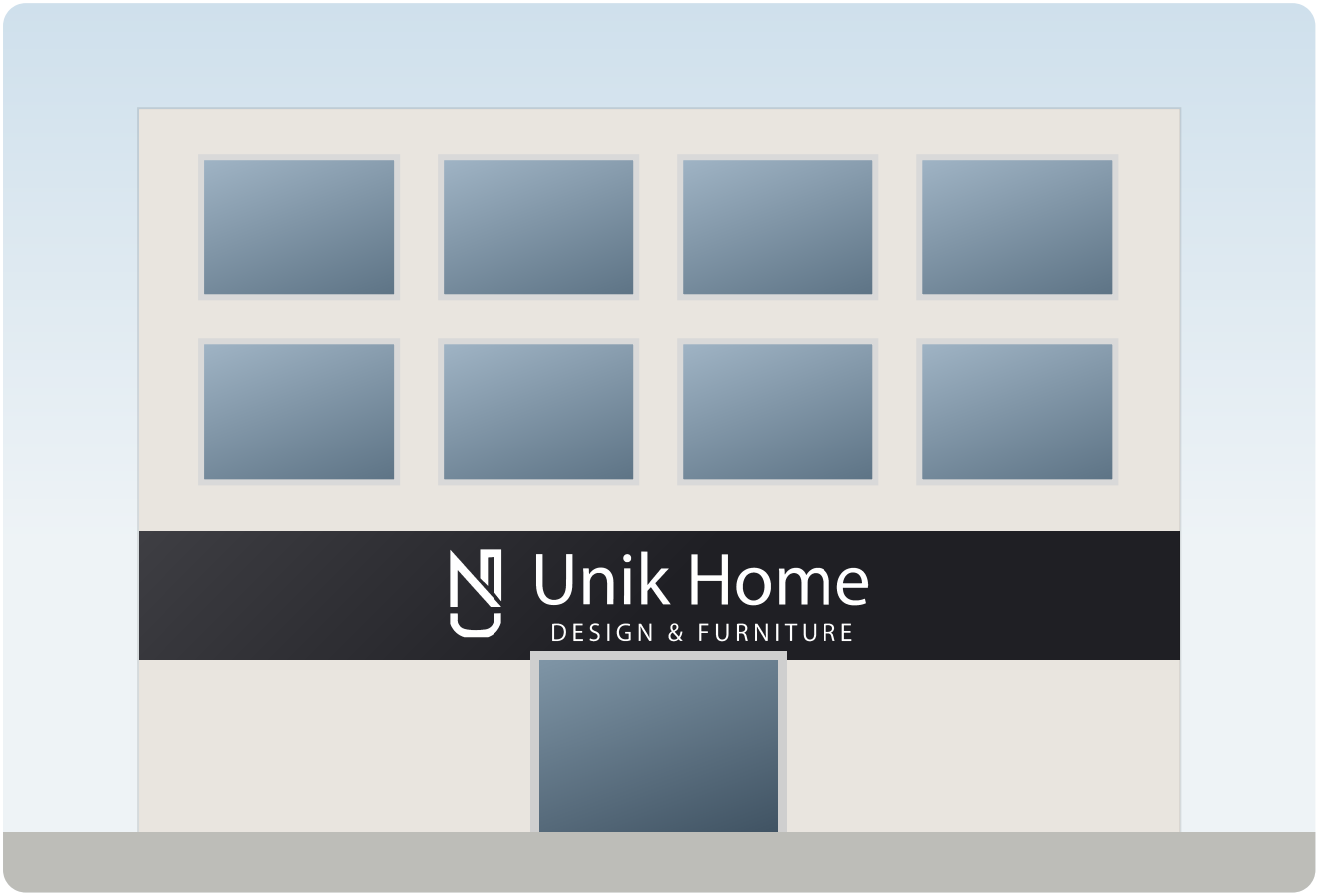


BADGE & FLETUSHKA A5

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.



