White Hill
HOTEL & RESORT

BRAND GUIDELINES

BRANDBOOK

VERSIONI 1.0 · 2026

WHITE HILL

00 PËRMBAJTJA

Ky udhëzues përcakton rregullat për përdorimin korrekt dhe konsistent të identitetit vizual të White Hill 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

LARTËSIA E QETËSISË.

Hotel & Resort

MISIONI

White Hill Hotel & Resort ofron qetësi, natyrë dhe komoditet të nivelit të lartë. Monogrami WH me harkun si kodër, i shoqëruar nga shkrim i pastër e i kondensuar, krijon një identitet modern, të thjeshtë dhe të qëndrueshëm.

VIZIONI

Të jemi emri referues në fushën e hotel & Resort në Shqipëri dhe në rajon – një markë e njohur për qetësi, natyrë dhe komoditet, që klientët e zgjedhin dhe e rekomandojnë me besim.

VLERAT E MARKËS

QETËSI

Parimi që udhëheq çdo vendim tonin.

NATYRË

Standardi që premtojmë në çdo kontakt.

KOMODITET

Mënyra si kujdesemi për çdo klient.

MIKPRITJE

Ajo që e bën markën të veçantë.

PERSONALITETI

Modern | I qetë | Elegant

KONCEPTI

Monogrami **WH** me serif klasik qëndron mbi një **hark** që përshkruan një **kodër** (Hill). Emri “White Hill” me sans të kondensuar dhe “HOTEL & RESORT” me vijën që zgjatet djathtas krijojnë një bllok kompakt, të përshtatshëm për çdo madhësi.



SIMBOLI LOGOTIPI LOGOJA

FORMA

Monogrami – WH · Kodra – Harku · Emri – White Hill · Kategoria – Hotel & Resort

NGJYRAT

Ngjyrat origjinale të logos: Grafit White Hill, E Bardhë. Ato nuk ndryshohen në versionin zyrtar.

SHKRIMI

Sans i kondensuar (tip Myriad Pro Condensed) për emrin dhe titujt, Open Sans për tekstet mbështetëse.

LOGOJA KRYESORE



PËRSHKRIMI

Logoja kryesore e White Hill përbëhet nga monogrami, kodra, emri, kategoria. 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.

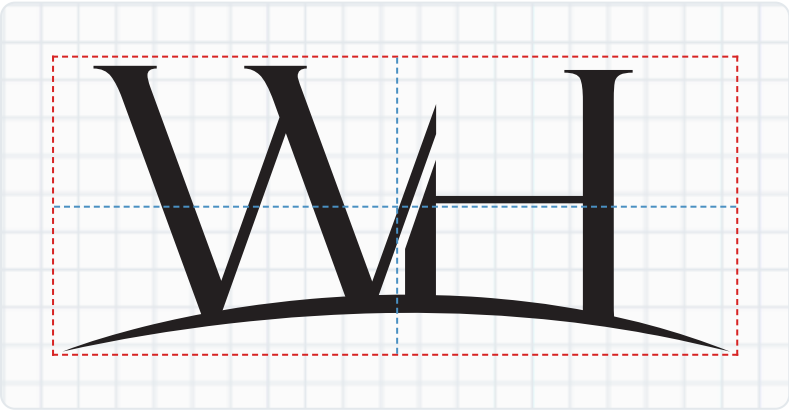
Proporcionet e logos bazohen në lartësinë e saj (**H**). Kjo njësi përdoret për të përcaktuar hapësirën mbrojtëse, madhësitë dhe shkallëzimin e logos në çdo format.



H
Lartësia e logos – njësia bazë

X = ¼ H
Hapësira mbrojtëse minimale

W ≈ 1.65 H
Gjerësia totale e logos



SIMBOLI

Simboli ndërtohet brenda një drejtkëndëshi me raport **2.29 : 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

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.



B – HORIZONTALE
Për formate të gjera: banner, kokë faqeje, fasadë.



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

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.

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.

