

ExxonMobil Fuels & Lubricants

Глобальное руководство по использованию бренда для дистрибьюторов смазочных материалов

Версия 2.0, 2017 г.



Введение

Бренд Mobil знаменит во всем мире благодаря выдающемуся качеству и передовым технологиям. Лидирующие на рынке бренды, включая Mobil 1™, Mobil Super™, Mobil Delvac 1™, Mobil Delvac™ и Mobil SHC™, имеют высокую ценность и способны помочь дистрибьюторам выделиться на фоне других компаний и получить преимущества на их региональных рынках. Наилучший способ извлечь выгоду из полного потенциала портфолио бренда Mobil — это соблюдать последовательность и единообразие при использовании изображений и посылов бренда в процессе всей маркетинговой деятельности дистрибьютора.

ExxonMobil стремится помогать своим дистрибьюторам в их работе и развитии в качестве успешных, независимых предприятий путем предоставления инструментов и ресурсов, способствующих реализации последовательного и эффективного маркетинга продукции и услуг бренда Mobil, связанных со смазочными материалами. Мы уверены, что настоящее руководство поможет нашим дистрибьюторам максимально увеличить объемы реализации смазочных материалов бренда Mobil и таким образом будет способствовать непрерывному росту и успеху их предприятий. При возникновении дополнительных вопросов, пожалуйста, обращайтесь к своему консультанту ExxonMobil по работе с дистрибьюторами (DBC).

Настоящее руководство по использованию бренда предоставляется в соответствии с условиями договора, заключенного вами с филиалом ExxonMobil. Условия, связанные с применением настоящего руководства по использованию бренда, приведены в указанном договоре.

Примечание к данному руководству

Предлагая настоящее руководство, ExxonMobil не берет на себя каких-либо обязательств относительно его полноты или той степени, до которой вы решите выполнять (или не выполнять) требования настоящего руководства на своем объекте. ExxonMobil не берет на себя обязательств по любым искам, ущербу, требованиям или убыткам любого вида (независимо от того, были ли такие иски, ущерб, требования или убытки прогнозируемыми, известными или иным образом предсказуемыми), возникшими в результате или в связи с использованием настоящего руководства или содержащихся в нем материалов.

Ни одно положение настоящего руководства не подразумевает отмены принципа корпоративной обособленности отдельных юридических лиц. Рабочие отношения, рассматриваемые в данном материале, не обязательно носят характер «начальник — подчиненный», однако могут представлять собой функциональное руководство, курирование, предоставление услуг или договорные отношения. Поскольку настоящий документ предусматривает, что любые действия местного предприятия выполняются по усмотрению его акционеров, ответственность за выполнение и соблюдение правовых норм несет местное предприятие.

Используемые в настоящем документе термины «корпорация», «компания», «дочерняя компания», «ExxonMobil», «Exxon», «Mobil», «Esso», «наш (наша, наше, наши)», «мы» и «его (ее)» могут относиться к Корпорации Exxon Mobil, к одному из ее подразделений или к любой из дочерних компаний Корпорации Exxon Mobil, либо к любой/любым из вышеуказанных организаций. Сокращенные термины используются исключительно для удобства и простоты.

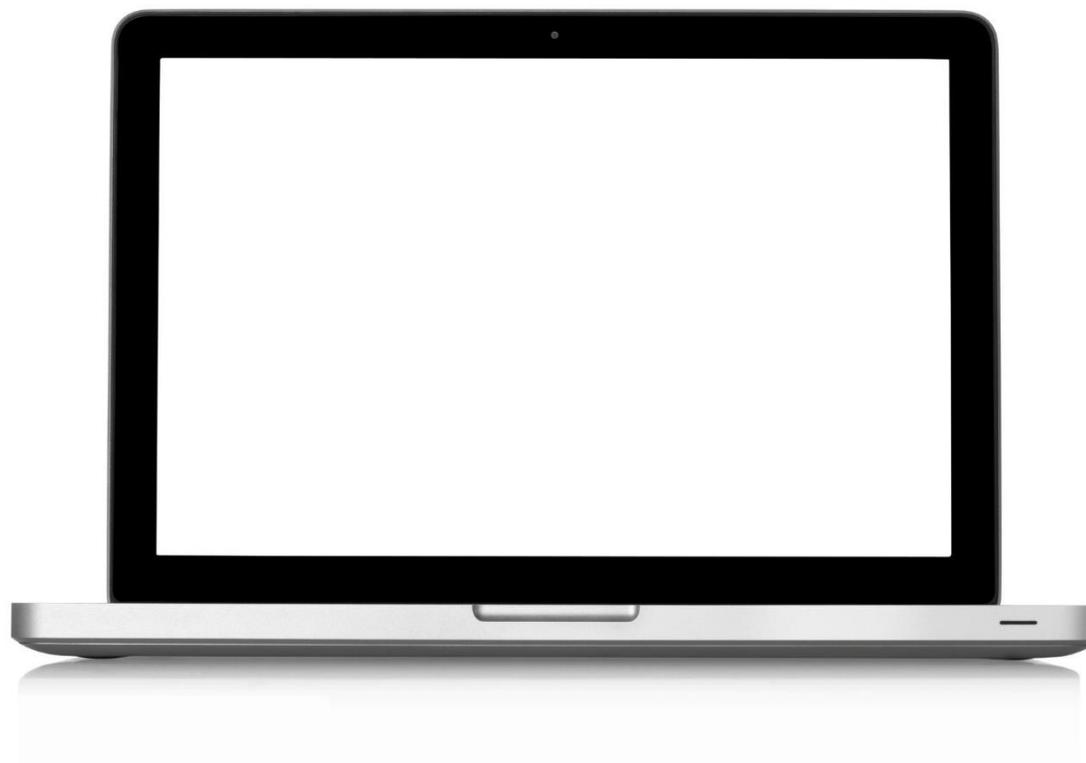
Следует учитывать, что дистрибьюторам запрещается перепродавать любые материалы, не являющиеся смазочными материалами Mobil (например, одежду, рекламные материалы и т. п.), с изображением товарных знаков ExxonMobil.

При возникновении любых вопросов, относящихся к настоящему руководству, пожалуйста, обращайтесь к местному консультанту по маркетингу (FMA) ExxonMobil Fuels & Lubricants или к консультанту ExxonMobil по работе с дистрибьюторами (DBC).

Материалы для использования в режиме онлайн

Материалы и руководства в цифровом виде можно найти по следующим адресам:

Данная страница для
локализации маркетинга
дистрибьюторов региона



Определения и сокращения

Договор	Дистрибьюторский договор
Дистрибьюторы	Так называются официальные дистрибьюторы смазочных материалов ExxonMobil
ELH	Energy lives here TM («Энергия живет здесь»); информационная платформа, имеющая отношение к идентичности бренда и слогану (см. стр. 1.01)
FMA	Местный консультант по маркетингу; представитель отдела маркетинга ExxonMobil и профильный специалист по вопросам практического применения настоящего руководства
Унификация	Стратегические усилия, предпринимаемые компанией ExxonMobil для унификации и обновления своей системы идентичности бренда
Сочетание логотипа со слоганом	Элементы идентичности бренда (например, логотип, несколько логотипов или слоганов), объединенные в определенной конфигурации
Логотип	В рамках настоящего документа определение термина «логотип» включает в себя логотипы, эмблемы и значки основного и вспомогательных брендов, то есть любых графических элементов, не являющихся обычным текстом, используемых для обмена информацией со сторонними организациями и частными лицами

Содержание

- 1.01 Информация о компании ExxonMobil
- 2.01 Архитектура бренда — смазочные материалы
- 2.02 Система визуальной идентичности
- 2.03 Использование визуальных элементов дистрибьюторами

3.0 Элементы идентичности

- 3.01 Логотип Mobil™
- 3.03 Логотип Mobil 1™
- 3.05 Сочетание логотипа со слоганом и значок Mobil 1™ (С исправлениями)
- 3.06 Логотип Mobil Super™
- 3.08 Логотип Mobil Special™
- 3.10 Логотип Mobil 1 Racing™
- 3.12 Логотип Mobil Delvac 1™
- 3.14 Логотип Mobil Delvac™
- 3.16 Логотип Mobil Delvac™ 90 лет бренду
- 3.18 Логотип Mobil SHC™
- 3.20 Логотип MobilGrease™
- 3.22 Логотип Mobil ServSM

- 3.24 Логотип MobilGard™
- 3.26 Логотип Circle of Excellence
- 3.29 Взаимосвязь с брендом
- 3.30 Логотип дистрибьютора
- 3.31 Совместный брендинг
- 3.33 Другие элементы бренда (С исправлениями)
- 3.35 Шрифт
- 3.37 Цвет

4.0 Использование бренда по назначению

- 4.01 Оформление транспортных средств
- 4.10 Помещения дистрибьютора
- 4.15 Маркетинговые материалы и реклама
- 4.17 Канцелярские принадлежности
- 4.20 Спецдежда
- 4.21 Сувенирная продукция

5.0 Цифровой брендинг

- 5.01 Веб-сайты
- 5.02 Доменные имена веб-сайтов и социальных сетей

6.0 Выставки, торгово-промышленные ярмарки и мероприятия

- 6.01 Элементы оформления бренда для торгово-промышленных ярмарок

Дополнение

- Неправильное использование бренда
- Проверочный лист на соответствие требованиям брендинга
- Исключения для дистрибьюторов смазочных материалов морского назначения ExxonMobil
- Доступные ресурсы

Информация о компании ExxonMobil

Кто мы?

Мы, компания ExxonMobil, вместе с сетью наших дистрибьюторов работаем круглосуточно по всему миру и используем наиболее совершенные технологии для обеспечения безопасной и надежной доставки энергии, необходимой для экономического и социального прогресса.

Что мы делаем?

Мы производим и доставляем энергию.

Как мы достигаем этих целей?

С помощью обеспечения безопасности и целостности, поддержки дисциплины и изобретательности, а также истинной приверженности принципам корпоративной социальной ответственности.

Почему мы этим занимаемся?

Потому что это жизненная необходимость. Энергия является движущим фактором для народов, экономических систем, для всех нас...

Энергия — это рост.

Энергия — это возможности.

Энергия — это прогресс.

Благодаря энергии мы можем жить той жизнью, какой мы ее знаем.

Energy lives here™

Три слова — «Энергия живет здесь» — выражают всю сущность энергии в нашей жизни и роль компании ExxonMobil в обеспечении возможности использования этой энергии.

Энергия живет здесь... в нашей компании и ее сотрудниках... в научных достижениях и технологиях, применяемых нами для безопасной доставки энергии, в которой нуждается наш мир, и для того, чтобы помочь использовать эту энергию с осознанием ответственности.

Энергия также живет здесь... в успехах, которых добиваются люди с помощью, предоставляемой нами энергии — в горюче-смазочных и химических материалах, обеспечивающих людей необходимыми для жизни энергопродуктами.

Архитектура бренда — смазочные материалы

Родительский бренд

ExxonMobil

Примечание: Использование логотипа ExxonMobil применимо только к дистрибьюторам смазочных материалов для морского и авиационного транспорта.

Главный бренд

Mobil

Бренды для продуктов

Смазочные материалы для пассажирского транспорта (PVL)

Mobil 1

Mobil Super

Mobil Special

Смазочные материалы для коммерческого автотранспорта (CVL)

Mobil Delvac 1

Mobil Delvac

Индустриальные смазочные материалы

Mobil SHC

Mobil Grease

Смазочные материалы для морского транспорта

Mobil Gard

Инструкции для дистрибьюторов, занимающихся авиационными смазочными материалами, см. в документе «Руководство по использованию бренда для авиационных смазочных материалов компании ExxonMobil Fuels & Lubricants»

Бренды услуг

**Mobil 1
Lube Express**

Более подробную информацию см. в руководстве по использованию бренда Mobil 1 Lube Express.

**Mobil
Delvac Express**

Более подробную информацию см. в руководстве по использованию бренда Mobil Delvac Express.

Mobil Serv

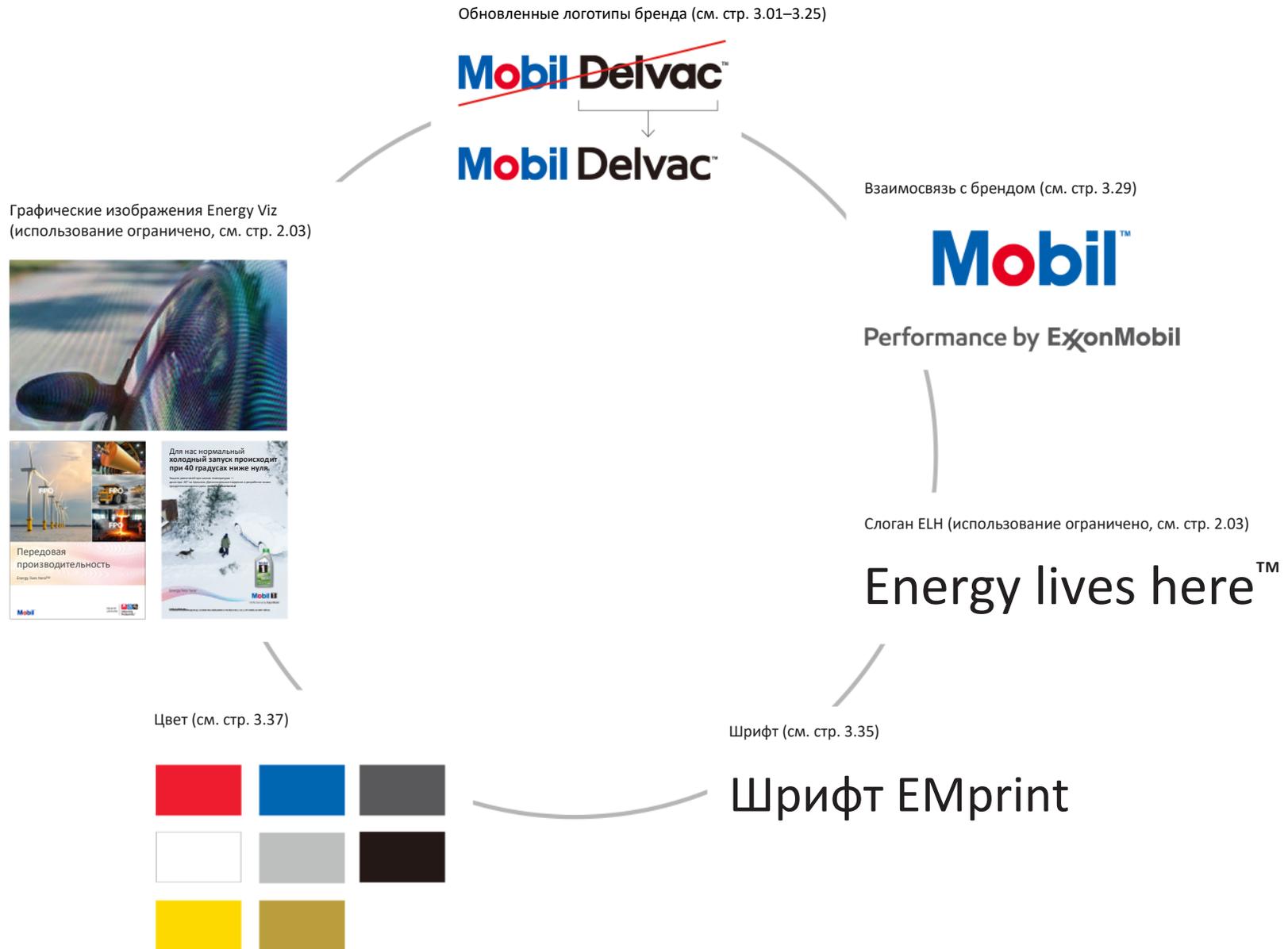
Другие/дополнительные бренды

**Mobil 1
Racing**


**Advancing
Productivity**



Система визуальной идентичности



Использование визуальных элементов дистрибьюторами

Существует один критически важный вопрос, создающий базис для использования элементов системы визуальной идентичности дистрибьюторами:

Документ / рекламно-информационный материал / мероприятие на 100 % оформляется в стиле брендов ExxonMobil, либо применяется совместный брендинг с брендами/логотипами, не имеющими отношения к ExxonMobil?

100% оформление брендами EM

(например, Esso, Mobil 1, Mobil SHC и т. п.)

Используйте все или большую часть элементов ELN для достижения единообразия во всех маркетинговых каналах

- ✓ Логотипы (см. стр. 3.01–3.28)
- ✓ Взаимосвязь с брендом (см. стр. 3.29)
- ✓ Шрифт EMprint (см. стр. 3.35)
- ✓ Energy Viz*
- ✓ Слоган Energy lives here™*
- ✓ Шаблоны рекламных материалов

Частичное оформление брендами EM

(т. е. совместный брендинг с логотипом дистрибьютора)

Выберите элементы ELN, которые можно применить для обеспечения единообразия с материалами, полностью оформленными в стиле брендов EM. Однако при этом необходимо в явном виде подчеркивать принцип корпоративной обособленности и не допускать подразумеваемой ответственности в отношении других брендов и/или иных обязательств

- ✓ Логотипы (см. стр. 3.01–3.28)
- ✓ Взаимосвязь с брендом — предпочтительная или по усмотрению (см. стр. 3.29)
- ✓ Шрифт EMprint (см. стр. 3.35)
- ✗ Отсутствие символики Energy Viz* (отсутствие изображений, графических узоров, динамики и т. п.)
- ✗ Energy lives here™ — отсутствие слогана*
- ✓ Шаблоны рекламных материалов

* В настоящем документе не предоставлено подробное руководство по слоганам Energy Viz и Energy lives here™. Для получения информации обращайтесь к своему представителю ExxonMobil.

