

VILARDI

EXTRA VIRGIN OIL

BRAND BOOK

NATURE IN EVERY DROP

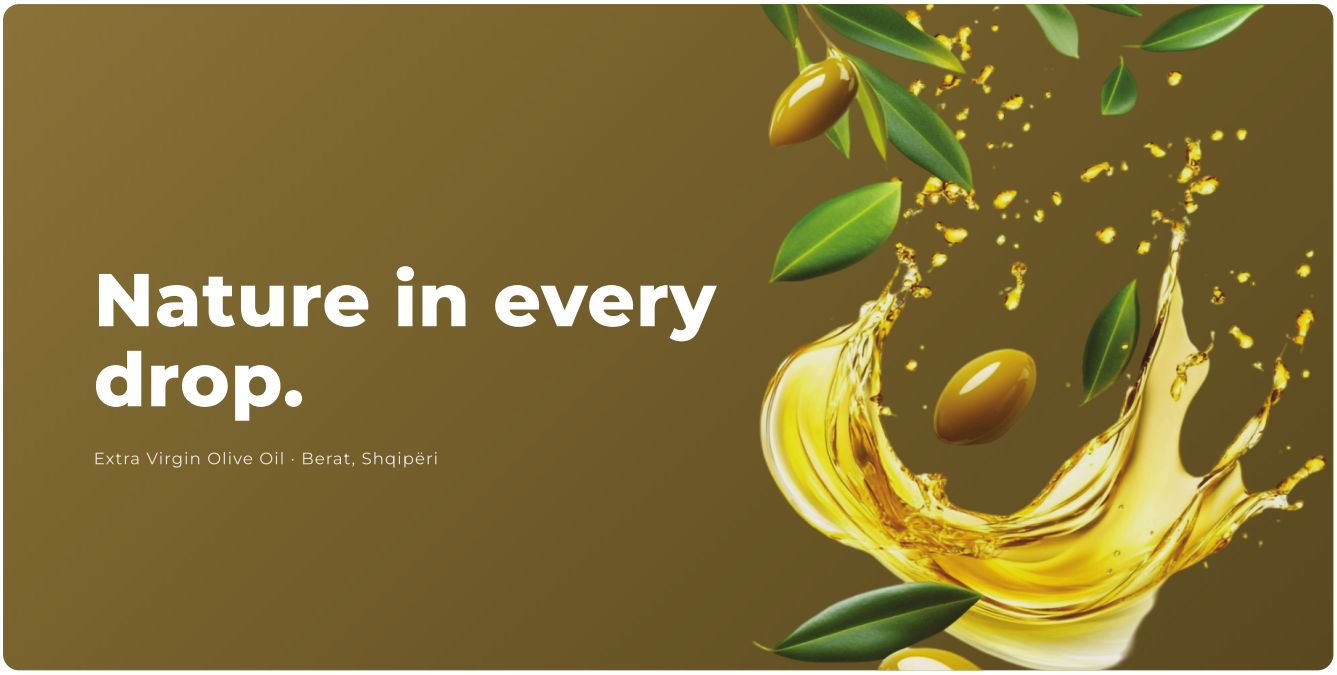
VILARDI

00 PËRMBAJTJA

Ky udhëzues përcakton rregullat për përdorimin korrekt dhe konsistent të identitetit vizual të Vilardi në çdo pikë kontakti – nga kartvizita deri te ambalazhi, 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	**AMBALAZHI** Shishja dhe etiketa	20
09	**DIGJITALE** Faqja web dhe rrjetet sociale	21

HYRJE



MISIONI

Vilardi është vaj ulliri ekstra i virgjër nga Berati, i nxjerrë në të ftohtë nga përzierja e ullinjve shqiptarë. Marka përcjell natyrën, pastërtinë dhe traditën e ullirit shqiptar – 100% natyral, me cilësi të kontrolluar në çdo shishe.

VIZIONI

Të jemi vaji i ullirit shqiptar që njihet në tregjet europiane për cilësi, origjinë të gjurmueshme dhe shije të ekuilibruar – një markë që klientët e zgjedhin dhe e rekomandojnë me besim.

VLERAT E MARKËS

NATYRË
Parimi që udhëheq çdo vendim tonin.

CILËSI
Standardi që premtojmë në çdo kontakt.

ORIGJINË
Mënyra si kujdesemi për çdo klient.

TRADITË
Ajo që e bën markën të veçantë.