GRAFIT WHITE HILL

HEX #231F20
RGB 35 · 31 · 32
CMYK 0 · 11 · 9 · 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.

GUR KODRE

HEX #CFC6B8
RGB 207 · 198 · 184
CMYK 0 · 4 · 11 · 19

AR I BUTË

HEX #B89B5E
RGB 184 · 155 · 94
CMYK 0 · 16 · 49 · 28

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

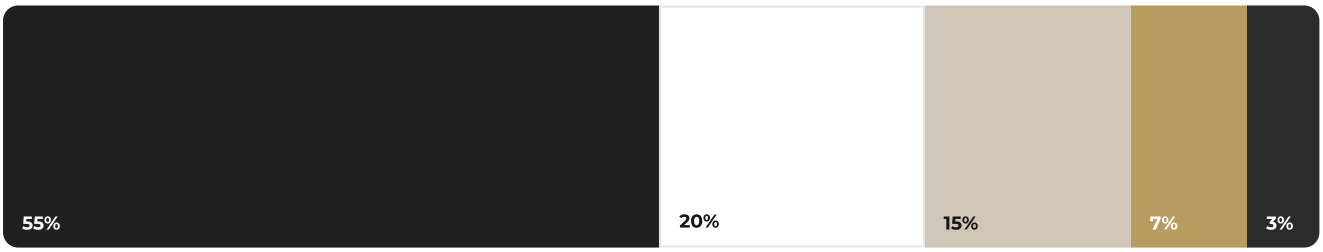
Gradienti i markës ndërtohet vetëm nga toni kryesor – nga një nuancë më e çelët drejt një nuance më të thellë. Përdoret në kopertina, banera, sfonde dhe butona.



#423E3F · 0% #231F20 · 55% #231F20 · 100%

PROPORCIONI I PËRDORIMIT

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



Grafit White Hill E Bardhë Gur Kodre Ar i Butë Grafit

BUTONAT & THIRRJET PËR VEPRIM

GRADIENT I LEHTË I THELLË

NGJYRAT

04 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

AR

Për suita, evente dhe ftesa.

#121212 #B89B5E #F5EFE3



ALTERNATIVA 2

BLU ALPIN

Për sezonin e dimrit dhe malin.

#1F3A5F #FFFFFF #CFC6B8



ALTERNATIVA 3

GJELBËR PISHE

Për natyrën, ecjet dhe wellness.

#2F4A3A #EDE6D6 #B89B5E

FONTI I LOGOS & TITUJVE

SANS I KONDENSUAR (TIP MYRIAD PRO CONDENSED)

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

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ÇË çë 0123456789 &@€!?

SemiBold 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

Medium Aa

Fontet janë identifikuar vizualisht nga logoja. Shembujt në këtë dokument janë shfaqur me fontin më të afërt të disponueshëm (Open Sans Condensed); 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 Sans i kondensuar (tip Myriad Pro Condensed) · 32–48 pt	Lartësia e qetësisë.
TITULLI H2 Open Sans · Bold · 18–24 pt	**HOTEL & RESORT**
NËNTITULLI Open Sans · Medium · 12–14 pt	Qetësi, natyrë dhe komoditet në çdo detaj
ETIKETA Open Sans · Bold · 8 pt · hapësirë 20%	**WHITE HILL · HOTEL & RESORT**
TEKSTI Open Sans · Regular · 9–11 pt · interlinja 150%	White Hill Hotel & Resort ofron qetësi, natyrë dhe komoditet të nivelit të lartë. Monogrami WH me harkun si kodër, i shoqëruar nga shkrim i pastër e i kondensuar, krijon një identitet modern, të thjeshtë dhe të qëndrueshëm.
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.