3.0 Элементы идентичности

- | | | | |
|------|---|------|---|
| 3.01 | Логотип Mobil™ | 3.29 | Взаимосвязь с брендом |
| 3.03 | Логотип Mobil 1™ | 3.30 | Идентификационный знак логотипа дистрибьютора |
| 3.05 | Сочетание логотипа со слоганом и значком Mobil 1™ | 3.31 | Совместный брендинг |
| 3.06 | Логотип Mobil Super™ | 3.33 | Другие элементы бренда |
| 3.08 | Логотип Mobil Special™ | 3.35 | Шрифт |
| 3.10 | Логотип Mobil 1 Racing™ | 3.37 | Цвет |
| 3.12 | Логотип Mobil Delvac 1™ | | |
| 3.14 | Логотип Mobil Delvac™ | | |
| 3.16 | Логотип Mobil Delvac™ 90 лет бренду | | |
| 3.18 | Логотип Mobil SHC™ | | |
| 3.20 | Логотип MobilGrease™ | | |
| 3.22 | Логотип Mobil Serv SM | | |
| 3.24 | Логотип MobilGard™ | | |
| 3.26 | Логотип Circle of Excellence | | |

Логотип Mobil

Логотип Mobil™ — это визуальное представление бренда Mobil. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. В Дополнении представлены примеры правильного использования логотипа.

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или CMYK. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil. Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

На изображении представлены только утвержденные варианты логотипа Mobil.

Цветной позитив (для светлого или белого фона)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Цветной негатив (для темного фона)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



Свободное пространство



Минимальный размер

0,156 дюйма, или
4 мм, или
11 пикселей



Mobil

Логотип Mobil, продолжение

Утвержденные языки

Для логотипа Mobil™ утверждены два языка: английский (международный логотип) и упрощенный китайский. Перевод на другие языки недопустим.

Сочетания логотипов со слоганами

Не рекомендуется использовать сочетание слогана и текста рекламной кампании с логотипами бренда. См. в разделе «Строка взаимосвязи с брендом» настоящего документа допустимые сочетания слоганов с логотипами, утвержденные для международного использования.

Товарный знак

Товарный знак («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг других организаций. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это именно имя собственное. Символ «™» извещает о претензиях или исключительных правах владельца товарного знака на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

ExxonMobil предпочитает использовать символ «™» во избежание случаев неправомерного использования символа регистрации (®), последствием которого может стать утрата прав или, в некоторых странах, штраф либо тюремное заключение. Символ «®» следует использовать — *если применимо* — в Китае или по особой рекомендации.

В тексте следует использовать надстрочный символ «™» (или «®» в случае применения в Китае).

Файлы с логотипами доступны на Интернет-ресурсах для вашего региона.

Утвержденные языки

Международный логотип

The international Mobil logo consists of the word "Mobil" in a bold, sans-serif font. The letters "M", "o", and "i" are blue, while "b", "l", and "l" are red. A small trademark symbol (™) is located at the top right of the final "l".

Логотип на упрощенном китайском языке

The Mobil logo in simplified Chinese characters, "美孚" (Měifú), is positioned to the right of the word "Mobil" in the same blue and red color scheme. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the Chinese characters.

Товарный знак (логотипы)

Международный логотип



Китай, где применимо /
В других странах мира, по особой рекомендации



Товарный знак (в тексте)

Семейство продуктов Mobil™ известно благодаря своим эксплуатационным характеристикам.

- Для одностраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при первом упоминании названия бренда.
- Для многостраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях названия бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «™» один раз на каждой странице.
- Символ «™» не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слово «Mobil» в качестве определения для уточнения существительного.

Логотип Mobil 1

Логотип Mobil 1™ — это визуальное представление бренда Mobil 1. Не рекомендуется изменять пропорции, стиль и цвет логотипа. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. В Дополнении представлены примеры [неправильного использования логотипа](#).

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или CMYK. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil. *Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.*

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

На изображении представлены только утвержденные варианты логотипа Mobil 1.

Цветной позитив (для светлого или белого фонов)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Цветной негатив (для темного фона)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



Свободное пространство



Минимальный размер

0,156 дюйма, или
4 мм, или
11 пикселей



Логотип Mobil 1, продолжение

Утвержденные языки

Единственным языком, утвержденным для логотипа Mobil 1™, является английский язык — международный логотип на английском языке: Mobil 1. Перевод на другие языки недопустим.

Сочетания логотипов со слоганами

Не рекомендуется использовать сочетание слогана и текста рекламной кампании с логотипами бренда. См. в разделе «Строка взаимосвязи с брендом» настоящего документа допустимые сочетания слоганов с логотипами, утвержденные для международного использования.

Товарный знак

Товарный знак («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг других организаций. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это именно имя собственное.

Символ «™» извещает о претензиях или исключительных правах владельца товарного знака на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

ExxonMobil предпочитает использовать символ «™» во избежание случаев неправомерного использования символа регистрации (®), последствием которого может стать утрата прав или, в некоторых странах, штраф либо тюремное заключение. Символ «®» следует использовать — *если применимо* — в Китае или по особой рекомендации.

В тексте следует использовать надстрочный символ «™» (или «®» в случае применения в Китае).

Файлы с логотипами доступны на интернет-ресурсах для вашего региона.

Утвержденные языки

Международный логотип

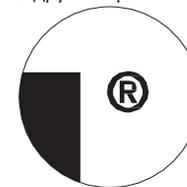


Товарный знак (логотипы)

Международный логотип



Китай, где применимо /
В других странах мира, по особой рекомендации



Товарный знак (в тексте)

Mobil 1™ — ведущий в мире бренд синтетического моторного масла.

- Для одностраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при первом упоминании названия бренда.
- Для многостраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях названия бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «™» один раз на каждой странице.
- Символ «™» не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слово «Mobil 1» в качестве определения для уточнения существительного.

Сочетание логотипа Mobil 1 со слоганом и значок

Вертикальный логотип

Для применения в особых случаях — особенно при недостатке пространства для размещения стандартного логотипа Mobil 1 — доступна версия логотипа Mobil 1, вытянутая по вертикали. Графическое изображение логотипа представлено как в трехмерном, так и в двухмерном вариантах. Не рекомендуется изменять пропорции, стиль и цвет логотипа. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа.

Пожалуйста, обратите внимание: в большинстве случаев целесообразно и рекомендовано использовать стандартный логотип Mobil 1 (стр. 3.03). Вертикальный логотип следует использовать только в тех случаях, когда доступное пространство ограничено.

Вертикальный логотип

Трехмерный — цветной позитив



Трехмерный — цветной негатив



Двухмерный — цветной позитив



Двухмерный — цветной негатив



Логотип Mobil Super

Логотип Mobil Super™ — это визуальное представление бренда Mobil Super. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. В Дополнении представлены примеры неправильного использования логотипа.

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или CMYK. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil. *Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.*

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

На изображении представлены только утвержденные варианты логотипа Mobil Super.

Свободное пространство

Цветной позитив (для светлого или белого фонов)



Цветной негатив (для темного фона)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



Вертикальный цветной позитив



Вертикальный цветной негатив



Вертикальный монохромный позитив



Вертикальный монохромный негатив



Минимальный размер

0,156 дюйма,
или 4 мм, или
11 пикселей



Логотип Mobil Super, продолжение

Утвержденные языки

Для логотипа Mobil Super™ утверждены два языка: английский (международный логотип) и упрощенный китайский. Перевод на другие языки недопустим.

Сочетания логотипов со слоганами

Не рекомендуется использовать сочетание слогана и текста рекламной кампании с логотипами бренда. См. в разделе «Строка взаимосвязи с брендом» настоящего документа допустимые сочетания слоганов с логотипами, утвержденные для международного использования.

Товарный знак

Товарный знак («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг других организаций. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это именно имя собственное. Символ «™» извещает о претензиях или исключительных правах владельца товарного знака на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

ExxonMobil предпочитает использовать символ «™» во избежание случаев неправомерного использования символа регистрации (®), последствием которого может стать утрата прав или, в некоторых странах, штраф либо тюремное заключение. Символ «®» следует использовать — *если применимо* — в Китае или по особой рекомендации.

В тексте следует использовать надстрочный символ «™» (или «®» в случае применения в Китае).

[Файлы с логотипами доступны на Интернет-ресурсах для вашего региона.](#)

Утвержденные языки

Международный логотип



Логотип на упрощенном китайском языке



Товарный знак (логотипы)

Международный логотип



Китай, где применимо (только Mobil) / В других странах мира, по особой рекомендации



Товарный знак (в тексте)

Семейство продуктов Mobil™ известно благодаря своим эксплуатационным характеристикам.

- Для одностраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при первом упоминании названия бренда.
- Для многостраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях названия бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «™» один раз на каждой странице.
- Символ «™» не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слова «Mobil Super» в качестве определения для уточнения существительного.

Логотип Mobil Special

Логотип Mobil Special™ — это визуальное представление бренда Mobil Special. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. В [Дополнении](#) представлены примеры неправильного использования логотипа.

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или CMYK. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil. *Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.*

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

На изображении представлены только утвержденные варианты логотипа Mobil Special.

Свободное пространство

Цветной позитив (для светлого или белого фонов)



Цветной негатив (для темного фона)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



Вертикальный цветной позитив



Вертикальный цветной негатив



Вертикальный монохромный позитив



Вертикальный монохромный негатив



Минимальный размер

0,156 дюйма,
или 4 мм, или
11 пикселей



Логотип Mobil Special, продолжение

Утвержденные языки

Для логотипа Mobil Special™ утверждены два языка: английский (международный логотип) и упрощенный китайский. Перевод на другие языки недопустим.

Сочетания логотипов со слоганами

Не рекомендуется использовать сочетание слогана и текста рекламной кампании с логотипами бренда. См. в разделе «Строка взаимосвязи с брендом» настоящего документа допустимые сочетания слоганов с логотипами, утвержденные для международного использования.

Товарный знак

Товарный знак («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг других организаций. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это имя собственное. Символ «™» извещает о претензиях или исключительных правах владельца товарного знака на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

ExxonMobil предпочитает использовать символ «™» во избежание случаев неправомерного использования символа регистрации (®), последствием которого может стать утрата прав или, в некоторых странах, штраф либо тюремное заключение. Символ «®» следует использовать — *если применимо* — в Китае или по особой рекомендации.

В тексте следует использовать надстрочный символ «™» (или «®» в случае применения в Китае).

[Файлы с логотипами доступны на Интернет-ресурсах для вашего региона.](#)

Утвержденные языки

Товарный знак (логотипы)

Товарный знак (в тексте)

Международный логотип

Mobil Special™

Логотип на упрощенном китайском языке

Mobil 美孚力霸™

Международный логотип



Китай, где применимо / В других странах мира, по особой рекомендации



Семейство продуктов Mobil™ известно благодаря своим эксплуатационным характеристикам.

- Для одностраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при первом упоминании названия бренда.
- Для многостраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях названия бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «™» один раз на каждой странице.
- Символ «™» не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слова «Mobil Special» в качестве определения для уточнения существительного.

Логотип Mobil 1 Racing

Логотип Mobil 1 Racing™ — это визуальное представление бренда Mobil 1 Racing, который по достоинству ценится за лидерские качества и технологии, на которых основаны используемые на гоночном треке продукты Mobil 1. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. [В Дополнении представлены примеры неправильного использования логотипа.](#)

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или СМУК. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil. *Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.*

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

На изображении представлены только утвержденные варианты логотипа Mobil Super.

Свободное пространство

Цветной позитив (для светлого или белого фонов)



Цветной негатив (для темного фона)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



Вертикальный цветной позитив



Вертикальный цветной негатив



Вертикальный монохромный позитив



Вертикальный монохромный негатив



Минимальный размер
0,156 дюйма,
или 4 мм, или
11 пикселей



Логотип Mobil 1 Racing, продолжение

Утвержденные языки

Единственным языком, утвержденным для логотипа Mobil 1 Racing™, является английский язык — международный логотип на английском языке: Mobil 1 Racing. Перевод на другие языки недопустим.

Товарный знак

Товарный знак («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг других организаций. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это именно имя собственное. Символ «™» извещает о претензиях или исключительных правах владельца товарного знака на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

ExxonMobil предпочитает использовать символ «™» во избежание случаев неправомерного использования символа регистрации (®), последствием которого может стать утрата прав или, в некоторых странах, штраф либо тюремное заключение. Символ «®» следует использовать — *если применимо* — в Китае или по особой рекомендации.

В тексте следует использовать надстрочный символ «™» (или «®» в случае применения в Китае).

Значок Pegasus

Значок Pegasus утвержден для использования в сочетании с элементами фирменного оформления автоспорта. Допускается размещение на транспортных средствах, одежде с символикой бренда и дополнительных материалах.

Примечание: Руководство по использованию логотипов партнеров мероприятий в области автоспорта будет включено в следующие выпуски.

[Файлы с логотипами доступны на интернет-ресурсах для вашего региона.](#)

Рекомендуем
использовать логотип

- ✓ Элементы, связанные с автогонками — приветственные вывески, одежда для конкретных автогонок, связанная с гонками рекламно-сувенирная продукция, вывески по периметру гоночного круга,
- ✓ Прочее — внутренние средства представления информации
- ✓ Целевые объекты — бизнес-сегмент, корпоративные слоганы
- ✗ Генеральное спонсорство мероприятия/автомобиля (например, «Mobil 1 Racing Twelve Hours of Sebring» (Двенадцать часов Себринга Mobil 1),
- ✗ продукты Mobil 1 (например, масла для гоночных автомобилей Mobil 1)

Товарный
знак
(логотипы)

Международный логотип



Китай, где применимо /
В других странах мира, по особой
рекомендации



Товарный
знак
(в
тексте)

**Добро
пожаловать
в следующее
поколение
Mobil 1 Racing™**

- Для односторонних документов рекомендуется использовать символ «™» при первом упоминании названия бренда.
- Для многосторонних документов рекомендуется использовать символ «™» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях названия бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «™» один раз на каждой странице.
- Символ «™» не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слова «Mobil 1 Racing» в качестве определения для уточнения существительного.

Значок
Pegasus



Логотип Mobil Delvac 1

Логотип Mobil Delvac 1™ — это визуальное представление бренда Mobil Delvac 1. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. В Дополнении представлены примеры неправильного использования логотипа.

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или СМУК. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в слове Mobil. *Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.*

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в слове Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

Следует учитывать, что желтый фон предназначен только для отображения и НЕ является частью логотипа.

Свободное пространство

Цветной позитив (для светлого или белого фонов)



Цветной негатив (для темного фона)



Альтернативный цветной негатив (для желтого фона)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



Вертикальный цветной позитив



Вертикальный цветной негатив



Альтернативный вертикальный цветной негатив



Вертикальный монохромный позитив



Вертикальный монохромный негатив



Минимальный размер

0,156 дюйма,
или 4 мм, или
11 пикселей



Логотип Mobil Delvac 1, продолжение

Утвержденные языки

Для логотипа Mobil Delvac 1™ утверждены только два языка: английский и арабский — международный логотип на английском языке и логотип на арабском языке. Перевод на другие языки недопустим.

Сочетания логотипов со слоганами

Не рекомендуется использовать сочетание слогана и текста рекламной кампании с логотипами бренда. См. в разделе «Строка взаимосвязи с брендом» настоящего документа допустимые сочетания слоганов с логотипами, утвержденные для международного использования.

Товарный знак

Товарный знак («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг других организаций. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это именно имя собственное. Символ «™» извещает о претензиях или исключительных правах владельца товарного знака на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

ExxonMobil предпочитает использовать символ «™» во избежание случаев неправомерного использования символа регистрации (®), последствием которого может стать утрата прав или, в некоторых странах, штраф либо тюремное заключение. Символ «®» следует использовать — *если применимо* — в Китае или по особой рекомендации.

В тексте следует использовать надстрочный символ «™» (или «®» — где рекомендуется). Дополнительные инструкции по рекламным материалам для Китая см. в руководстве по смазочным материалам для коммерческого автотранспорта.

[Файлы с логотипами доступны на интернет-ресурсах для вашего региона.](#)

Утвержденные языки

Товарный знак (логотипы)

Товарный знак (в тексте)

Международный логотип



Логотип на арабском языке



Международный логотип



Mobil Delvac 1™ — масло для дизельных двигателей, позволяющее увеличить срок службы двигателя

- Для односторонних документов рекомендуется использовать символ «™» при первом упоминании названия бренда.
- Для многосторонних документов рекомендуется использовать символ «™» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях названия бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «™» один раз на каждой странице.
- Символ «™» не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слова «Mobil Delvac 1» в качестве определения для уточнения существительного.

Логотип Mobil Delvac

Логотип Mobil Delvac™ — это визуальное представление бренда Mobil Delvac. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. В Дополнении представлены примеры неправильного использования логотипа.

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или CMYK. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в слове Mobil. *Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.*

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в слове Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

Свободное пространство

Цветной позитив (для светлого или белого фонов)



Цветной негатив (для темного фона)



Альтернативный цветной негатив (для желтого фона)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



Вертикальный цветной позитив



Вертикальный цветной негатив



Альтернативный вертикальный цветной негатив



Вертикальный монохромный позитив



Вертикальный монохромный негатив



Минимальный размер

0,156 дюйма,
или 4 мм, или
11 пикселей



Логотип Mobil Delvac, продолжение

Утвержденные языки

Утвержденными языками для логотипа Mobil Delvac™ являются английский, упрощенный китайский и арабский — международный логотип на английском языке, логотип на упрощенном китайском языке и логотип на арабском языке. Перевод на другие языки недопустим.