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

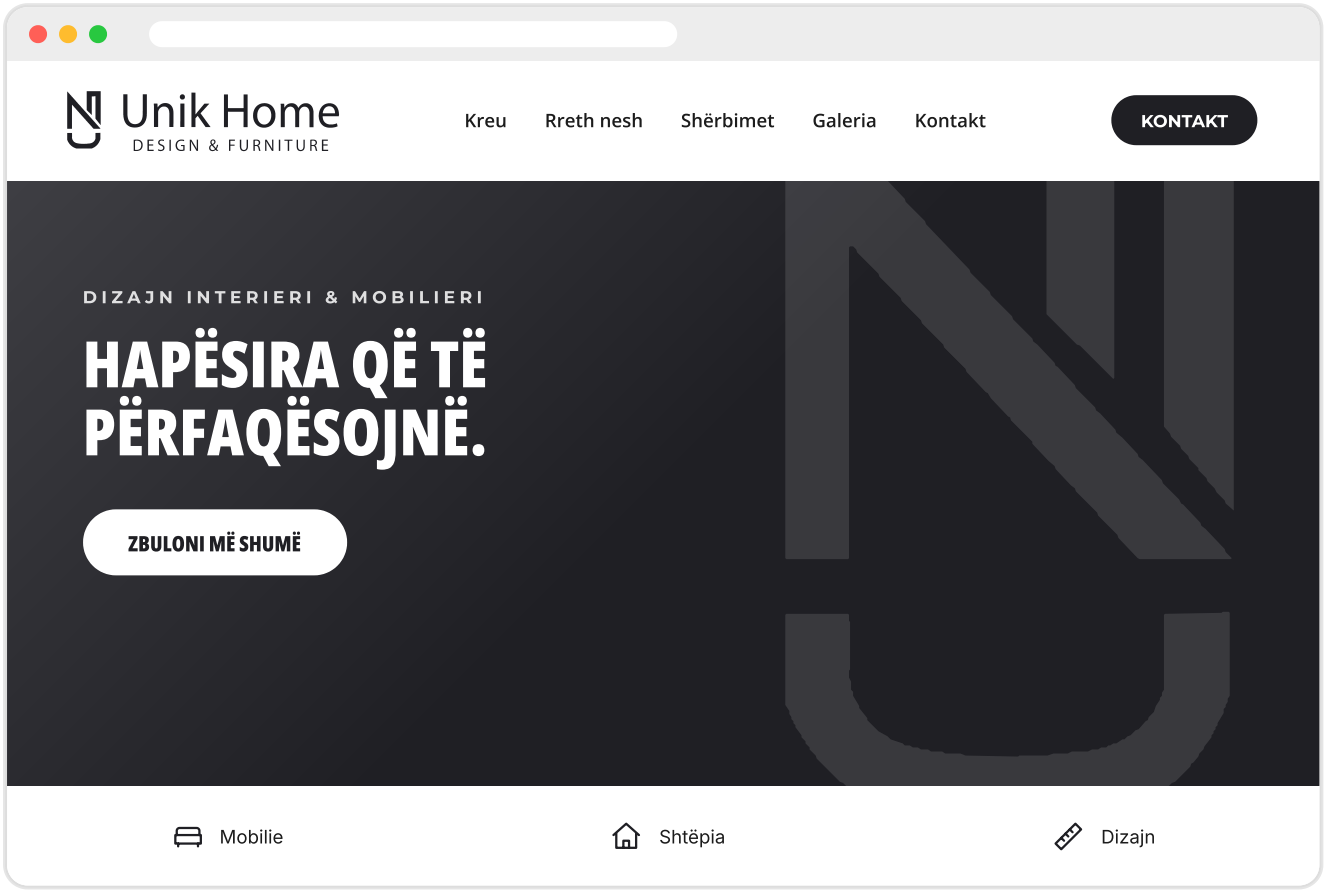


Tabelë kati



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

Unik Home

DESIGN & FURNITURE

BRAND GUIDELINES

Dizajn interieri & mobilieri

© 2026 UNIK HOME · TË GJITHA TË DREJTAT E REZERVUARA · VERSIONI 1.0