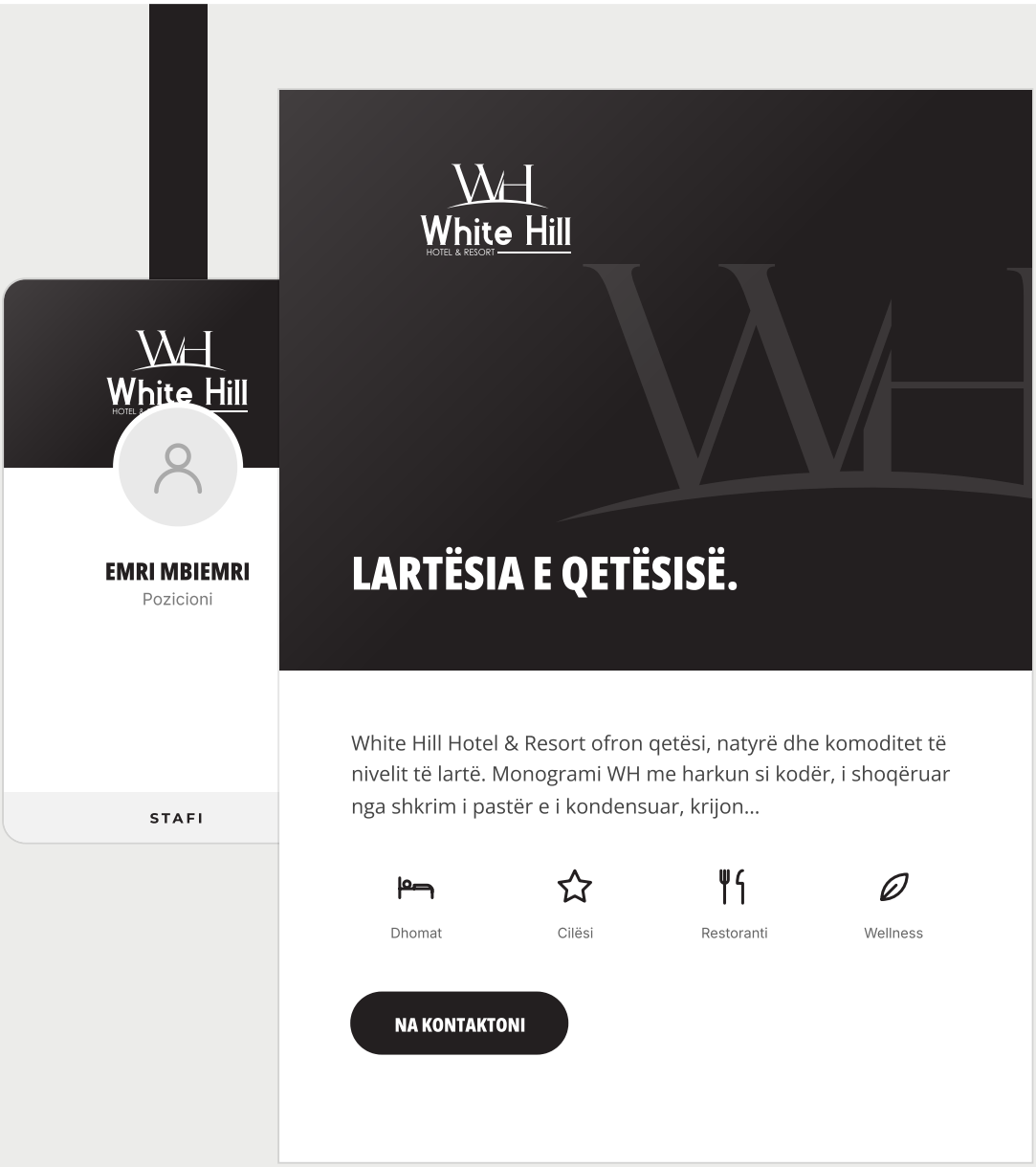
LETRA ME KOKË & ZARFI

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