Сочетания логотипов со слоганами

Не рекомендуется использовать сочетание слогана и текста рекламной кампании с логотипами бренда. См. в разделе «Строка взаимосвязи с брендом» настоящего документа допустимые сочетания слоганов с логотипами, утвержденные для международного использования.

Товарный знак

Товарный знак («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг других организаций. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это именно имя собственное. Символ «™» извещает о претензиях или исключительных правах владельца товарного знака на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

ExxonMobil предпочитает использовать символ «™» во избежание случаев неправомерного использования символа регистрации (®), последствием которого может стать утрата прав или, в некоторых странах, штраф либо тюремное заключение. Символ «®» следует использовать — *если применимо* — в Китае или по особой рекомендации.

В тексте следует использовать надстрочный символ «™» (или «®» — где рекомендуется). Дополнительные инструкции по рекламным материалам для Китая см. в руководстве по смазочным материалам для коммерческого автотранспорта.

[Файлы с логотипами доступны на интернет-ресурсах для вашего региона.](#)

Утвержденные языки

Товарный знак (логотипы)

Товарный знак (в тексте)

Международный логотип

Mobil Delvac™

Международный логотип



**Mobil Delvac™ —
масло для
дизельных
двигателей,
позволяющее
увеличить срок
службы
двигателя**

Логотип на упрощенном китайском языке

Mobil 美孚黑霸王™

Логотип на арабском языке

Mobil Delvac™
موبيل دلفاك

Китай, где применимо /
В других странах мира, по особой рекомендации



- Для односторонних документов рекомендуется использовать символ «™» при первом упоминании названия бренда.
- Для многосторонних документов рекомендуется использовать символ «™» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях названия бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «™» один раз на каждой странице.
- Символ «™» не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слова «Mobil Delvac» в качестве определения для уточнения существительного.

Логотип Mobil Delvac — 90 лет бренду

Бренд Mobil Delvac™ развивался вместе с нашими клиентами в течение девяти десятилетий. Новый логотип «90 лет» символизирует инновации и прогресс в самом сердце бренда, а также наши взаимоотношения с клиентами. Никогда не стоять на месте. Совершенствоваться вместе.

Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа.

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или CMYK. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен в два раза превышать высоту буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil Delvac. *Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.*

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil Delvac составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

За дополнительными инструкциями по применению логотипов в электронных материалах обращайтесь к своему местному консультанту по маркетингу (FMA).

Основной логотип

По возможности используйте основной логотип.

Полихромный логотип (для светлого или темного фона)



Вспомогательные логотипы

Используйте в случаях, когда воспроизведение основного логотипа технически невозможно.

Монохромный позитив (для светлого или белого фона)



Цвет монохромного позитива (для светлого или белого фона)



Контур цветного позитива (для светлого или белого фона)



Контур цветного негатива (для черного фона)



Монохромный позитив (для светлого или белого фонов)



Монохромный негатив (для черного фона)



Свободное пространство



Минимальный размер

0,156 дюйма, или 4 мм, или 11 пикселей



Логотип Mobil Delvac — 90 лет бренду, продолжение

Утвержденные языки

В целях обеспечения целостности бренда при воспроизведении на различных языках были разработан варианты логотипа «Mobil Delvac™ 90 лет» на этих языках.

Ниже представлены примеры логотипа на арабском, русском, испанском и упрощенном китайском языках. Для любых дополнительных вариантов логотипа «Mobil Delvac™ 90 лет», не представленных в настоящем руководстве, требуется утверждение на уровне международного руководства компании.

Утвержденные языки

Арабский



Русский



Испанский



Упрощенный китайский



Логотип Mobil SHC

Логотип Mobil SHC™ — это визуальное представление бренда Mobil SHC. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. В [Дополнении](#) представлены примеры неправильного использования логотипа.

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или CMYK. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil. *Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.*

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип запрещается воспроизводить, если высота буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

На изображении представлены только утвержденные варианты логотипа Mobil SHC.

Свободное пространство

Минимальный размер

Цветной позитив (для светлого или белого фона)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Цветной негатив (для темного фона)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



0,156 дюйма, или
4 мм, или
11 пикселей



Логотип Mobil SHC, продолжение

Утвержденные языки

Единственным языком, утвержденным для логотипа Mobil SHC™, является английский язык — международный логотип на английском языке: Mobil. Перевод на другие языки недопустим.

Сочетания логотипов со слоганами

Не рекомендуется использовать сочетание слогана и текста рекламной кампании с логотипами бренда. См. в разделе «Строка взаимосвязи с брендом» настоящего документа допустимые сочетания слоганов с логотипами, утвержденные для международного использования.

Товарный знак

Товарный знак («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг других организаций. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это именно имя собственное. Символ «™» извещает о претензиях или исключительных правах владельца товарного знака на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

ExxonMobil предпочитает использовать символ «™» во избежание случаев неправомерного использования символа регистрации (®), последствием которого может стать утрата прав или, в некоторых странах, штраф либо тюремное заключение. Символ «®» следует использовать — *если применимо* — в Китае или по особой рекомендации.

В тексте следует использовать надстрочный символ «™» (или «®» в случае применения в Китае).

Файлы с логотипами доступны на Интернет-ресурсах для вашего региона.

Утвержденные языки

Товарный знак (логотипы)

Товарный знак (в тексте)

Международный логотип



Международный логотип



Китай, где применимо / В других странах мира, по особой рекомендации



Синтетические смазочные материалы Mobil SHC™ увеличивают срок службы оборудования

- Для односторонних документов рекомендуется использовать символ «™» при первом упоминании названия бренда.
- Для многосторонних документов рекомендуется использовать символ «™» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях названия бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «™» один раз на каждой странице.
- Символ «™» не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слова «Mobil SHC» в качестве определения для уточнения существительного.

Примечание: Названия брендов не должны переноситься с одной строки на другую.

Логотип MobilGrease

Логотип MobilGrease™ — это визуальное представление бренда MobilGrease. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. Логотип MobilGrease представляет пластичные смазки класса Premium и Standard и используется с ними. Логотип Mobil SHC должен применяться для пластичных смазок категории flagship в сочетании с «SHC» в названии. [В Дополнении представлены примеры неправильного использования логотипа.](#)

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или CMYK. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil. *Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.*

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

На изображении представлены только утвержденные варианты логотипа MobilGrease.

Свободное пространство

Минимальный размер

Цветной позитив (для светлого или белого фонов)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Цветной негатив (для темного фона)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



0,156 дюйма,
или 4 мм, или
11 пикселей

Логотип MobilGrease, продолжение

Утвержденные языки

Единственным языком, утвержденным для логотипа MobilGrease™, является английский язык — международный логотип на английском языке: Mobil. Перевод на другие языки недопустим.

Сочетания логотипов со слоганами

Не рекомендуется использовать сочетание слогана и текста рекламной кампании с логотипами бренда. См. в разделе «Строка взаимосвязи с брендом» настоящего документа единственные сочетания слоганов с логотипами, утвержденные для международного использования.

Товарный знак

Товарный знак («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг других организаций. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это имя собственное. Символ «™» извещает о претензиях или исключительных правах владельца товарного знака на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

ExxonMobil предпочитает использовать символ «™» во избежание случаев неправомерного использования символа регистрации (®), последствием которого может стать утрата прав или, в некоторых странах, штраф либо тюремное заключение. Символ «®» следует использовать — *если применимо* — в Китае или по особой рекомендации.

В тексте следует использовать надстрочный символ «™» (или «®» в случае применения в Китае).

[Файлы с логотипами доступны на интернет-ресурсах для вашего региона.](#)

Утвержденные языки

Товарный знак (логотипы)

Товарный знак (в тексте)

Применение товарного знака и названия бренда

Логотип MobilGrease

Использование названия бренда в основном тексте или в строке текста

Использование названия продукта в основном тексте или в строке текста

Международный логотип

Mobil Grease™

Международный логотип



Китай, где применимо (только Mobil) / В других странах мира, по особой рекомендации



Индустриальные пластичные смазки MobilGrease™ повышают уровень защиты

- Для одностраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при первом упоминании названия бренда.
- Для многостраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях названия бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «™» один раз на каждой странице.
- Символ «™» не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слово «MobilGrease» в качестве определения для уточнения существительного.

Примечание: Названия брендов не должны переноситься с одной строки на другую.

Mobil Grease™

Символ «™» помещается справа от слова «Grease»

MobilGrease™

MobilGrease пишется как одно слово с заглавной буквой «G» Символ «™» помещается справа от названия бренда

Mobilgrease™ XTC

MobilGrease пишется как одно слово со строчной буквой «g» Символ «™» помещается справа от названия продукта

Логотип Mobil Serv

Логотип Mobil ServSM — это визуальное представление бренда Mobil Serv. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. В Дополнении представлены примеры неправильного использования логотипа.

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или CMYK. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil. Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

На изображении представлены только утвержденные варианты логотипа Mobil Serv.

Свободное пространство

Минимальный размер

Цветной позитив (для светлого или белого фонов)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Цветной негатив (для темного фона)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



0,156 дюйма,
или 4 мм, или
11 пикселей



Логотип Mobil Serv, продолжение

Утвержденные языки

Для логотипа Mobil ServSM утверждены два языка: английский (международный логотип) и упрощенный китайский.

Идентификационные знаки обслуживания для Mobil Serv должны быть представлены в виде сочетаний логотипа со слоганом. Идентификационный знак обслуживания можно свободно переводить на региональные языки при необходимости.

Знак обслуживания

Знак обслуживания («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг другой организации. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это имя собственное. Символ «SM» извещает о претензиях или исключительных правах владельца знака обслуживания на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

Файлы с логотипами доступны на Интернет-ресурсах для вашего региона.

Утвержденные языки

Пример сочетания логотипа со слоганом для идентификационного знака обслуживания

Знак обслуживания (логотипы)

Знак обслуживания (в тексте)

Использование названия бренда в основном тексте или в строке текста

Международный логотип

Mobil Serv™

Mobil Serv™
Lubricant Analysis

Международный логотип



Mobil ServSM
обеспечивает весь
диапазон данных
анализа

Mobil ServSM

Логотип на упрощенном китайском языке

Mobil 美孚优释达™

Сочетание строки взаимосвязи с брендом

Mobil Serv™
Performance by ExxonMobil

- Для одностраничных документов рекомендуется использовать символ «SM» при первом упоминании наименования бренда.
- Для многостраничных документов рекомендуется использовать символ «SM» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях наименования бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «SM» один раз на каждой странице.
- Символ SM не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слова «Mobil Serv» в качестве определения для уточнения существительного.
Примечание: Названия брендов не должны переноситься с одной строки на другую.

Mobil Serv пишется в два слова с заглавной буквой «S». Символ SM помещается справа от названия бренда

Логотип MobilGard

Логотип MobilGard™ — это визуальное представление бренда MobilGard. Для воспроизведения может использоваться только утвержденное изображение логотипа. [В Дополнении представлены примеры неправильного использования логотипа.](#)

Цвет логотипа

Всегда соблюдайте требования цветового оформления, указанные на стр. 3.37, для обеспечения единообразия отображения нашего логотипа. Для всех печатных материалов используйте спецификации Pantone® или CMYK. Для всех цифровых материалов (например, презентаций, выполненных в PowerPoint® или размещаемых на веб-сайте) используйте спецификации RGB или Hex.

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины размера буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil. *Исключения допускаются для этикеток продуктов и наружных вывесок.*

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

В целях обеспечения качественного воспроизведения логотип нельзя воспроизводить, если высота буквы «М» в словесном товарном знаке Mobil составляет менее 0,156 дюйма, 4 мм или 11 пикселей.

Варианты логотипа

На изображении представлены только утвержденные варианты логотипа MobilGard.

Свободное пространство

Минимальный размер

Цветной позитив (для светлого или белого фона)



Монохромный позитив (для светлого фона с ограничением цветов для печати)



Цветной негатив (для темного фона)



Монохромный негатив (для темного фона с ограничением цветов для печати)



0,156 дюйма,
или 4 мм, или
11 пикселей



Логотип MobilGard, продолжение

Утвержденные языки

Единственным языком, утвержденным для логотипа MobilGard™, является английский язык — международный логотип на английском языке: MobilGard. Перевод на другие языки недопустим.

Сочетания логотипов со слоганами

Не рекомендуется использовать сочетание слогана и текста рекламной кампании с логотипами бренда. См. в разделе «Строка взаимосвязи с брендом» настоящего документа единственные сочетания слоганов с логотипами, утвержденные для международного использования.

Товарный знак

Товарный знак («знак») представляет собой особое слово или имя собственное для обозначения продукта, отличающее товары или услуги одной организации от товаров или услуг других организаций. Это не существительное, не глагол и не какая-либо другая часть речи — это именно имя собственное. Символ «™» извещает о претензиях или исключительных правах владельца товарного знака на его использование. Знак должен всегда отображаться в одном и том же дизайне, чтобы закрепить его узнаваемость.

ExxonMobil предпочитает использовать символ «™» во избежание случаев неправомерного использования символа регистрации (®), последствием которого может стать утрата прав или, в некоторых странах, штраф либо тюремное заключение. Символ «®» следует использовать — *если применимо* — в Китае или по особой рекомендации.

В тексте следует использовать надстрочный символ «™» (или «®» в случае применения в Китае).

Файлы с логотипами доступны на Интернет-ресурсах для вашего региона.

Утвержденные языки

Товарный знак (логотипы)

Товарный знак (в тексте)

Применение товарного знака и названия бренда

Логотип MobilGard

Использование названия бренда в основном тексте или в строке текста

Использование названия продукта в основном тексте или в строке текста

Международный логотип

Международный логотип



Китай, где применимо (только Mobil) / В других странах мира, по особой рекомендации



Моторные масла MobilGard™ обеспечивают оптимальные рабочие характеристики оборудования

- Для одностраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при первом упоминании названия бренда.
- Для многостраничных документов рекомендуется использовать символ «™» при периодических и визуально выделяющихся упоминаниях названия бренда.
- Для презентаций в PowerPoint рекомендуется использовать символ «™» один раз на каждой странице.
- Символ «™» не требуется в случаях ограничений по масштабу или пространству (например, рекламные заголовки).
- Старайтесь всегда использовать слово «MobilGard» в качестве определения для уточнения существительного.

MobilGard™

Символ «™» помещается справа от слова «Gard»

MobilGard пишется в одно слово с заглавной буквой «G». Символ ™ помещается справа от названия бренда

Mobilgard™ 410 NC

MobilGard пишется в одно слово со строчной буквой «g». Символ ™ помещается справа от названия продукта

Логотип Circle of Excellence

Логотип Circle of Excellence в виде медали может использоваться только победителями программы Circle of Excellence ExxonMobil. Существует четыре различных варианта для международного логотипа, также как и для «медалей» победителя и серебряного призера для каждого из трех регионов.

Не рекомендуется изменять пропорции, стиль и цвет логотипов. Для воспроизведения должно использоваться только утвержденное изображение логотипов.

Международный логотип

Крайне важно использовать соответствующий вариант логотипа для каждой области применения.

Предпочтительными являются «бесцветный» и «полноцветный» варианты логотипов. Всегда используйте полноцветный вариант для белого или светлого фонов. Используйте бесцветный вариант для черного или темного фонов. Монохромный вариант можно использовать при ограничении цветов для печати.

Сопроводительный текст

Этот логотип запрещается воспроизводить без сопутствующего логотипа ExxonMobil или «Circle of Excellence» и без текста с указанием года присуждения награды.

Год присуждения награды

Не следует изображать несколько наград на одном пространстве. Если дистрибьютор желает сообщить о присуждении нескольких наград за несколько лет, то такое сообщение может быть размещено в тексте заявления в печатных материалах дистрибьютора (линейная карта / веб-сайт / и т. п.). Запрещается изменять логотип для отображения наград, присужденных за все годы. Следует отображать только самую недавнюю награду.

Международный логотип

Полноцветный



Бесцветный



Монохромный



Монохромный негатив



Америка (за исключением Канады)

Победитель (золото) — полноцветный



Победитель (золото) — бесцветный



Обладатель второго приза (серебро) — бесцветный



Обладатель второго приза (серебро) — полноцветный



Европа, Африка и Ближний Восток



Азиатско-Тихоокеанский регион



ПРИМЕЧАНИЕ: В данном руководстве логотипы периодически изображаются в рамках или внутри какой-либо фигуры. Этот подход применяется исключительно для демонстрации логотипов. Логотипы не должны размещаться внутри каких-либо фигур. Также следует всегда соблюдать требования к свободному пространству.

Логотип Circle of Excellence, продолжение

Свободное пространство

Вокруг логотипа всегда должно оставаться минимальное свободное пространство, отделяющее его от других графических элементов. Это защитное пространство обеспечивает эффективность визуального восприятия и воздействия логотипа. Размер свободного пространства со всех сторон логотипа должен составлять не менее половины высоты изображения земного шара в центре логотипа.

Минимальный размер

Минимальный размер — это самый маленький размер, при котором обеспечивается воспроизведение логотипа без его искажения, как для печатных, так и для цифровых материалов.