PERSONALITETI

Natyral · Elegant · Autentik

Simboli bashkon shkronjën **V** me një **gjethe ulliri** që ngrihet nga krahu i saj, si një degë që rritet. **VILARDI** me shkronja të trasha, **EXTRA VIRGIN OIL** dhe **ornamentet klasike** e lidhin markën me traditën dhe cilësinë premium të vajit të ullirit.



SIMBOLI LOGOTIPI LOGOJA

FORMA

Simboli – V + gjethja e ullirit · Emri – Vilardi · Përshkruesi – Extra Virgin Oil · Ornamenti

NGJYRAT

Kafe Ulliri, Krem, E Bardhë. Ngjyrat zyrtare nuk ndryshohen në versionin zyrtar të logos.

SHKRIMI

Montserrat Extrabold për emrin dhe titujt, Montserrat për tekstet mbështetëse.

LOGOJA KRYESORE



PËRSHKRIMI

Logoja kryesore e Vilardi përbëhet nga simboli dhe logotipi. 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, ambalazh, 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	X = ¼ H	W ≈ 1.8 H
Lartësia e logos – njësia bazë	Hapësira mbrojtëse minimale	Gjerësia totale e logos



SIMBOLI

Simboli mund të përdoret i vetëm vetëm në formatet e vogla (ikonë, favicon, profil social, vulë) ose kur emri shfaqet tashmë diku tjetër në material.

Përdorni gjithmonë skedarët vektorialë origjinalë (SVG / PDF) – 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: 25 mm · Ekran: 120 px



SIMBOLI
Print: 8 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 – KRYESORE
Për shumicën e aplikimeve: dokumente, web, etiketa.



B – ME ORNAMENT
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 të çelura; versionet e kthyera përdoren mbi gradientin, ngjyrën kryesore ose sfonde të errëta.



NGJYRË E PLOTË
Sfond i bardhë – versioni i preferuar



MBI GRADIENTIN E MARKËS
Kopertina, postera, sinjalistikë



MBI SFOND TË ERRËT
Sfonde të errëta dhe fasada



MONOKROME E BARDHË
Gravurë, stampim, materiale promovuese



MONOKROME E ERRËT
Faturë, printim me një ngjyrë



MBI SFONDIN E MARKËS
Ambalazh dhe materiale dekorative

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 drejt.



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.



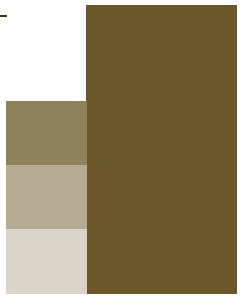
MOS E VENDOSNI MBI SFONDE TË NGARKUARA
Përdorni sfonde të qeta.



MOS E PRISNI
Logoja shfaqet gjithmonë e plotë.

PALETA KRYESORE

Kafe Ulliri
Ngjyra kryesore

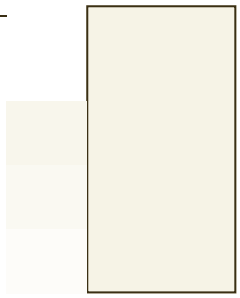


RGB
107 / 87 / 39

HEX
6b5727

CMYK
0 / 19 / 64 / 58

Krem
Ngjyra e sfondit

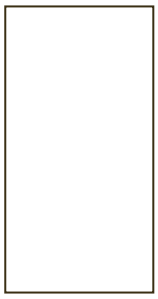


RGB
246 / 243 / 230

HEX
f6f3e6

CMYK
0 / 1 / 7 / 4

E Bardhë
Sfonde dhe tekst



RGB
255 / 255 / 255

HEX
ffffff

CMYK
0 / 0 / 0 / 0

NGJYRAT MBËSHTETËSE
Përdoren në sasi të vogla për theksime, ilustrime dhe sfonde.