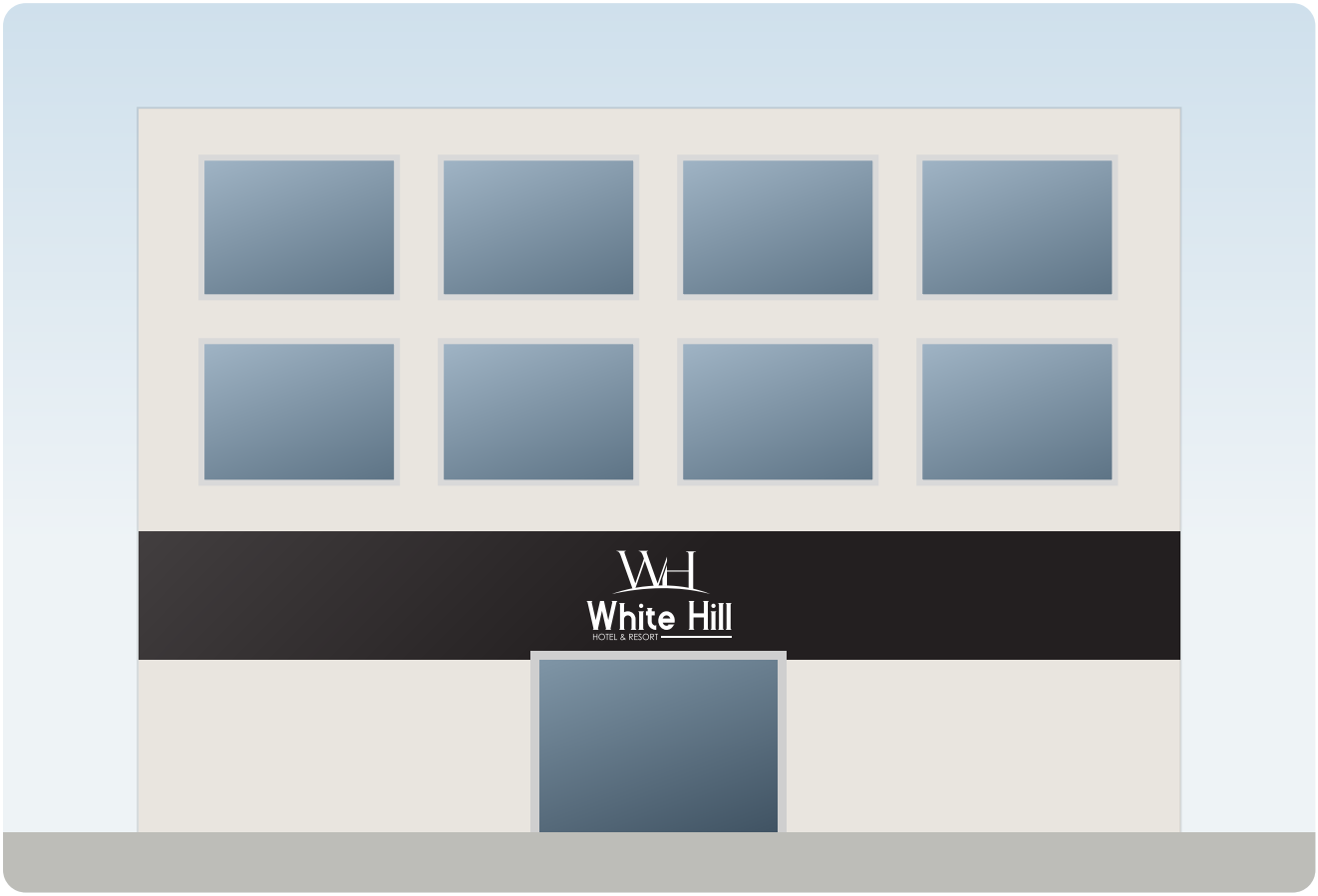


BADGE & FLETUSHKA A5

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.