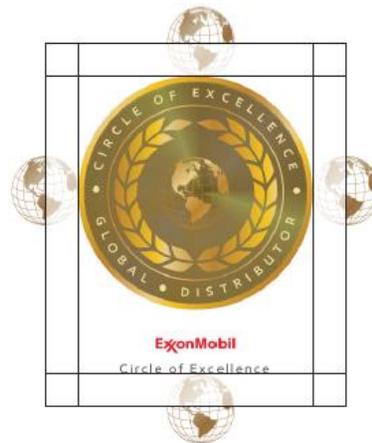
В целях обеспечения качественного воспроизведения печатных материалов логотип запрещается воспроизводить, если его высота составляет менее 25 мм. В случае отображения на экране логотип запрещается воспроизводить, если его высота составляет менее 330 пикселей.

Сочетания логотипов со слоганами в электронных документах

Для отображения на экране шириной не более 260 пикселей следует использовать стандартный вариант. Стандартное размещение пригодно для большинства областей применения, тогда как горизонтальное размещение лучше подходит для цифровых материалов в условиях ограниченного пространства (например, верхние/нижние колонтитулы веб-сайтов, онлайн-баннеры и электронные сообщения).

ПРИМЕЧАНИЕ: Для всех вариантов логотипов применяются одни и те же требования к свободному пространству и минимальному размеру.

Свободное пространство



Минимальный размер

Печать:
25 ммЭкран:
330 пикселей



Стандартное сочетание логотипов со слоганами



ExxonMobil

Circle of Excellence
Winner 2015 – 16
(Победитель 2015 – 16 гг.)

Горизонтальное сочетание логотипов со слоганами



ExxonMobil

Circle of Excellence
Winner 2015 – 16
(Победитель 2015 – 16 гг.)

Логотип Circle of Excellence — области применения

Области применения

Логотип Circle of Excellence предоставляется награжденным дистрибьюторам. Этот логотип можно изображать: на визитных карточках, фирменных бланках, в профайлах компании, в предложениях для покупателей и на веб-сайтах / прочих цифровых платформах. Этот логотип запрещается использовать на средствах наружной рекламы, таких как рекламные щиты (билборды) или оформление транспортных средств.

Канцелярские принадлежности

Логотип Circle of Excellence можно размещать на нижних частях канцелярских принадлежностей и на визитных карточках дистрибьютора. Размер логотипа дистрибьютора должен превышать размер логотипа Circle of Excellence.

Веб-сайт

Логотип Circle of Excellence можно размещать в верхних и/или нижних колонтитулах веб-сайта аккредитованного дистрибьютора, как показано на данных примерах. Он может размещаться рядом с существующими элементами оформления в сочетании с логотипом и слоганом, либо отдельно.

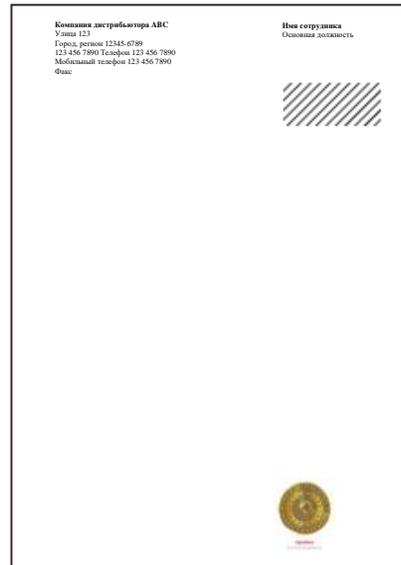
Электронная почта

Логотип Circle of Excellence можно размещать в верхних и/или нижних колонтитулах электронных сообщений аккредитованного дистрибьютора. Он должен отображаться в сочетании с существующим слоганом бренда, как показано здесь.

Рекламные материалы в сети Интернет

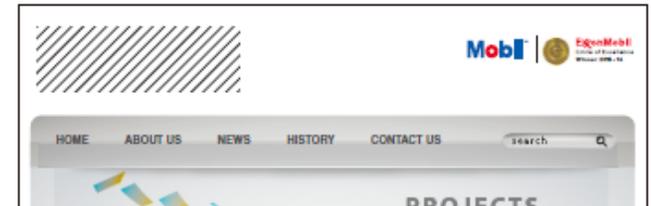
Логотип должен всегда отображаться в сочетании с существующим слоганом бренда, как показано здесь. Ввиду ограниченного пространства предпочтительно использовать горизонтальный вариант логотипа.

Канцелярские принадлежности

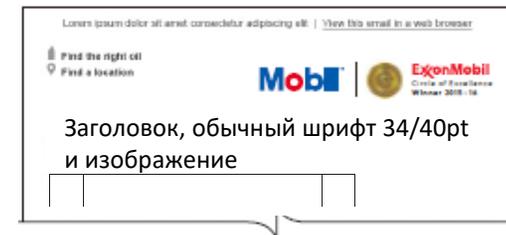


Обозначает место размещения логотипа дистрибьютора

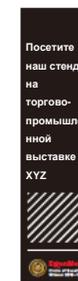
Верхний/нижний колонтитул веб-сайта



Заголовок электронного сообщения



Рекламные материалы в сети Интернет



Взаимосвязь с брендом

Строка взаимосвязи с брендом для логотипов всех брендов «Performance by ExxonMobil» («Эксплуатационные характеристики от ExxonMobil»). Использование этого сочетания создает четкую визуальную привязку, обеспечивая очевидное впечатление связи с родительским брендом и взаимосвязи между конкретным рекламируемым брендом и брендом ExxonMobil.

Использование

- Ожидается, что строки взаимосвязи с брендом будут использоваться для различных областей применения — особенно в рекламе. Исключения могут относиться к случаям, когда связь с брендом ExxonMobil явно выражена другими средствами, либо при наличии пространственных ограничений или низкой удобочитаемости.
- Следует учитывать, что строка взаимосвязи не может отображаться сама по себе, а только при наличии логотипа.
- Предпочтительно размещение в нижней правой части документа.
- Для ассоциированных партнеров использование строки взаимосвязи с брендом *не* является необходимым.
- Для линеек брендов, не представляющих продукты, использование логотипов взаимосвязи с брендом не является необходимым (например, Mobil 1 Lube Express).
- Строка взаимосвязи с брендом не должна использоваться в материалах, относящихся к совместному брендингу.
- Строка взаимосвязи с брендом не должна использоваться в Канаде

Варианты цветов

Основным вариантом сочетания логотипа со слоганом является полихромный логотип плюс строка взаимосвязи с брендом ExxonMobil Серый. Вспомогательные варианты — черный и его негатив (белый).

Утвержденные языки

Утвержденные варианты перевода строки взаимосвязи с брендом доступны на интернет-ресурсах для вашего региона. Не пытайтесь выполнять перевод строки взаимосвязи с брендом на месте без четко сформулированного разрешения ЕМ.

Соотношение сочетания логотипа со слоганом и размера



Варианты цветов

ExxonMobil Серый (основной)

Черный

Негатив (белый)



Минимальный размер

2,2 мм,
0,09 дюйма, □
7 пикселей



Свободное пространство



Предпочтительное использование



Идентификационный знак логотипа дистрибьютора

Дистрибьюторы могут применить вариант с присоединением изображения «Authorized Mobil Distributor» (Официальный дистрибьютор Mobil) к своему логотипу. Любые другие варианты подлежат утверждению со стороны вашего представителя ExxonMobil.

Случаи применения при совместном брендинге описаны в следующем разделе.

Доступны альтернативные варианты написания (например, «Authorised»).

Примечание: Логотип ABC приведен исключительно для примера. Выберите соответствующую ориентацию на основании уникальных характеристик вашего логотипа дистрибьютора.

Вертикальная
ориентация
сочетания
логотипа со
слоганом



Горизонтальная
ориентация
сочетания
логотипа со
слоганом



Широкий логотип



Файлы с шаблонами доступны на интернет-ресурсах для вашего региона.

Совместный брендинг с логотипами Mobil

В настоящем руководстве по совместному брендингу изложены общие принципы, которые можно использовать в различных областях применения. Конкретные области применения или исключения подлежат проверке/утверждению со стороны соответствующих сотрудников ExxonMobil.

Для воспроизведения должно использоваться только утвержденное изображение логотипа — найти его можно на Интернет-ресурсах для вашего региона. Изменять утвержденные логотипы запрещается.

Совместный брендинг с логотипами Mobil

При отображении логотипов дистрибьютора совместно с логотипом любого продукта Mobil между такими логотипами должно быть свободное пространство, размер которого в два раза превышает размер буквы «М» в слове «Mobil». Должна использоваться разделяющая строка размером 150 % высоты логотипа. Предпочтительно использовать логотип дистрибьютора — его идентификационный знак — (см. стр. 3.30). Такое совместное использование может применяться в различных областях.

Совместный брендинг на маркетинговых материалах

Логотипы дистрибьютора и Mobil также могут изображаться независимо друг от друга, как показано на примере справа. Как правило, это наиболее уместно для маркетинговых материалов.

При отображении логотипа дистрибьютора в качестве основного бренда логотип Mobil должен четко позиционироваться в качестве вспомогательного элемента.

При отображении логотипа Mobil в качестве основного бренда предпочтительно использовать логотип дистрибьютора — его идентификационный знак (см. стр. 3.30).

Примеры применения



Промо-акции дистрибьютора

Маркетинговые материалы



- ✓ Логотип дистрибьютора отображается в качестве основного бренда
- ✓ Логотип Mobil позиционируется в качестве вспомогательного элемента
- ✓ Элементы слоганов Energy Viz и Energy lives here™ не отображаются в присутствии логотипа дистрибьютора

Промо-акции Mobil



- ✓ Логотип Mobil отображается в качестве основного бренда
- ✓ Логотип дистрибьютора — его идентификационный знак — четко позиционируется в качестве вспомогательного элемента
- ✓ Элементы слоганов Energy Viz и Energy lives here™ не отображаются в присутствии логотипа дистрибьютора

Совместный брендинг с третьими лицами

Когда дистрибьюторы принимают решение продвигать бренды третьих лиц, способствующие продажам продуктов Mobil (вспомогательные продукты, шины, аккумуляторы и т. п.), разрешены следующие форматы.

Отображение логотипов ExxonMobil с логотипами конкурирующих компаний допускается только в виде исключения и требует утверждения со стороны представителя ExxonMobil.

Совместный брендинг с логотипами третьих лиц

При отображении логотипов третьих лиц совместно с логотипом любого продукта Mobil между такими логотипами должно быть свободное пространство, размер которого в два раза превышает размер буквы «М» в слове «Mobil». Должна использоваться разделяющая строка размером 150 % высоты логотипа. Предпочтительно размещать логотип Mobil на самом заметном месте.

Совместный брендинг с логотипами третьих лиц на маркетинговых материалах

При отображении логотипа дистрибьютора в качестве основного бренда логотипы третьих лиц могут размещаться в качестве вспомогательных элементов.

Логотипы третьих лиц не могут отображаться на материалах, посвященных преимущественно брендингу Mobil.

Пример применения



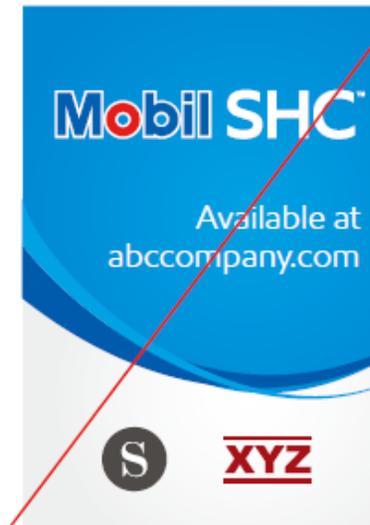
Маркетинговые материалы

Приемлемый совместный брендинг



- ✓ Логотип дистрибьютора отображается в качестве основного бренда
- ✓ Между логотипом Mobil и логотипом третьего лица существует достаточное свободное пространство и разделяющая строка
- ✓ Логотип Mobil размещается на самом заметном месте

Неприемлемый совместный брендинг



- ✗ Логотипы третьих лиц отображаются на материалах, посвященных преимущественно брендингу Mobil.

Неприемлемый совместный брендинг



- ✗ Совместный брендинг логотипа Mobil с логотипом конкурирующей компании

Другие элементы бренда

Пегас (Pegasus)

Значок Pegasus может использоваться на этикетках продуктов и выборочно использоваться на материалах для промоакций, включая буклеты, брошюры, фирменные товары и одежду. Значок не может использоваться на вновь разрабатываемых материалах для рекламы в СМИ.

Крылья (Wings)

Не создавайте маркетинговых материалов со значком Wings. Используйте все новые материалы с новым индустриальным брендингом Energy Lives Here («Энергия живет здесь»).

Перед отправкой в печать любых материалов с изображением Wings проконсультируйтесь со своим представителем ExxonMobil

Значок Mobil 1 и его сочетание с логотипом

Данная версия сочетания значка и логотипа Mobil 1 более не используется. Действующая версия сочетания значка и логотипа Mobil 1 находится в разделе 3.05. Трехмерный значок более не может использоваться отдельно от текста.

Шрифт

Все шрифтовое оформление заменяется шрифтом EMprint, доступным для загрузки на Интернет-ресурсах для вашего региона.

Signum

Использование логотипа Signum будет прекращено и заменено новым логотипом Mobil Serv Lubricant Analysis, когда эта услуга будет представлена на рынке каждого конкретного региона.

Looble

Использование логотипа и программы Looble прекращено.

Пегас
(Pegasus)



Крылья (Wings)



Значок
Mobil 1 и его
сочетание с
ЛОГОТИПОМ



Шрифт

Helvetica

Mobil Font

Signum

SIGNUM
OIL ANALYSIS

Looble

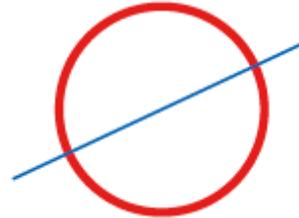
Looble

Другие элементы бренда, продолжение

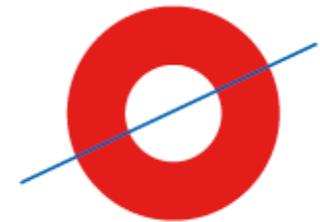
Красная буква «о» с узким ободком

Красная буква «о» с узким ободком — ранее использовавшаяся в качестве элемента брендинга в маркетинговых и рекламных материалах Mobil Delvac™ — будет использоваться только на основании особого решения и при условии утверждения.

Красная буква «о» с узким ободком



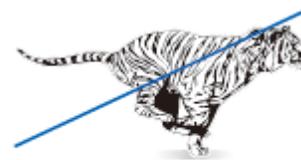
Красная буква «о» с широким ободком



Красная буква «о» с широким ободком

Красная буква «о» с широким ободком — ранее использовавшаяся в качестве элемента брендинга в маркетинговых и рекламных материалах Mobil™, Mobil Super™ и Mobil Special™ — будет использоваться только на основании особого решения и при условии утверждения.

Бегущий тигр



Заголовок «пластырь»



Бегущий тигр

Бегущий тигр будет использоваться только на основании особого решения и при условии утверждения (например, этикетки для упаковки).

Желтый заголовок «пластырь»

Подход с применением желтых подсвеченных заголовков, используемый в маркетинговых коммуникациях, более не используется.

Передовая производительность и энергоэффективность

Дистрибьюторы могут использовать логотипы «Advancing Productivity and Energy Efficiency» (Передовая производительность и энергоэффективность) там, где они уже появлялись в готовых маркетинговых и информационных материалах ExxonMobil. Дистрибьюторы не могут использовать эти логотипы в каких-либо дополнительных областях применения.

Передовая производительность



Энергоэффективность



Шрифтовое оформление

Шрифт EMprint

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Примечание: Шрифт EMprint является собственностью компании и не может использоваться для материалов, не имеющих отношения к ExxonMobil или не рекламирующих продукты или услуги ExxonMobil.

Шрифт EMprint

Шрифт EMprint специально создан в качестве основного средства идентификации в рамках визуальной системы.

Сжатый шрифт EMprint (ограниченное использование)

Для перегруженных текстом материалов следует использовать сжатое начертание шрифта EMprint.

Совместимость

Шрифты EMprint и EMprint сжатый включают в себя латинский, восточно-европейский и кириллический алфавиты.

Шрифты EMprint и EMprint сжатый доступны в вариантах, готовых для отображения на веб-сайтах. Существует четыре формата этих шрифтов для применения на интернет-платформах: woff, svg, eot и ttf.

Шрифт для применения на персональных компьютерах

В случаях, когда шрифт EMprint недоступен или может привести к проблемам совместимости (например, применение в продуктах Microsoft * Office), рекомендуется использовать шрифт Arial.

[Шрифт EMprint доступен на Интернет-ресурсах для вашего региона.](#)

Прекращение использования

Рекомендуется прекратить использование шрифтов Calibri, Helvetica, Helvetica Neue и Times Roman и перейти на применение предоставленных вариантов шрифтов.

Стиль обычных предложений

Используйте прописные буквы в стиле обычных предложений (с прописной буквы пишется только первое слово в предложении). Единственным исключением должны быть имена собственные и заголовки (например, Награда за производственную эффективность).

Выравнивание текста

Для всех текстов используйте выравнивание по левому краю; выравнивание по правому краю отсутствует. Обеспечивайте отсутствие выравнивания по правому краю во всех текстах и избегайте строк, состоящих из одного слова (управление переносом строк в абзаце).

Интервал между символами

Для всех текстов интервал между символами следует всегда устанавливать на 0. Для заголовков с крупными шрифтами интервал между символами или кернинг для определенных пар символов может быть немного откорректирован.