AR VAJI
#E2C828 · RGB 226 · 200 · 40

E GJELBËR ULLIRI
#618735 · RGB 97 · 135 · 53

KAFE E ERRËT
#4E3F1B · RGB 78 · 63 · 27

KAFE 40%
#C4BCA9 · RGB 196 · 188 · 169

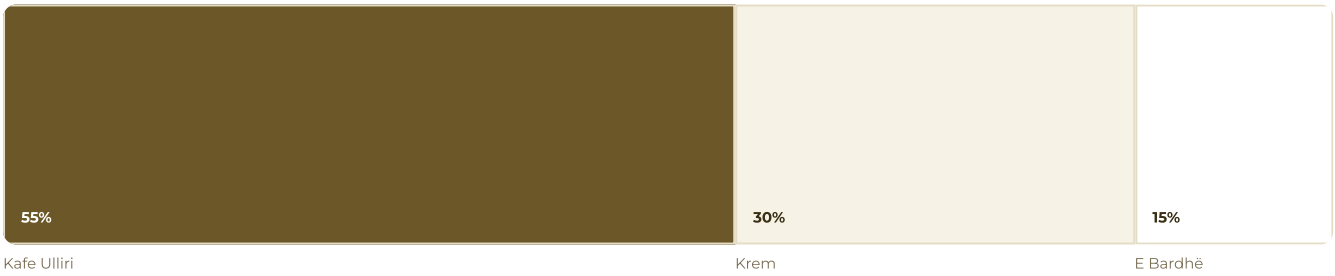
Note:
Përdorni RGB për ekran, HEX për web dhe CMYK për printim.

GRADIENTI & PROPORCIONET

Gradienti i markës ndërtohet vetëm nga Kafe Ulliri – nga një nuancë më e çelët drejt tonit kryesor. Përdoret në kopertina, banera, sfonde dhe butona.

PROPORCIONI I PËRDORIMIT

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



BUTONAT & THIRRJET PËR VEPRIM

PRIMAR

THEKSIM

KONTUR


VILARDI
EXTRA VIRGIN OIL


VILARDI
EXTRA VIRGIN OIL



FONTI I LOGOTIPIT

MONTSERRAT EXTRABOLD

Fonti i emrit VILARDI dhe i titujve kryesorë. Përdoret me shkronja të mëdha për mesazhe të shkurtra me ndikim.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ÇË çë 0123456789 &@€!?

ExtraBold	**Aa**
Bold	**Aa**

FONTI I TEKSTIT

MONTSERRAT

Regular dhe Medium për tekstin, Light me hapësirë të gjerë për tagline-in “Nature in every drop” dhe etiketat e ambalazhit.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ÇË çë 0123456789 &@€!?

Light	Aa
Regular	Aa
Medium	Aa

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 Montserrat · ExtraBold · 32–48 pt	**Nature in every drop.**
TITULLI H2 Montserrat · Bold · 18–24 pt	**EXTRA VIRGIN OLIVE OIL · BERAT, SHQIPËRI**
NËNTITULLI Montserrat · Regular · 12–14 pt	100% natyral, i nxjerrë në të ftohtë, nga Berati
ETIKETA Montserrat · Bold · 8 pt · hapësirë 20%	**VILARDI · NATURE IN EVERY DROP**
TEKSTI Montserrat · Regular · 9–11 pt · interlinja 150%	Vilardi është vaj ulliri ekstra i virgjër nga Berati, i nxjerrë në të ftohtë nga përzierja e ullinjve shqiptarë. Marka përcjell natyrën, pastërtinë dhe traditën e ullirit shqiptar – 100% natyral, me cilësi të kontrolluar në çdo shishe.
SHËNIMI Montserrat · Regular · 7–8 pt	* Informacioni në këtë material mund të ndryshojë pa njoftim paraprak.

SHEMBULL I THIRRJES PËR VEPRIM

NA KONTAKTONI SOT

POROSIT TANI

MOTIVI & IKONOGRAFIA

Motivi i markës krijohet nga simboli V me gjethen, i zmadhuar me transparencë të ulët, si dhe nga imazhet e vajit dhe ullinjve. Ato u japin sfondeve natyrshmëri pa e konkurruar logon.

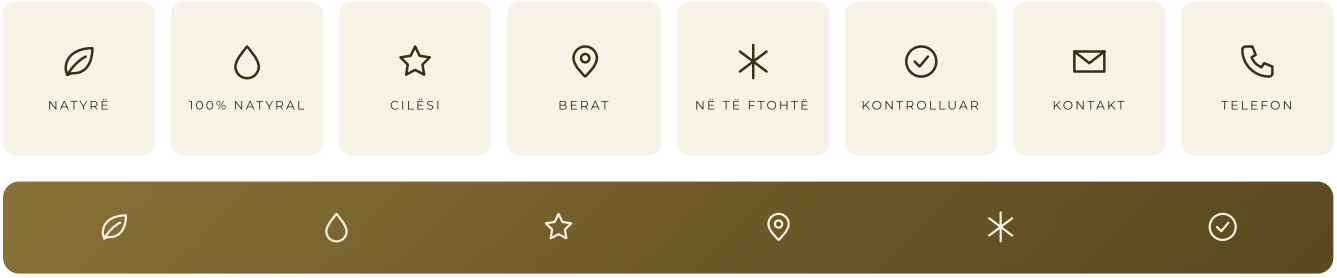






IKONOGRAFIA

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 sfondin e markës; ana e pasme përmban të dhënat e kontaktit mbi sfond të bardhë.