White Hill
HOTEL & RESORT

RECEPSIONI →
RESTORANTI →
SPA & WELLNESS →
DHOMAT 101–120 →

Tabelë drejtimi

1

KATI
RESTORANTI

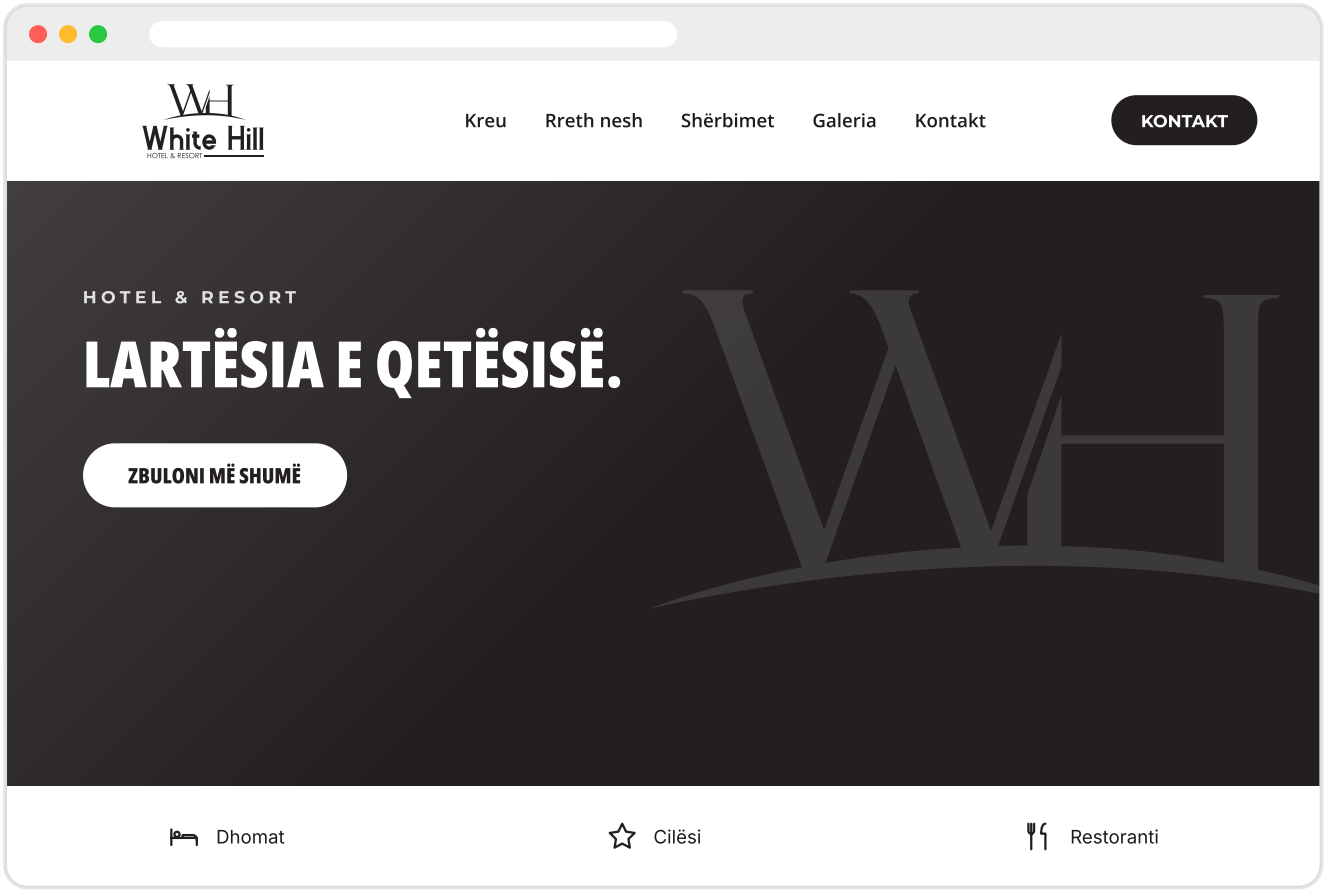
Tabelë kati

101

RECEPSIONI
Tabelë dere / zyre

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

White Hill

HOTEL & RESORT

BRAND GUIDELINES

Hotel & Resort

© 2026 WHITE HILL · TË GJITHA TË DREJTAT E REZERVUARA · VERSIONI 1.0