Межстрочный интервал

Межстрочный интервал всегда должен быть сбалансированным, чтобы обеспечить ясность и легкость восприятия. Соответствующие значения межстрочного интервала представлены в шаблонах.

Избегайте использования заглавных букв для всей строки

Не рекомендуется писать любые заголовки или основной текст полностью прописными буквами.

Избегайте использования лигатур

Не рекомендуется использовать лигатуры (наборные знаки из двух соединенных букв, такие как fi, fl, и т. п.), особенно в заголовках с крупным шрифтом и вывесках.

Ссылки в тексте

Вставляя ссылки на интернет-страницы в статичных либо интерактивных документах, пишите все символы в ссылке строчными буквами и подчеркивайте весь URL (например, «www.exxonmobil.com»).

Не используйте выражение «Нажмите здесь» или другие выражения для замещения текста ссылки, если текст предназначен для распечатки пользователями или в других случаях, когда функция интерактивности ссылки недоступна. Форматирование (начертание шрифта, цвет, насыщенность и т. п.) должно оставаться точно таким же, как в основном тексте, в который вставлена ссылка.

Шрифтовое оформление — языки с не латинским алфавитом

			Шрифт EMprint ненасыщенный	Шрифт EMprint обычный	Шрифт EMprint полужирный	Шрифт EMprint жирный
Арабский	ينيفرس نكست عربي عادي	Примечание: В этой группе отсутствуют полужирные шрифты. В качестве альтернативы используйте шрифт Univers Next Arabic жирный для замены шрифтов EMprint полужирный и EMprint жирный.	Шрифт Univers Next Arabic ненасыщенный	Шрифт Univers Next Arabic обычный		Шрифт Univers Next Arabic жирный
Китайский (традиционный)	蒙納黑體香港繁體中黑	Примечание: Традиционный китайский язык используется в основном в Тайване и Гонконге.	Шрифт M Hei HK ненасыщенный	Шрифт M Hei HK средний	Шрифт M Hei HK жирный	Шрифт M Hei HK экстражирный
Китайский (упрощенный)	蒙納黑体大陆简体中黑	Примечание: Упрощенный китайский язык используется в основном в материковом Китае.	Шрифт M Hei PRC ненасыщенный	Шрифт M Hei PRC средний	Шрифт M Hei PRC жирный	Шрифт M Hei PRC экстражирный
Греческий	ελληνικά Απλά	Примечание: В этой группе отсутствуют ненасыщенные шрифты. В качестве альтернативы используйте шрифт Linotype Ergo обычный для замены шрифтов EMprint ненасыщенный и EMprint обычный.		Шрифт Linotype Ergo обычный	Шрифт Linotype Ergo средний	Шрифт Linotype Ergo полужирный
Хинди	सरल देवनागरी सामान्य	Примечание: В этой группе отсутствуют полужирные шрифты. В качестве альтернативы используйте шрифт Linotype Saral жирный для замены шрифтов EMprint полужирный и EMprint жирный.	Шрифт Linotype Saral ненасыщенный	Шрифт Linotype Saral обычный		Шрифт Linotype Saral жирный
Японский	アクシス ライト		Шрифт Axis экстрененасыщенный	Шрифт Axis ненасыщенный	Шрифт Axis средний	Шрифт Axis жирный
Корейский	YD고딕체100 20		Шрифт YD Gothic 100 – 10	Шрифт YD Gothic 100 – 20	Шрифт YD Gothic 100 – 40	Шрифт YD Gothic 100 – 50
Тайский	ศรวิชัย ธรรมด๑	Примечание: В этой группе отсутствуют ненасыщенные или полужирные шрифты. В качестве альтернативы используйте шрифт TF Srivichai для замены шрифтов EMprint ненасыщенный и EMprint обычный, а шрифт TF Srivichai жирный для замены шрифтов EMprint полужирный и EMprint жирный.		Шрифт TF Srivichai		Шрифт TF Srivichai жирный
Вьетнамский	Thường Xuyên	Примечание: В этой группе отсутствуют ненасыщенные шрифты. В качестве альтернативы используйте шрифт Linotype Ergo обычный для замены шрифтов EMprint ненасыщенный и EMprint обычный.		Шрифт Linotype Ergo обычный	Шрифт Linotype Ergo средний	Шрифт Linotype Ergo полужирный

Цвет

Основные цвета являются отображением сущности группы бренда Mobil и используются на множестве логотипов ExxonMobil в различных областях применения.

Для обеспечения единообразия цветов на всех информационных платформах были подготовлены спецификации для форматов PANTONE®, CMYK, RGB и HTML. Мы настоятельно рекомендуем вам проверить свой принтер и убедиться в его способности надлежащего цветовоспроизведения.

	Название цвета	PANTONE®	CMYK	RGB	HTML (язык разметки гипертекста)
	ExxonMobil Красный	485 C	0 100 90 0	254 0 12	#FE000C
	Белый	Не применимо	0 0 0 0	255 255 255	#FFFFFF
	ExxonMobil Серый	Cool Grey 11C (холодный серый)	0 0 0 80	90 90 90	#5A5A5A
	Черный	Process Black (составной черный)	0 0 0 100	0 0 0	#000000
	ExxonMobil Синий	293 C	100 60 0 0	12 71 157	#0C479D
	ExxonMobil Серебристый	877 C	0 0 0 30	181 181 181	#B5B5B5
	Mobil Delvac Желтый	116	0 15 100 0	255 215 0	#F7D117
	Золотой		0 19 73 36	163 132 44	#A3842C

Примечание: Все названия и коды цветов из старых материалов по корпоративной идентичности более недействительны и не должны использоваться.

Примечание: Цвета, показанные на этой странице и в остальных разделах настоящего руководства, не прошли оценку на точность компании Pantone, Inc. и могут не соответствовать цветовым эталонам PANTONE. Чтобы провести точную оценку цвета, обращайтесь к действующим публикациям PANTONE. PANTONE® — собственность компании Pantone, Inc.

4.0 Использование бренда по назначению

- 4.01 Оформление транспортных средств
- 4.10 Помещения дистрибьютора
- 4.15 Маркетинговые материалы и реклама
- 4.17 Канцелярские принадлежности
- 4.20 Спецодежда
- 4.21 Сувенирная продукция

Транспортные средства — первоначальная оценка

F&L Marketing разработал руководство по фирменному оформлению транспортных средств, позволяющее получить преимущество благодаря повышенной заметности оформленных в фирменном стиле автомобилей и в то же время обеспечить единообразный стиль бренда во всех странах мира. Это руководство по фирменному оформлению транспортных средств доступно для применения на прошедших оценку рынках регионов, отмеченных как «доступные», при условии соблюдения перечисленных ниже ключевых принципов и условий.

Глобальные отрасли с высокой степенью риска	Смазочные материалы для пассажирского транспорта, коммерческого транспорта, а также промышленные смазочные материалы	Смазочные материалы для морских судов и авиации

Нигерия, Египет, Колумбия, Мексика, Гватемала, Папуа — Новая Гвинея	В качестве исключения	Нет
---	-----------------------	-----

Регион Северной и Южной Америки

Канада	Доступно	Нет
Карибские острова	В качестве исключения	Нет
Перу, Гайана, Эквадор, Бразилия, Аргентина	Доступно	Нет
США	Доступно	Нет

Тихоокеанский регион

Австралия / Новая Зеландия	Доступно	Нет
Гуам	Доступно	Нет
Китай / Тайвань / Гонконг / Сингапур	Доступно	Нет
Япония (ТГ)	Доступно	Нет
Новая Каледония / Фиджи	Доступно	Нет
Таиланд	Доступно	Нет

Регион EAME

Страны ЕС	Доступно	Нет
Страны, не входящие в ЕС	В качестве исключения	Нет
Великобритания / Ирландия	Доступно	Нет
Украина	В качестве исключения	Нет

Для оценки дополнительных рынков обращайтесь к своему представителю ExxonMobil

Ключевые принципы:

- ✓ Фирменное оформление доступно для парка транспортных средств ExxonMobil, официальных каналов распространения через третьих лиц, специализированных автоперевозчиков и в тех случаях, когда фирменное оформление является нормативным требованием.
- ✗ Не рекомендуется использовать фирменное оформление на оборудовании транспортных организаций общего пользования.
- ✗ Не следует применять фирменное оформление в странах с высокими рисками для обеспечения безопасности.

Требуемые условия:

- 1 Обращайтесь к соответствующим сотрудникам для проверок соответствия требованиям к фирменному оформлению
- 2 Внедряйте процессы аудита мер по обеспечению безопасности
- 3 Внедряйте процесс отчетности по происшествиям с транспортными средствами для доставки смазочных материалов в целях своевременного информирования компании ExxonMobil о дорожно-транспортных происшествиях с автомобилями с фирменным оформлением
- 4 Обеспечивайте использование дополнений к договорам / новых шаблонов договоров, где это применимо
- 5 Включайте проверки фирменного оформления транспортных средств в состав периодических аудитов на соответствие требованиям договора

Транспортные средства с символикой смазочных материалов для пассажирского транспорта (PVL)

Направление бизнес-деятельности, связанное со смазочными материалами для пассажирского транспорта, наилучшим образом представлено брендом Mobil 1. Использовать на транспортных средствах изображения, отображающие бренды смазочных материалов Mobil Super, Mobil Special или Mobil, не рекомендуется. Транспортные средства могут быть оформлены с использованием одного из двух стилей графики: Базовый или Премиум. Предложения касательно альтернативных стилей графики для транспортных средств в обязательном порядке подлежат утверждению со стороны ExxonMobil.

Базовый стиль — отказ от использования сложной графики по финансовым причинам. Основным элементом — логотип Mobil 1 с четким минималистским оформлением.

Стиль Премиум — основным элементом является логотип Mobil 1 с добавлением графики Energy Viz.

На следующей странице представлена информация по особому дизайну оформления транспортных средств.

Стили оформления транспортных средств

Основное изображение для транспортных средств дистрибьюторов смазочных материалов для пассажирского транспорта размещается на закрытых грузовых фургонах. Однако были разработаны шаблоны изображений для широкого диапазона стилей оформления транспортных средств.

Заходите на интернет-страницы для вашего региона, просматривайте и загружайте шаблоны изображений для: грузовых фургонов, автофургонов, железнодорожных цистерн, автоцистерн, закрытых грузовых фургонов и трейлеров. Общие принципы размещения логотипа сохраняются неизменными для всех стилей оформления транспортных средств.

Цвет транспортных средств

Для кабин утверждены следующие цвета: арктический белый (RAL 9010 или его эквивалент) или черный.

Базовый — дистрибьютор/партнер



Премиум — дистрибьютор/партнер



См. более подробное описание требований к оформлению дверей транспортных средств для дистрибьюторов/партнеров на стр. 4.09.

Настоящее руководство предназначено для дистрибьюторов смазочных материалов, которые желают использовать оформление с брендом Mobil на своих транспортных средствах для доставки. Настоящее руководство по использованию бренда предоставляется в соответствии с условиями и положениями договора, заключенного дистрибьюторами с ExxonMobil. Условия, связанные с применением настоящего руководства по использованию бренда, приведены в указанном договоре.

Транспортные средства с символикой смазочных материалов для пассажирского транспорта (PVL), продолжение

Особый дизайн оформления — транспортные средства оформляются с использованием графики повышенной заметности, обеспечивающей единство стиля текущей рекламной кампании и брендов ExxonMobil. Просим проконсультироваться со своим представителем ExxonMobil перед началом разработки дизайна.

Используйте только утвержденное изображение.

Особый дизайн оформления — дистрибьютор/партнер



Примечание: Эти примеры дизайна представлены исключительно в качестве иллюстраций.

См. более подробное описание требований к оформлению дверей транспортных средств для дистрибьюторов/партнеров на стр. 4.09.

Настоящее руководство предназначено для дистрибьюторов смазочных материалов, которые желают использовать оформление с брендом Mobil на своих транспортных средствах для доставки. Настоящее руководство по использованию бренда предоставляется в соответствии с условиями и положениями договора, заключенного дистрибьюторами с ExxonMobil. Условия, связанные с применением настоящего руководства по использованию бренда, приведены в указанном договоре.

Транспортные средства с символикой смазочных материалов для коммерческого автотранспорта (CVL)

Направление бизнес-деятельности, связанное со смазочными материалами для коммерческого транспорта, наилучшим образом представлено брендом Mobil Delvac 1. Для регионов или зон, где бренд Mobil Delvac 1 не представлен, на месте этого бренда можно отображать бренд Mobil Delvac. Транспортные средства могут быть оформлены с использованием одного из двух стилей графики: Базовый или Premium. Предложения касательно альтернативных стилей графики для транспортных средств в обязательном порядке подлежат утверждению со стороны ExxonMobil.

Базовый стиль — отказ от использования сложной графики по финансовым причинам. Основным элементом — логотип Mobil Delvac 1 с четким, минималистским оформлением.

Стиль Премиум — основным элементом является логотип Mobil Delvac 1 с добавлением графики Energy Viz.

На следующей странице представлена информация по особому дизайну оформления транспортных средств.

Стили оформления транспортных средств

Основное изображение для транспортных средств дистрибьюторов смазочных материалов для коммерческого транспорта размещается на закрытых грузовых фургонах. Однако были разработаны шаблоны изображений для широкого диапазона стилей оформления транспортных средств.

Заходите на интернет-страницы для вашего региона, просматривайте и загружайте шаблоны изображений для: грузовых фургонов, автофургонов, железнодорожных цистерн, автоцистерн, закрытых грузовых фургонов и трейлеров. Общие принципы размещения логотипа сохраняются неизменными для всех стилей оформления транспортных средств.

Цвет транспортных средств

Для кабин утверждены следующие цвета: арктический белый (RAL 9010 или его эквивалент) или черный.

Базовый — дистрибьютор/партнер



Премиум — дистрибьютор/партнер



См. более подробное описание требований к оформлению дверей транспортных средств для дистрибьюторов/партнеров на стр. 4.09.

Настоящее руководство предназначено для дистрибьюторов смазочных материалов, которые желают использовать оформление с брендом Mobil на своих транспортных средствах для доставки.

Настоящее руководство по использованию бренда предоставляется в соответствии с условиями и положениями договора, заключенного дистрибьюторами с ExxonMobil. Условия, связанные с применением настоящего руководства по использованию бренда, приведены в указанном договоре.

Смазочные материалы для коммерческого автотранспорта (CVL), продолжение

Особый дизайн оформления — транспортные средства оформляются с использованием графики повышенной заметности, обеспечивающей единство стиля текущей рекламной кампании и брендов ExxonMobil. Просим проконсультироваться со своим представителем ExxonMobil перед началом разработки дизайна.

Используйте только утвержденное изображение.

Особый дизайн оформления — дистрибьютор/партнер



Примечание: Эти примеры дизайна представлены исключительно в качестве иллюстраций.

См. более подробное описание требований к оформлению дверей транспортных средств для дистрибьюторов/партнеров на стр. 4.09.

Настоящее руководство предназначено для дистрибьюторов смазочных материалов, которые желают использовать оформление с брендом Mobil на своих транспортных средствах для доставки.

Настоящее руководство по использованию бренда предоставляется в соответствии с условиями и положениями договора, заключенного дистрибьюторами с ExxonMobil. Условия, связанные с применением настоящего руководства по использованию бренда, приведены в указанном договоре.

Транспортные средства с символикой промышленных смазочных материалов

Направление бизнес-деятельности, связанное с промышленными смазочными материалами, наилучшим образом представлено брендом Mobil SHC. Транспортные средства могут быть оформлены с использованием одного из двух стилей графики: Базовый или Премиум. Предложения касательно альтернативных стилей графики для транспортных средств в обязательном порядке подлежат утверждению со стороны ExxonMobil.

Базовый стиль — отказ от использования сложной графики по финансовым причинам. Основной элемент — логотип Mobil SHC с четким минималистским оформлением.

Стиль Премиум — основным элементом является логотип Mobil SHC с добавлением графики Energy Viz.

На следующей странице представлена информация по особому дизайну оформления транспортных средств.

Стили оформления транспортных средств

Основное изображение для транспортных средств дистрибьюторов промышленных смазочных материалов размещается на закрытых грузовых фургонах. Однако были разработаны шаблоны изображений для широкого диапазона стилей оформления транспортных средств.

Заходите на интернет-страницы для вашего региона, просматривайте и загружайте шаблоны изображений для: грузовых фургонов, автофургонов, железнодорожных цистерн, автоцистерн, закрытых грузовых фургонов и трейлеров. Общие принципы размещения логотипа сохраняются неизменными для всех стилей оформления транспортных средств.

Цвет транспортных средств

Для транспортных средств утверждены следующие цвета: арктический белый (RAL 9010 или его эквивалент) или алюминиевый. Для кабин утверждены следующие цвета: арктический белый (RAL 9010 или его эквивалент) или черный.

Базовый — дистрибьютор/партнер



Премиум — дистрибьютор/партнер



См. более подробное описание требований к оформлению дверей транспортных средств для дистрибьюторов/партнеров на стр. 4.09.

Настоящее руководство предназначено для дистрибьюторов смазочных материалов, которые желают использовать оформление с брендом Mobil на своих транспортных средствах для доставки.

Настоящее руководство по использованию бренда предоставляется в соответствии с условиями и положениями договора, заключенного дистрибьюторами с ExxonMobil. Условия, связанные с применением настоящего руководства по использованию бренда, приведены в указанном договоре.