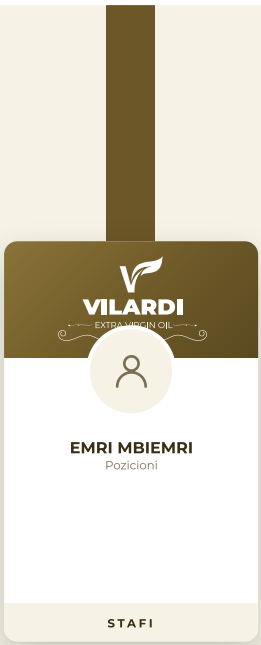
LETRA ME KOKË & ZARFI

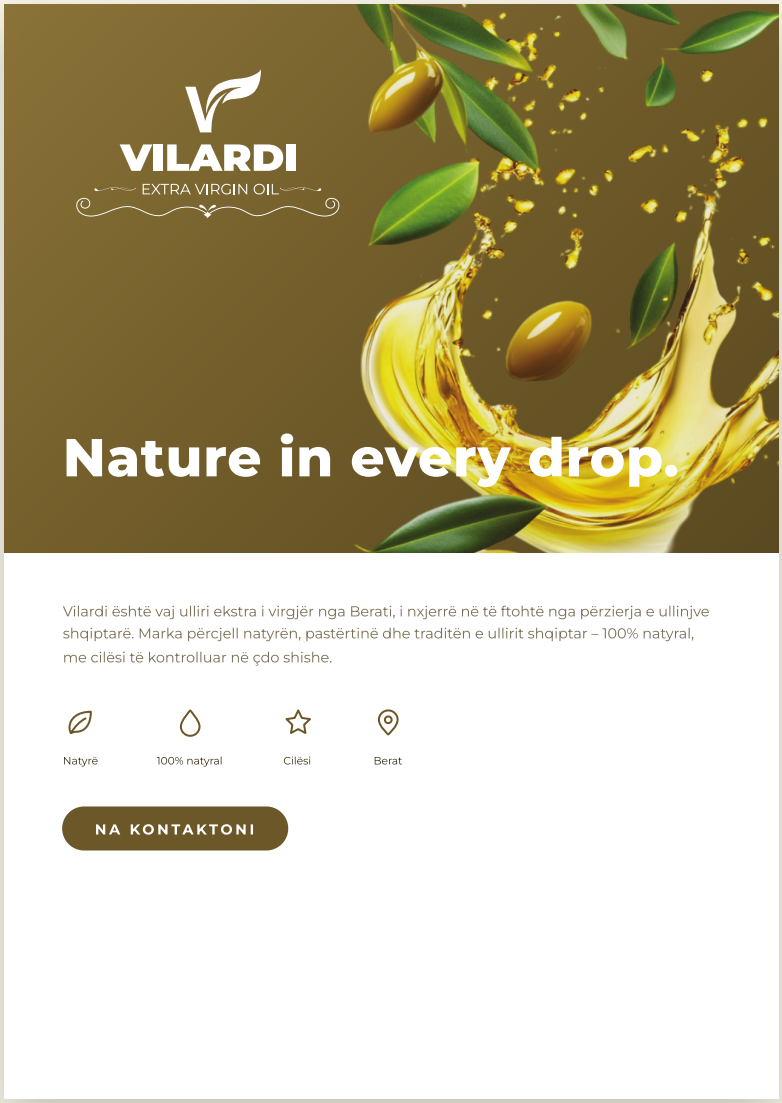
Letra me kokë A4 dhe zarfi DL ndjekin të njëjtin rend: logoja lart djathtas, të dhënat e kontaktit poshtë dhe një shirit i hollë me ngjyrën e markës si element mbyllës.



BADGE & FLETUSHKA A5

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





AMBALAZHI

08 SHISHJA & ETIKETA

Shishja 250 ml me xham të errët mbron vajin nga drita. Etiketa krem me kornizë klasike mban logon në qendër, dhe informacionin në anglisht dhe frëngjisht: 100% natyral, përzierje vajrash ulliri nga Berati, i nxjerrë në të ftohtë, cilësi e kontrolluar.



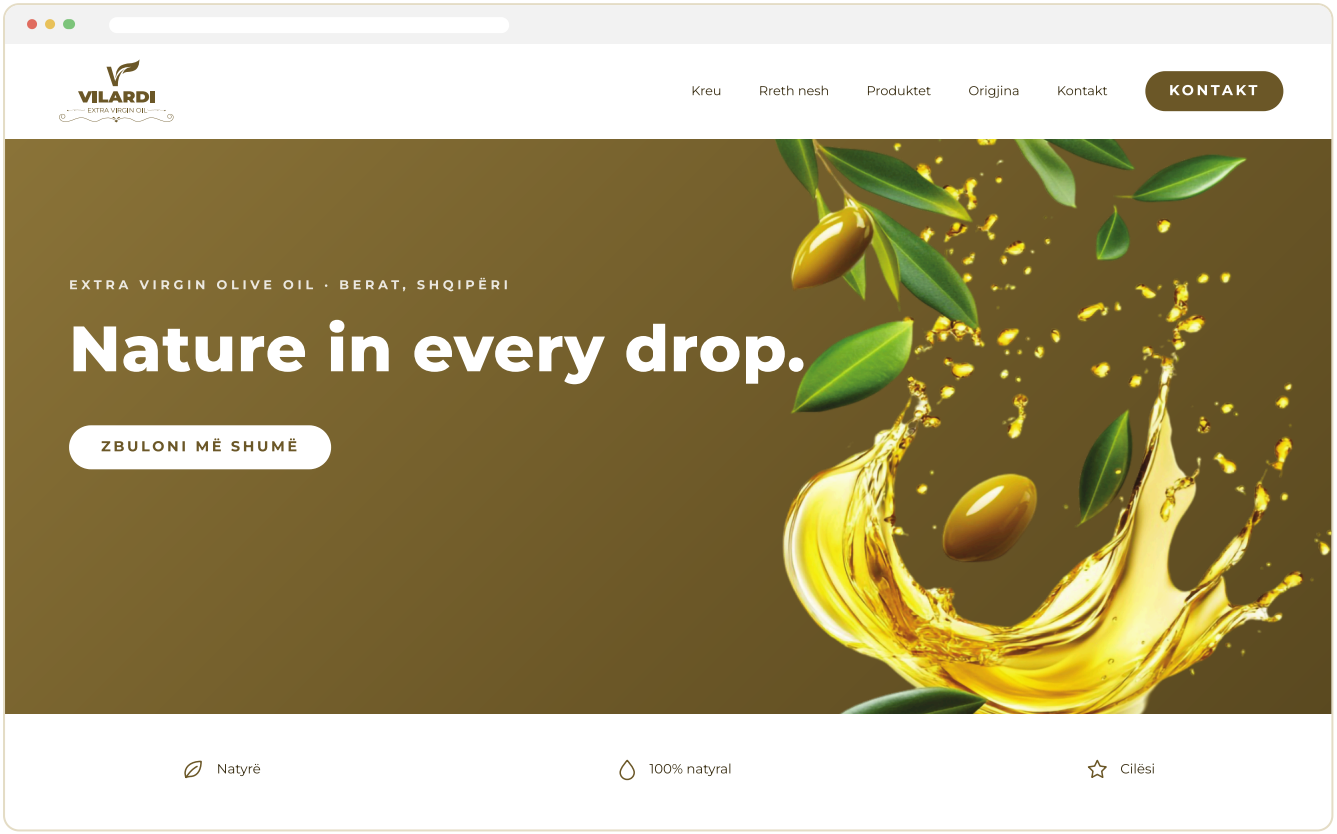
VËLLIMI
250 ml · shishe xhami e errët

ORIGJINA
Berat, Shqipëri

PROCESI
I nxjerrë në të ftohtë

GJUHËT
Anglisht · Frëngjisht

Në mjedisin digjital ruhen të njëjtat rregulla: logoja në kokë të faqes, sfondi i markës në seksionin kryesor dhe tipografia e markës në tituj, menu dhe butona.





Postim promocional



Postim informues



Postim institucional

VILARDI

EXTRA VIRGIN OIL

BRAND GUIDELINES

+355 (0) 67 20 28 692 · info@vilardi.com
Edit Durham, Durrës, Albania · www.vilardi.com



© 2026 VILARDI · TË GJITHA TË DREJTAT E REZERVUARA