Транспортные средства с символикой промышленных смазочных материалов

Особый дизайн оформления — транспортные средства оформляются с использованием графики повышенной заметности, обеспечивающей единство стиля текущей рекламной кампании и брендов ExxonMobil. Просим проконсультироваться со своим представителем ExxonMobil перед началом разработки дизайна.

Используйте только утвержденное изображение.

Особый дизайн оформления — дистрибьютор/партнер



Примечание: Эти примеры дизайна представлены исключительно в качестве иллюстраций.

См. более подробное описание требований к оформлению дверей транспортных средств для дистрибьюторов/партнеров на стр. 4.09.

Настоящее руководство предназначено для дистрибьюторов смазочных материалов, которые желают использовать оформление с брендом Mobil на своих транспортных средствах для доставки.

Настоящее руководство по использованию бренда предоставляется в соответствии с условиями и положениями договора, заключенного дистрибьюторами с ExxonMobil. Условия, связанные с применением настоящего руководства по использованию бренда, приведены в указанном договоре.

Транспортные средства для доставки полного ассортимента смазочных материалов

На транспортных средствах, используемых для доставки широкого ассортимента смазочных материалов, может быть отображен логотип Mobil в рекомендуемом формате (как показано на иллюстрации). Транспортные средства могут быть оформлены с использованием одного из двух стилей графики: Базовый или Премиум. Предложения касательно альтернативных стилей графики для транспортных средств в обязательном порядке подлежат утверждению со стороны ExxonMobil.

Стили оформления транспортных средств

Основное изображение для транспортных средств для доставки полного ассортимента смазочных материалов размещается на закрытых грузовых фургонах. Однако были разработаны шаблоны изображений для широкого диапазона стилей оформления транспортных средств.

Заходите на интернет-страницы для вашего региона, просматривайте и загружайте шаблоны изображений для: грузовых фургонов, автофургонов, железнодорожных цистерн, автоцистерн, закрытых грузовых фургонов и трейлеров. Общие принципы размещения логотипа сохраняются неизменными для всех стилей оформления транспортных средств.

Цвет транспортных средств

Для транспортных средств утверждены следующие цвета: арктический белый (RAL 9010 или его эквивалент) или алюминиевый. Для кабин утверждены следующие цвета: арктический белый (RAL 9010 или его эквивалент) или черный.

Базовый — дистрибьютор/партнер



Премиум — дистрибьютор/партнер



См. более подробное описание требований к оформлению дверей транспортных средств для дистрибьюторов/партнеров на стр. 4.09.

Настоящее руководство предназначено для дистрибьюторов смазочных материалов, которые желают использовать оформление с брендом Mobil на своих транспортных средствах для доставки.

Настоящее руководство по использованию бренда предоставляется в соответствии с условиями и положениями договора, заключенного дистрибьюторами с ExxonMobil. Условия, связанные с применением настоящего руководства по использованию бренда, приведены в указанном договоре.

Фирменной оформление для дистрибьюторов и компаний, занимающихся перепродажей, — двери автомобилей

Дистрибьюторы и компании, занимающиеся перепродажей, должны указывать на дверях автомобилей название компании и контактную информацию.

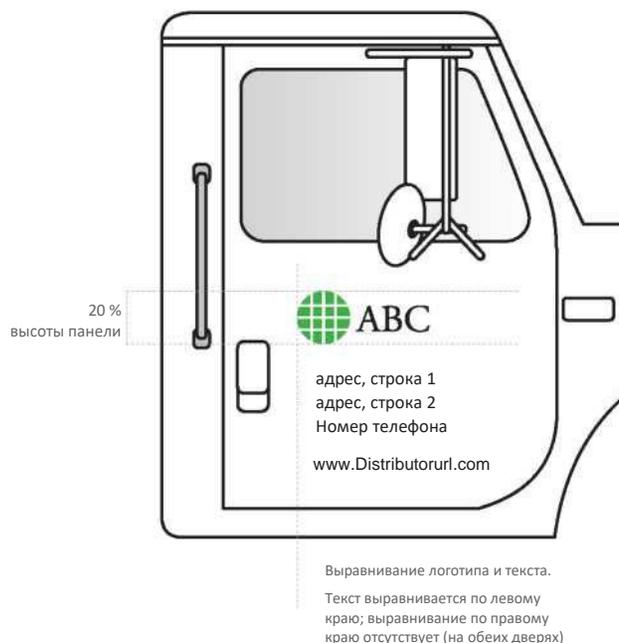
Логотипы дистрибьюторов и компаний, занимающихся перепродажей, указываются по желанию компании. При размещении логотипа его высота не должна превышать 20 % высоты дверной панели.

Адрес, номер телефона и URL оператора должны быть нанесены печатными буквами, шрифтом EMprint черного цвета. При отсутствии шрифта EMprint можно использовать Arial. Текст выравнивается по левому краю; выравнивание по правому краю отсутствует — независимо от того, на какой стороне автомобиля он размещен.

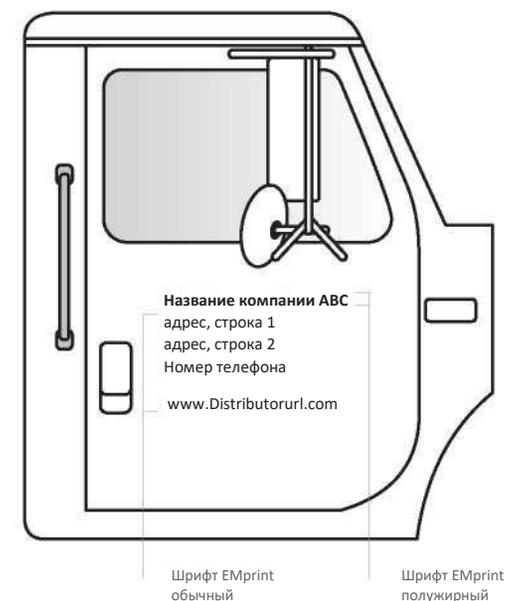
Текст следует размещать на расстоянии, равном высоте двух заглавных букв, от левого края окна.

Контактная информация должна размещаться под логотипом компании на расстоянии, равном не менее половины высоты одной заглавной буквы.

Дверь транспортного средства с логотипом



Дверь транспортного средства без логотипа



Наружные вывески

Наружные вывески

На объектах, не задействованных в продажах, фирменное оформление Mobil может использоваться снаружи офисных зданий или складских помещений. Предлагаемые области применения — надписи на точках продаж или панели стационарных вывесок.

От дистрибьюторов, решивших использовать логотипы Mobil, требуется использовать установленный формат, показанный в примере с размещением логотипа Mobil в качестве доминанты.

Дистрибьюторы, предпочитающие использовать свои логотипы на самом заметном месте, должны использовать идентификационный знак логотипа дистрибьютора.

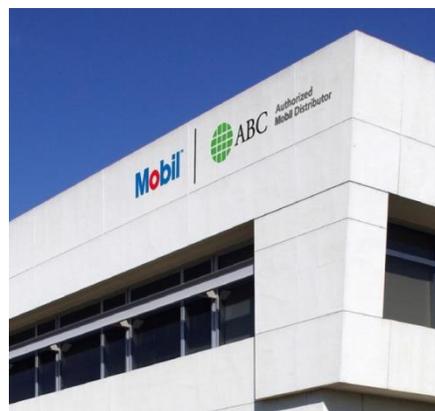
Вывеска должна содержать надпись «Authorized Mobil Distributor» (Официальный дистрибьютор Mobil) в обоих случаях. В вывеске с символикой дистрибьютора в качестве доминанты не могут использоваться продукты Mobil и/или любые сервисные логотипы.

Для обсуждения любых предлагаемых изменений просим обращаться к представителю ExxonMobil. Все исключения из представленных вариантов дизайна вывесок требуют предварительного одобрения со стороны соответствующего представителя ExxonMobil (см. стр. 7.05).

Чтобы обеспечить надлежащее применение сочетания логотипа со слоганом, см. руководство по совместному брендингу на стр. 3.31 и 3.32.

Основной логотип — Mobil

Надписи на здании

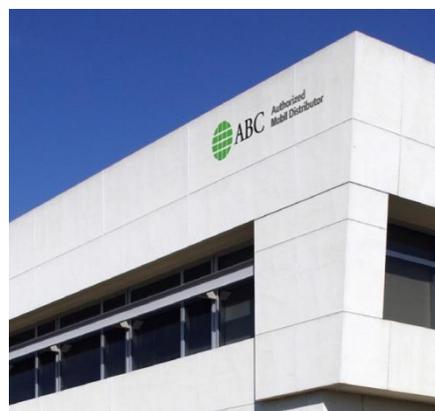


Панель вывески



Логотип дистрибьютора в качестве доминанты

Надписи на здании



Панель вывески



Отдельно стоящие вывески

Наружные отдельно стоящие вывески

На объектах, не задействованных в продажах, фирменное оформление Mobil может использоваться на наружных отдельно стоящих вывесках.

От дистрибьюторов, решивших использовать логотипы Mobil, требуется использовать установленный формат, показанный в примере с размещением логотипа Mobil в качестве доминанты.

Дистрибьюторы, предпочитающие использовать свои логотипы на самом видном месте, должны использовать подход с размещением символики дистрибьютора в качестве доминанты.

Вывеска должна содержать надпись «Authorized Mobil Distributor» (Официальный дистрибьютор Mobil) в обоих случаях. В вывеске с символикой дистрибьютора в качестве доминанты не могут использоваться продукты Mobil и/или любые сервисные логотипы.

Для обсуждения любых предлагаемых изменений просим обращаться к представителю ExxonMobil. Все исключения из представленных вариантов дизайна вывесок требуют предварительного одобрения со стороны соответствующего представителя ExxonMobil (см. стр. 7.05).

Чтобы обеспечить надлежащее применение сочетания логотипа со слоганом, см. руководство по совместному брендингу на стр. 3.31 и 3.32.

Основной логотип Mobil

Поместите соответствующий логотип здесь

Рекомендация



Пример



Логотип дистрибьютора в качестве доминанты

Рекомендация



Пример



Выровняйте по центру идентификационный знак с логотипом дистрибьютора

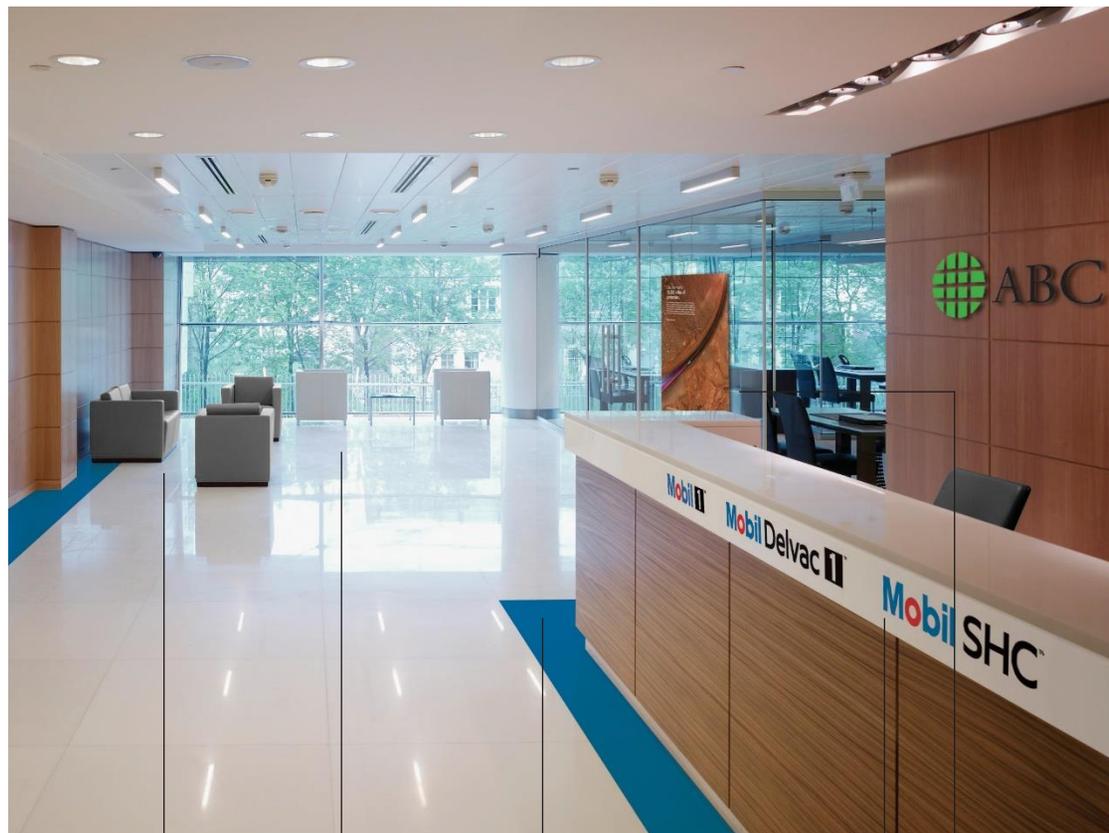
Фирменное оформление офисных интерьеров — приемная

Приемная офиса — крайне важная возможность произвести положительное впечатление на покупателей. Фирменное оформление в стиле ExxonMobil следует правильно использовать и соответствующим образом представлять.

Запрещается использовать брендинг нескольких компаний. Дистрибьюторам, предпочитающим фирменное оформление офисного пространства с использованием логотипов продуктов или сервисов Mobil, запрещается использовать совместный брендинг с фирменным оформлением/логотипами конкурирующих организаций.

Перед началом использования фирменного оформления офисных интерьеров требуется окончательное одобрение ExxonMobil. Руководства предоставляются исключительно в качестве предложений.

За дополнительной информацией/одобрением просим обращаться к соответствующим сотрудникам ExxonMobil (см. стр. 7.05).



Мебель — современная и удобная.

Приемная чистая и не перегруженная деталями.

Дистрибьюторы могут использовать фирменные цвета ExxonMobil.

Логотипы и товарные знаки Mobil 1™, Mobil Delvac 1™ и Mobil SHC™ отображаются точно и на видных местах.

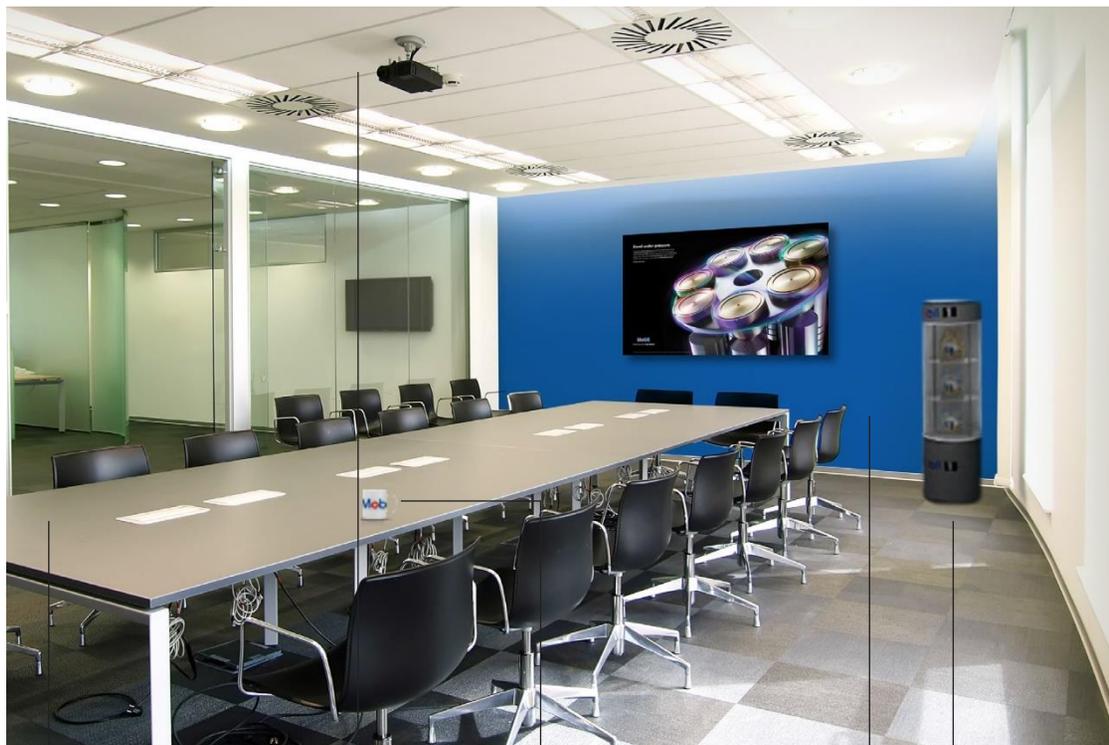
Используются соответствующие текущей маркетинговой кампании материалы и стенды.

Фирменное оформление офисных интерьеров — помещение для совещаний, тренингов и конференц-зал

Дизайн помещения для совещаний, тренингов и/или конференц-зала должен служить точным отражением сути деловой деятельности дистрибьютора для внутренней и внешней аудиторий.

Перед началом использования фирменного оформления офисных интерьеров требуется окончательное одобрение ExxonMobil. Руководства предоставляются исключительно в качестве предложений.

За дополнительной информацией/одобрением просим обращаться к соответствующим сотрудникам ExxonMobil (см. стр. 7.05).



Мебель — современная и удобная.

Помещение для совещаний надлежащим образом оснащено качественной аудио- /видеоаппаратурой.

Используйте фирменные канцелярские и сопутствующие принадлежности, такие как кружки, ручки и блокноты.

Дистрибьюторы могут использовать фирменные цвета ExxonMobil.

Используются стенды текущего образца для размещения линеек продуктов или наград дистрибьютора.

Фирменное оформление офисных интерьеров — офисное пространство

Дизайн офисного пространства должен создавать хорошо оборудованное и удобное пространство для работы, цель которого — поддерживать удовлетворенность и эффективность сотрудников.

Перед началом использования фирменного оформления офисных интерьеров требуется окончательное одобрение ExxonMobil. Руководства предоставляются исключительно в качестве предложений.

За дополнительной информацией/одобрением просим обращаться к соответствующим сотрудникам ExxonMobil (см. стр. 7.05).



Дистрибьюторы могут использовать фирменные цвета ExxonMobil.

Офисное пространство чистое и не перегружено деталями.

Мебель — современная и удобная.

Офисное пространство оснащено современными технологичными устройствами и оборудованием.

Используются соответствующие текущей маркетинговой кампании материалы и настенные полки / приспособления.

Маркетинговые материалы и реклама

Дистрибьюторы могут повторно использовать окончательный вариант маркетинговых и рекламных материалов ExxonMobil. Для получения более подробной информации обращайтесь к своему представителю ExxonMobil.

Примечание: Логотип или фирменное оформление дистрибьютора запрещается добавлять к материалам, в которых содержится слоган Energy lives here™ или элементы графики Energy Viz

Печатная реклама

Профиль эксплуатационных характеристик

Основные преимущества

- Способствует сокращению затрат на замену изношенных деталей
- Длительный срок службы подшипников способствует увеличению срока службы оборудования
- Способствует сокращению расхода топлива и снижению выбросов CO₂

Защита от точечного выкрашивания

В процессе контролируемых лабораторных испытаний, имитирующих обработку точечным выкрашиванием на зубьях шестерен, масла серии Mobilgear 600 XP обеспечили превосходную защиту по сравнению с обычными маслами этого типа. Это свойство может способствовать увеличению срока службы оборудования и экономии средств на ремонт и замену деталей.

Среднее точечное выкрашивание на зубьях шестерен

Масло	Среднее точечное выкрашивание (мкм³/мм²)
Масло серии Mobilgear™ 600 XP	~10
Промышленное референтное масло	~150

Отвечает требованиям или превосходит их:

- AGMA 9005-E02
- DIN 51517-3, 2009-05
- ISO 12925

Подобранные производители*

- Редукторы SIEMENS AG Flenzer, T 7300, Таблица A-4, № кода Flenzer
- Редукторы SIEMENS AG Flenzer, T 7300, Таблица B-01, № кода Flenzer
- Muller-Werger GmbH DT 55 005

15x защита от износа согласно отраслевым требованиям

Маркетинговые материалы и реклама, продолжение

Логотипы дистрибьюторов можно добавлять к утвержденным материалам ExxonMobil при условии, что слоган Energy lives here™ или элементы графики Energy Viz отсутствуют или были удалены.

Неприемлемо



- ✗ Элементы графики Energy Viz отображены
- ✗ Слоган Energy lives here™ отображен

Приемлемо



- ✓ Элементы графики Energy Viz и слоган Energy lives here™ были удалены
- ✓ Логотип совместного брендинга отображен в точности

Визитные карточки

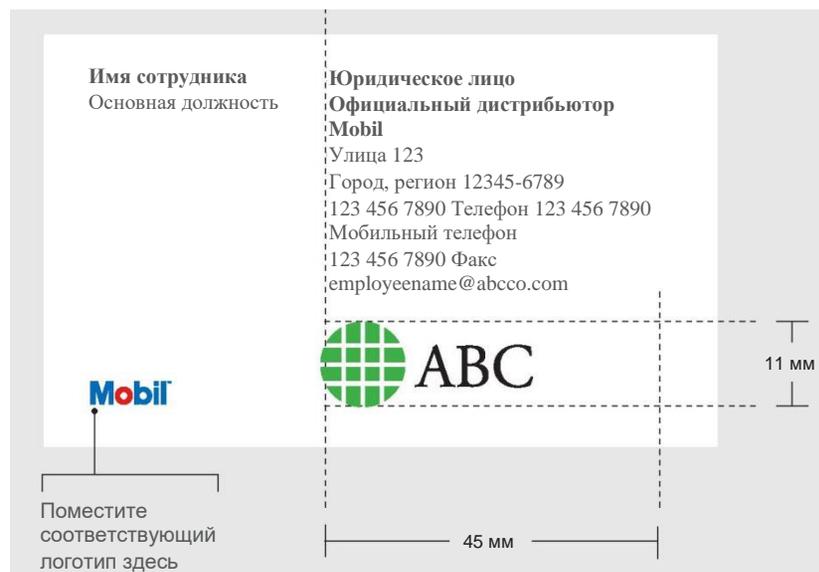
При изготовлении визитных карточек дистрибьютора следует соблюдать следующие основные принципы.

- Размер логотипа дистрибьютора должен превышать размер логотипа продукта или услуги Mobil.
- Дистрибьюторы продуктов или фирменных услуг Mobil должны указывать эту информацию — жирным шрифтом — после строки с названием своего юридического лица.
- При распространении нескольких продуктов или фирменных услуг Mobil используйте логотип ExxonMobil.

При изготовлении визитных карточек может использоваться монохромная или цветная печать.

Рекомендуемый метод печати — термография (рельефная печать).

Этот шаблон разрешено использовать только дистрибьюторам, занимающимся распространением исключительно продуктов и услуг Mobil.



Примечание: Размеры левой части образца визитной карточки составляют 90 x 55 мм, однако для размещения логотипа дистрибьютора на используемых в различных странах мира визитных карточек любых размеров должен использоваться участок 45 x 11 мм.

Монохромная печать

Имя сотрудника
Основная должность

Юридическое лицо
Официальный дистрибьютор Mobil
Улица 123
Город, регион 12345-6789
123 456 7890 Телефон 123 456 7890
Мобильный телефон
123 456 7890 Факс
employeename@abcco.com

Mobil SHC



Полноцветная печать

Имя сотрудника
Основная должность

Юридическое лицо
Официальный дистрибьютор Mobil
Улица 123
Город, регион 12345-6789
123 456 7890 Телефон 123 456 7890
Мобильный телефон
123 456 7890 Факс
employeename@abcco.com

Mobil



[Файлы с шаблонами доступны на Интернет-ресурсах для вашего региона.](#)

Фирменный бланк

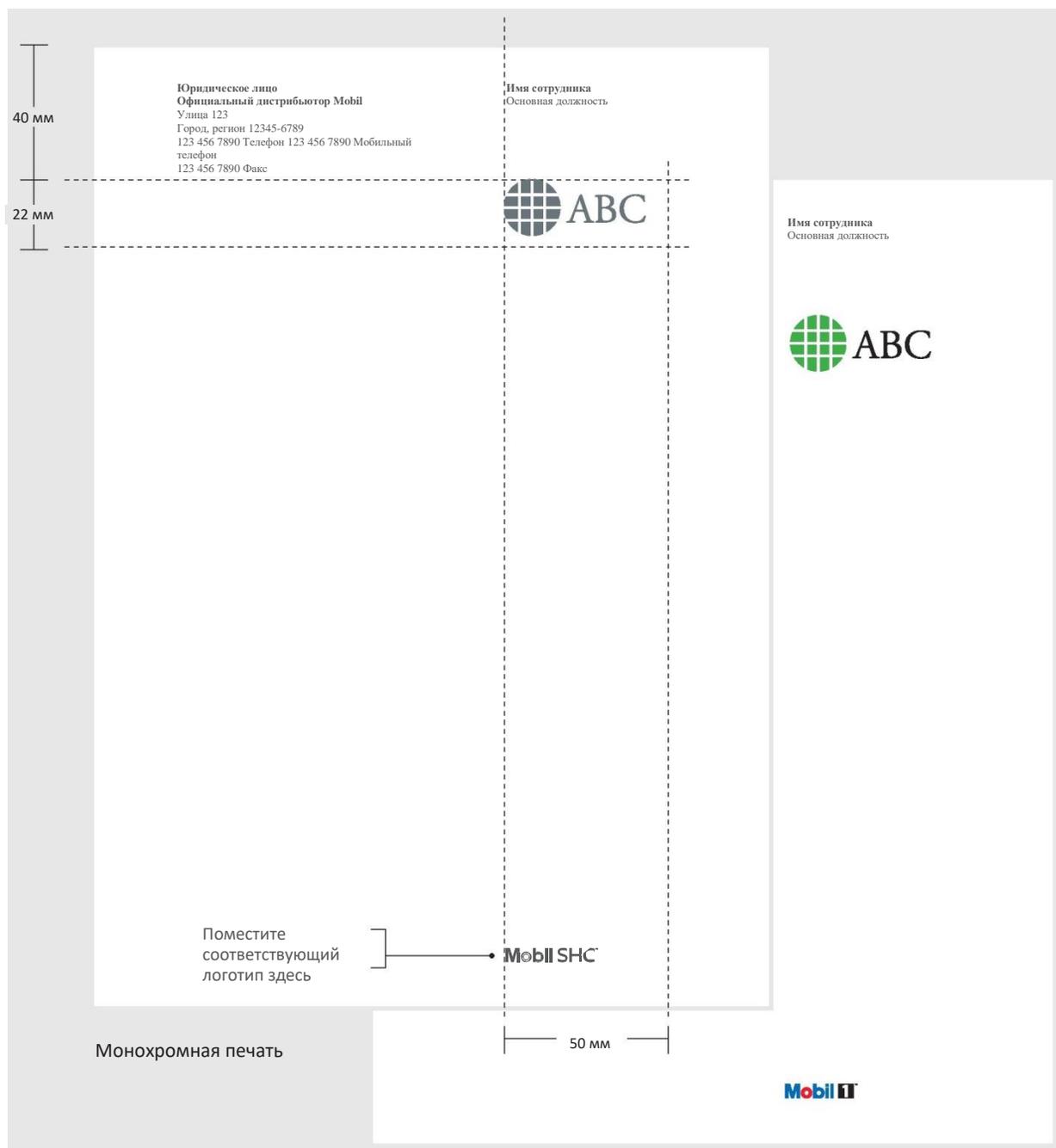
Имеется шаблон для фирменных бланков дистрибьюторов ExxonMobil. Для размещения логотипа дистрибьютора предназначен участок в верхней правой части страницы.

При изготовлении фирменных бланков может использоваться монохромная или полноцветная печать. При использовании полноцветной печати для изготовления фирменных бланков следует использовать цветной позитив логотипа продукта или услуги Mobil. При распространении нескольких продуктов или фирменных услуг Mobil используйте логотип ExxonMobil.

Рекомендуемый метод печати — термография (рельефная печать).

Разрешается использовать шаблоны для материалов, относящихся к продуктам и услугам Mobil. Не разрешается использовать их для продвижения любых других продуктов или услуг, не имеющих отношения к ExxonMobil.

Файлы с шаблонами доступны на Интернет-ресурсах для вашего региона.



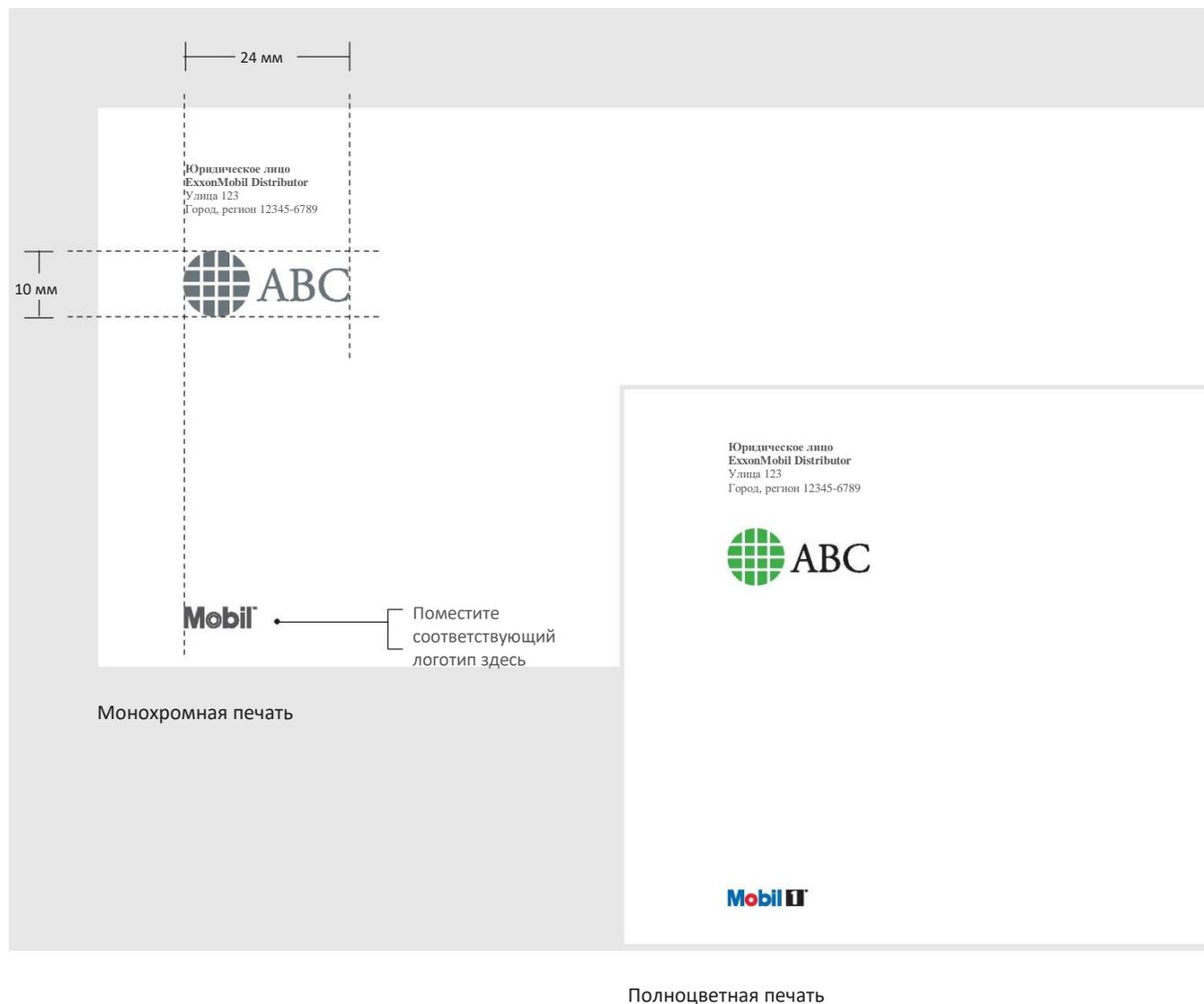
Конверт

Имеется шаблон для конвертов дистрибьюторов ExxonMobil. Для размещения логотипа дистрибьютора предназначен участок в верхней левой части конверта.

При изготовлении конвертов может использоваться монохромная или полноцветная печать. При использовании полноцветной печати для изготовления конвертов следует использовать цветной позитив логотипа продукта или услуги Mobil. При распространении нескольких продуктов или фирменных услуг Mobil используйте логотип ExxonMobil.

Рекомендуемый метод печати — термография (рельефная печать).

Разрешается использовать шаблоны для материалов, относящихся к продуктам или сервисам Mobil. Не разрешается использовать их для продвижения любых других продуктов или сервисов, не имеющих отношения к ExxonMobil.



[Файлы с шаблонами доступны на Интернет-ресурсах для вашего региона.](#)

Спецодежда

При изготовлении спецодежды свяжитесь со своим представителем ExxonMobil, так как в различных регионах доступны предпочтительные поставщики услуг.

Для рубашек/футболок рекомендуется использовать белый, серый или черный цвета. Рекомендуемые цвета для рабочих комбинезонов показаны ниже.

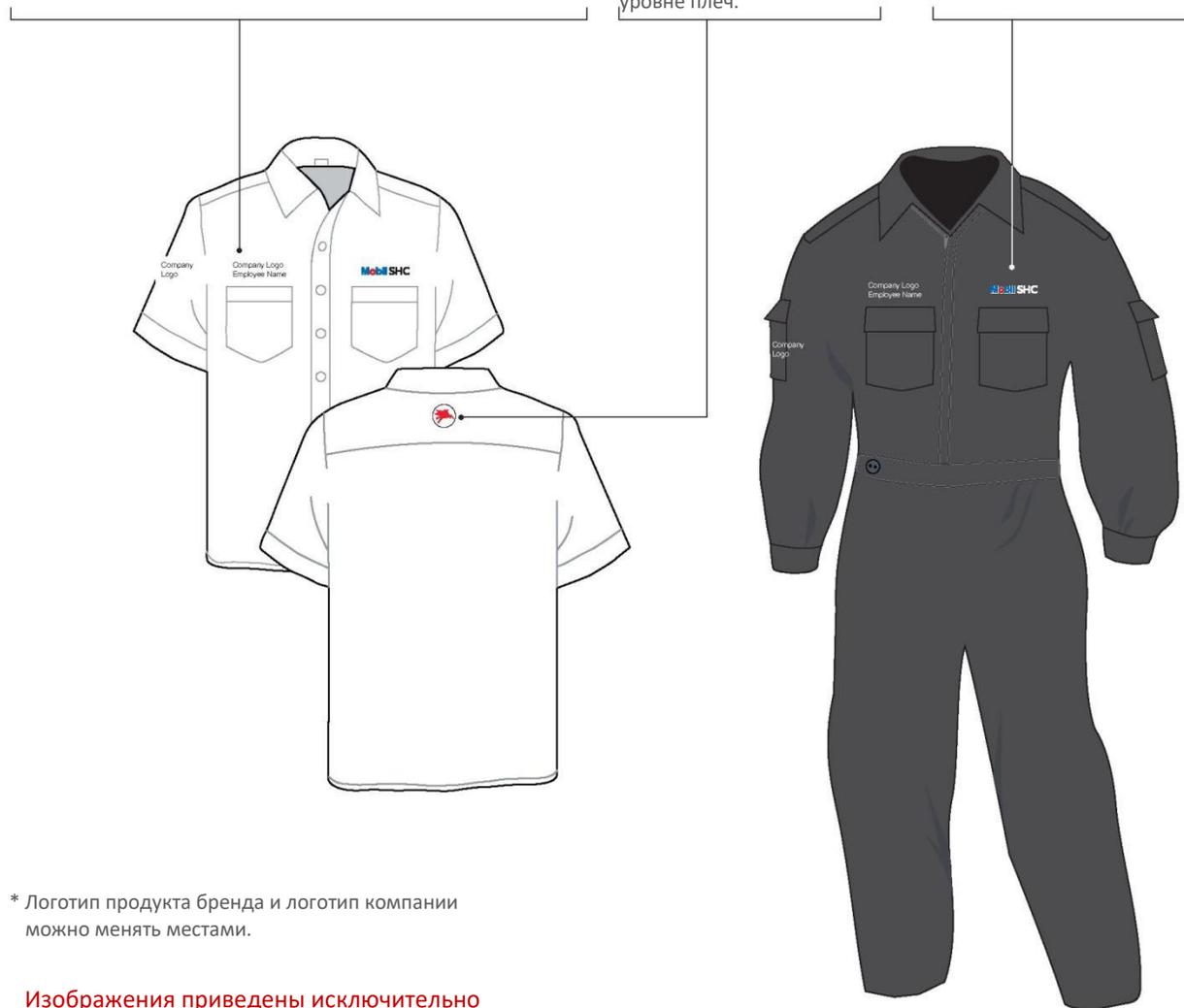


Следует использовать «альтернативную версию для сувенирной продукции» в сочетании со значком Mobil 1. Символ «ТМ» можно не использовать в случае вышивки любых логотипов. Для светлого фона используйте цветной позитив логотипа, а для темного — цветной негатив.

Персональные данные указываются по желанию. Также по желанию логотип компании или имя сотрудника размещается справа на передней части рубашки/футболки или рабочего комбинезона. Логотип компании можно также помещать на правом рукаве.

Дистрибьюторы промышленных продуктов могут размещать значок Pegasus на задней части рубашки/футболки на уровне плеч.

Размещайте логотип бренда Mobil слева на передней части рубашки/футболки или рабочего комбинезона.*



* Логотип продукта бренда и логотип компании можно менять местами.

Изображения приведены исключительно для примера.

Фирменные товары — размещение информации о продукте/услуге на самом заметном месте *предпочтительный подход*

При изготовлении фирменной сувенирной продукции свяжитесь со своим представителем ExxonMobil, так как в различных регионах доступны предпочтительные поставщики услуг.

Рекомендуется использовать соответствующие фирменные цвета (черный, белый, серый, ExxonMobil синий, ExxonMobil красный), качественные материалы, и надлежащим образом размещать логотип при изготовлении сувенирной продукции с указанием продуктов/услуг ExxonMobil или Mobil в качестве основного бренда.

Сувенирная продукция с рекламой продукта и/или услуги бренда должны носить или использовать сотрудники дистрибьютора, активно участвующие в представлении продуктов и/или услуг бренда Mobil. Для дистрибьюторов продуктов нескольких компаний недопустимо носить одежду с символикой любых продуктов/услуг бренда ExxonMobil или Mobil в сочетании с одеждой с символикой конкурирующих компаний. На предметах одежды также может указываться логотип дистрибьютора — на правом рукаве рубашки/футболки. На головных уборах логотип дистрибьютора может размещаться справа. На фирменных сувенирных товарах общего назначения может размещаться логотип дистрибьютора — при желании и при наличии достаточного места. При добавлении логотипа дистрибьютора к фирменным товарам с символикой продуктов и/или услуг бренда Mobil руководствуйтесь здравыми деловыми соображениями.

Особые примечания о символе «™»

В случаях, когда воспроизведение символа «™» представляется слишком сложным (например, при вышивке), этот символ можно опускать.

В случаях, когда вынужденно используется логотип очень маленького размера, символ «™» может быть нечитаемым.

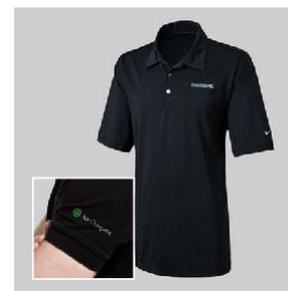
В целях обеспечения удобочитаемости масштаб этих символов

может быть изменен до необходимых размеров. Пожалуйста, действуйте, исходя из интересов вашего бизнеса.

Примеры фирменных сопутствующих товаров



Оксфордская рубашка



Футболка-поло



Кепка-бейсболка



Вязаная шапка



Стакан



Зонт



Кепка-бейсболка (Только для смазочных материалов для морских судов)



Мячи для гольфа (Только для смазочных материалов для морских судов)

Сувенирная продукция — размещение информации о дистрибьюторе на самом заметном месте *приемлемый подход*

Размещать логотип дистрибьютора на самом заметном месте также приемлемо.

Фирменные сопутствующие товары с рекламой продукта и/или услуги бренда должны носить или использовать сотрудники дистрибьютора, активно участвующие в представлении продуктов и/или услуг бренда ExxonMobil и/или Mobil. Для дистрибьюторов продуктов нескольких компаний недопустимо носить одежду с символикой любых продуктов и/или услуг бренда ExxonMobil или Mobil в сочетании с одеждой с символикой конкурирующих компаний.

На предметах одежды также может указываться логотип продуктов/услуг ExxonMobil или Mobil — на правом рукаве рубашки/футболки. На головных уборах может размещаться логотип продуктов/услуг ExxonMobil или Mobil — справа. На фирменных товарах общего назначения может размещаться логотип продуктов/услуг ExxonMobil или Mobil — при желании и при наличии достаточного места.

Руководствуйтесь здравыми деловыми соображениями при добавлении логотипа продуктов/услуг ExxonMobil или Mobil к фирменным сопутствующим товарам с символикой дистрибьютора.

Следует обязательно использовать цветной позитив логотипа продуктов/услуг ExxonMobil или Mobil на светлом фоне. Цветной негатив следует использовать на темном фоне.

Особые примечания о символе «™»

В случаях, когда воспроизведение символа «™» представляется слишком сложным (например, при вышивке), этот символ можно опускать.

В случаях, когда вынужденно используется логотип очень маленького размера, символ «™» может быть нечитаемым. В целях обеспечения удобочитаемости масштаб этих символов может быть изменен до необходимых размеров. Пожалуйста, действуйте, исходя из интересов вашего бизнеса.

Примеры фирменных сопутствующих товаров



Оксфордская рубашка



Футболка-поло



Кепка-бейсболка



Вязаная шапка

5.0 Цифровые интерактивные приложения

5.01 Веб-сайты

5.02 Доменные имена веб-сайтов и социальных сетей

Исчерпывающие инструкции, относящиеся к электронным платформам, см. в руководстве по электронному маркетингу для дистрибьюторов/BW, доступному на Интернет-ресурсах для вашего региона.

Веб-сайты

Настоящее руководство предназначено для сайтов дистрибьюторов, сайтов партнеров, сайтов спонсируемых организаций и сайтов иных сторонних организаций.

Если имеющиеся маркетинговые материалы ExxonMobil предназначены для загрузки или изменения, например, баннеры, видеоролики, изображения, тексты, веб-приложения, то для таких материалов следует соблюдать требования соответствующих инструкций. Дополнительные факторы, которые необходимо учитывать:

Логотип бренда

Всегда должен использоваться утвержденный логотип бренда.

Строка взаимосвязи с брендом

По возможности строка взаимосвязи с брендом должна сочетаться с логотипом бренда (там, где это возможно в зависимости от размера и дизайна).

Слоган Energy lives here™ (Энергия живет здесь)

Разрешается использование исключительно на баннерах, полностью посвященных бренду Mobil.

Шрифт EMPrint

Использование шрифта EMprint по желанию.

Цвет

Информацию об использовании соответствующих фирменных цветов см. в разделе 3.35.

Energy Viz

Разрешается использование исключительно на баннерах, полностью посвященных бренду Mobil.

шаблон Веб-сайта

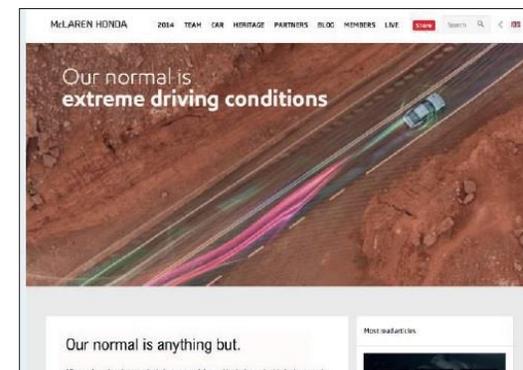
Подробную информацию см. в руководстве по электронному маркетингу.

Примеры использования логотипов брендов и строки взаимосвязи с брендом



Пример логотипа бренда и строки взаимосвязи с брендом

Пример использования графики Energy Viz



Графика Viz была предоставлена для поддержки веб-страницы рекламной кампании

шаблон Веб-сайта



Доменные имена веб-сайтов и социальных сетей

Операторам запрещается использовать мастер-бренды, бренды продуктов/услуг или биржевое название ExxonMobil для доменных имен веб-сайтов, имен доменов верхнего уровня, названий страниц в социальных сетях и доменных имен электронной почты.

Цель этих ограничений — предотвратить создание впечатления о том, что при обмене данными с дистрибьютором по электронной почте или на его веб-сайте общение происходит непосредственно с представителями корпорации ExxonMobil. Настоящая политика не содержит ограничений к содержимому веб-страниц.

Домены веб-сайта



www.xomdistributor.com
www.mobildealer.com
www.isellmobiljet.com

Социальные сети



facebook.com/nymobiloil
twitter.com/mobiljetclub
youtube.com/oildealerxom

Домены электронной почты



office@exxonmobiloils.com
sales@mobiljetdealer.com
bob@buyxomail.net

6.0 Выставки, торгово-промышленные ярмарки и мероприятия

6.01 Элементы оформления бренда для торгово-промышленных ярмарок

Элементы фирменного оформления для торгово-промышленных ярмарок

Дистрибьюторы могут использовать существующие материалы для выставочных стендов или разработать собственные. За помощью просим обращаться к вашему местному консультанту по маркетингу (FMA). Утверждены следующие элементы:

	Mobil 1	Mobil Delvac	Индустриальные смазочные материалы Mobil
Основная цветовая палитра	Черный Серебристый	Черный Mobil Delvac Желтый	Белый
Утвержденные компоненты	Значок Mobil 1 Изображения для автоспорта <i>Фотография действующего</i> варианта упаковки Energy Viz*	Маркетинговое заявление <i>Фотография действующего</i> варианта упаковки Energy Viz*	Фотография, изображающая данную отрасль промышленности Логотип Mobil SHC Логотип MobilGrease Energy Viz*
Подтвержденные заявления и достоинства продукта	Двигатель будет работать как новый. Бренд лидирующего в мире синтетического моторного масла.	Для длительной эксплуатации двигателя. Синтетические масла развивают бизнес.	Передовая производительность
Одобренный слоган	Energy lives here™	Energy lives here™	Energy lives here™

Примеры использования выставочных материалов



Баннер

Особые примечания

Любое использование изображений автоспорта должно быть одобрено компанией ExxonMobil. Порядок получения одобрений можно узнать у местного консультанта по маркетингу

*Графику Energy Viz или изображения Energy Viz можно использовать только в случаях, когда выставочный стенд посвящен исключительно бренду ExxonMobil.

Основным брендом для стендов промышленно-торговых ярмарок и выставок должен быть Mobil или ExxonMobil. Логотипы Mobil SHC и MobilGrease могут быть представлены только в качестве вспомогательных брендов.

Дополнение

Неправильное использование бренда для оформления
Проверочный лист на соответствие требованиям оформления бренда

Неправильное использование бренда для оформления

На следующих примерах показаны случаи неправильного использования элементов оформления.

Выбирайте Mobil  чтобы ваш двигатель работал как новый.

Не вставляйте логотип в текст. (Исключения относятся к строкам взаимосвязи с брендом и к идентификационному знаку логотипа дистрибьютора.)



Не размещайте цветной позитив логотипа на темном фоне.

Не изображайте части логотипа и не разделяйте логотип на части.



Не изменяйте и не модифицируйте цвета логотипа. Всегда стремитесь к точному отображению цветов.



Не вставляйте значок Mobil 1 в логотип Mobil 1.



Не деформируйте и не искажайте логотип.



Не подбирайте для логотипа неправильный шрифт. Всегда используйте изображение официального логотипа.



Не изображайте значок Pegasus рядом с названиями программ смазочных материалов для пассажирского или коммерческого транспорта. Значок Pegasus утвержден только для маркетинга промышленных смазочных материалов Mobil.



Не размещайте никакие логотипы на фоне из нескольких цветов или графических узоров.



Не изменяйте ориентацию изображения логотипа.



Не используйте значок Mobil 1 в сочетании с маркетинговыми материалами для Mobil Delvac или Mobil Delvac 1.



Не создавайте графический узор с использованием любых логотипов ExxonMobil или продуктов бренда.



Не используйте «графику Wing» для маркетинговых материалов или изображений Mobil SHC или MobilGrease. Данное изображение зарезервировано для промышленных смазочных материалов Mobil.



Не нарушайте инструкции по размеру свободного пространства для любых логотипов.



Вывеска должна быть чистой и полностью читаемой. Избегайте любых повреждений.

Проверочный лист на соответствие требованиям оформления бренда

ExxonMobil рекомендует дистрибьюторам периодически проводить самостоятельную оценку их соответствия требованиям руководства по оформлению.

Используйте следующий проверочный лист для оценки соответствия минимальным стандартам бренда. Все дистрибьюторы должны соблюдать стандарты «Соответствия требованиям»; однако всемерно поощряется использование фирменного оформления на уровне «Лучший в своем классе».

Отображение логотипов бренда

Не соответствует стандартам



- Неправильное изображение логотипа
- Имеются повреждения

Соответствует стандартам



- Правильное изображение логотипа
- Повреждения отсутствуют

Лучший в своем классе



- Фирменное оформление с высоким уровнем воздействия, с четким отображением логотипа(-ов) Mobil
- Правильное изображение логотипа

Транспортные средства

Не соответствует стандартам



- Изображение не одобрено
- Отсутствует информация о дистрибьюторе

Соответствует стандартам



- Утвержденное изображение, выполнены требования, изложенные на стр. 4.01–4.09 руководства
- Указана информация о дистрибьюторе

Лучший в своем классе



- Фирменное оформление с высоким уровнем воздействия, выполнены требования, изложенные на стр. 4.01–4.09 руководства
- Указана информация о дистрибьюторе

Канцелярские принадлежности

Не соответствует стандартам



- Логотип(-ы) Mobil нельзя изображать в качестве основного идентификационного знака

Соответствует стандартам



- Разрешается отображать логотип дистрибьютора в качестве единственного логотипа

Лучший в своем классе



- Совместный брендинг на канцелярских товарах, выполнены требования, изложенные на стр. 4.17–4.19 руководства.

Проверочный лист на соответствие требованиям фирменного оформления, продолжение

Используйте следующий проверочный лист для оценки соответствия минимальным стандартам бренда.

Помещения

Не соответствует стандартам



- Логотип(-ы) Mobil нельзя изображать в качестве основного идентификационного знака

Соответствует стандартам



- Логотип дистрибьютора может изображаться в качестве основного идентификационного знака

Лучший в своем классе



- Совместный брендинг на вывеске, выполнены требования, изложенные на стр. 4.10 руководства

Сувенирная продукция

Не соответствует стандартам



- Указан логотип конкурирующей организации

Соответствует стандартам



- Утвержденное изображение, выполнены требования, изложенные на стр. 4.21 руководства

Лучший в своем классе



- Фирменное оформление с высоким уровнем воздействия, выполнены требования, изложенные на стр. 4.21 руководства

Товарный знак

Не соответствует стандартам



- Символ «TM» не отображен с логотипом (логотипами) Mobil

Соответствует стандартам / Лучший в своем классе



- Символ «TM» отображен с логотипом (логотипами) Mobil

Исключения для дистрибьюторов смазочных материалов ExxonMobil морского назначения

Дистрибьюторы смазочных материалов для морских судов ExxonMobil должны заменять логотип ExxonMobil на логотипы Mobil согласно настоящему руководству. Применяются все требования руководства к свободному пространству и ориентации.

Файлы с соответствующими изображениями и шаблонами доступны на интернет-ресурсах для вашего региона.

Идентификационный знак логотипа дистрибьютора



Совместный брендинг с ExxonMobil



Помещения дистрибьютора



Канцелярские принадлежности



Доступные ресурсы

По вопросам, возникающим в связи с настоящим руководством, просим обращаться к указанным ниже сотрудникам.

