



Treasury Board of Canada
Secretariat

Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat

Federal Identity
Program
Manual

Manuel du Programme
de coordination
de l'image de marque

Message

Identification
of programs
and services

September 1987

Message

Identification
des programmes
et des services

Septembre 1987

1.2

Table of contents

Table des matières

Introduction	3
Scope	3
Objectives	3
Responsibilities	4
Identification: a systems approach	4
Managing a system	4
Identification of government services	4
Access to government services	4
Message: Who needs to know?	4
Service titles	7
Message: editing and design	8
The process: verbal and visual	8
Official languages: side by side	9
Equivalence	9
Message elements common to both languages	10
Addresses: functional and concise	12
General considerations	12
Mailing addresses	13
Sign communications	16
Principles	16
Primary identification signs	16
Directory boards	21
Operational signs	23
Project signs	23
Official languages: style	24
Titles	24
Abbreviations	24
Accents	24
Capitalization	24
Punctuation	24
Points of the compass	25
Dates	26
Time of day	26
Time duration	26
Official languages: use of names	28
Names of buildings, structures and sites	28
Street names	29
Geographical names	29
Names of provinces and territories	29
Names of other governments or institutions	29
Bibliography	30
Commonly used terms (Appendix A)	31

Introduction	3
Portée	3
Objectifs	3
Responsabilités	4
Système d'identification	4
Gestion d'un système	4
Identification des services gouvernementaux	4
Accès aux services gouvernementaux	4
Message: Qui informer?	4
Titres de service	7
Message: rédaction et design	8
Le processus verbal et visuel	8
Langues officielles: côte à côte	9
Équivalence	9
Présentation d'éléments communs aux deux langues	10
Adresses: aspect fonctionnel et concision	12
Généralités	12
Adresses postales	13
Panneaux de signalisation	16
Principes	16
Panneaux d'identification principaux	16
Tableaux répertoires	21
Panneaux fonctionnels	23
Panneaux de projet	23
Langues officielles: règles et usages	24
Titres	24
Abréviations	24
Accents	24
Majuscules	24
Ponctuation	24
Points cardinaux	25
Représentation de la date	26
Représentation de l'heure	26
Représentation de la durée	26
Langues officielles: emploi des noms	28
Noms d'immeubles, d'ouvrages et de sites	28
Noms de voies publiques	29
Noms géographiques	29
Noms de provinces et de territoires	29
Noms d'autres gouvernements ou institutions	29
Bibliographie	30
Expressions fréquemment employées (Appendice A)	31

Introduction Messages that identify services or inform about programs appear in many applications of the FIP. These messages play an important role in helping the general public gain access to government services.

This section is intended to clarify FIP policy as it applies to the identification of programs and services, including the use and presentation of the official languages. It should be used with Chapter 470, ‘‘Federal Identity Program’’ of the *Administrative policy manual*.

To help users of the FIP Manual to develop an appropriate version of a message in each official language, certain rules of style and usage have been included in this section. These rules were prepared in consultation with the Translation Bureau, Department of the Secretary of State of Canada.

Plain and simple

Government programs and services should be identified in plain language that clearly describes their purpose. Messages should meet the needs of the public. Therefore they should be brief, and should not describe organizational hierarchies. Functional identification is user-oriented. Organizational identification on the other hand, primarily serves a bureaucracy.

The need for guidelines was identified following a review of the message content in FIP applications such as forms, advertising, paid announcements, and signage. The review showed a preoccupation with bureaucratic concerns and a failure to identify programs and services clearly to the public. It also revealed errors in the text and a disregard for the standards of style and usage of each official language.

The purpose of these guidelines is to clarify government policy and to explain how it can be implemented.

Scope Guidelines are provided on the creation and presentation of messages in both official languages. Such messages identify government programs and services, and generally include titles, addresses or other information needed by the public.

The fields of application for these messages include stationery, calling cards, forms, public notices, advertising and signage.

Directly related is the use of titles and addresses in a telephone directory (e.g. blue pages) or an index to federal programs and services. The use of service titles may also affect telephone answering.

Objectives The guidelines on the creation and presentation of messages are based on these objectives:

- to facilitate access to federal programs and services;
- to promote consistency and clarity in the writing and presentation of both official languages;
- to promote the functional identification of government services;
- to assist effective communication in applications where messages must be concise.

Introduction Les messages qui identifient les services ou les programmes ou qui renseignent à leur sujet figurent dans de nombreuses applications du Programme de coordination de l’image de marque (PCIM). Ces messages facilitent l’accès du grand public aux services fédéraux.

La présente section précise la politique du PCIM quant à l’identification d’un service ou d’un programme, et traite des règles d’utilisation et de présentation des langues officielles. Elle devrait être lue de pair avec le chapitre 470, « Programme de coordination de l’image de marque » du *Manuel de la politique administrative*.

Pour aider les utilisateurs du Manuel du PCIM à bien rédiger le texte d’un message dans chaque langue officielle, certaines règles de style et d’usage ont été incorporées dans cette section. Elles ont été préparées de concert avec le Bureau des traductions du Secrétariat d’État du Canada.

Identification claire et simple

Les programmes et les services gouvernementaux devraient être identifiés en termes simples qui décrivent clairement leur nature. Les messages devraient répondre aux besoins du public, être brefs et ne comporter aucune indication sur la hiérarchie des organismes. L’identification fonctionnelle est axée sur l’utilisateur, contrairement à l’identification des organismes qui répond essentiellement aux besoins de la bureaucratie.

On a jugé nécessaire d’établir des lignes directrices en la matière après avoir procédé à l’examen du message de certaines applications du PCIM, comme les formules, la publicité, les annonces payées et la signalisation. L’examen a en effet révélé que l’importance accordée aux objectifs bureaucratiques empêchait d’identifier efficacement les programmes et services destinés au grand public. Il a également relevé des textes fautifs et l’insouciance manifestée à l’égard des règles de style et d’usage de chaque langue officielle.

Ces lignes directrices visent à préciser la politique gouvernementale et à décrire les moyens de l’appliquer.

Portée Les lignes directrices concernent la création et la présentation de messages dans les deux langues officielles. Ces messages servent à l’identification des programmes et des services gouvernementaux et comprennent généralement des titres, des adresses et autres renseignements qui doivent être communiqués au public.

Le champ d’application des messages englobe les articles de papeterie, les cartes de visite, les formules, les avis publics, la publicité et la signalisation.

Il faut également noter l’utilisation des titres de services et des adresses dans un annuaire téléphonique (pages bleues) ou dans un répertoire des programmes et services gouvernementaux. Les titres de services peuvent aussi être utilisés lorsqu’on répond au téléphone.

Objectifs Les lignes directrices régissant la création et la présentation de messages se fondent sur les objectifs suivants:

- de faciliter l’accès aux programmes et aux services fédéraux;
- de promouvoir l’uniformité et la clarté dans l’expression et la présentation des deux langues officielles;
- de promouvoir l’identification fonctionnelle des services gouvernementaux;
- d’améliorer l’efficacité de la communication dans des applications où le message doit être concis.

Responsibilities Each government organization is responsible for the content and the linguistic quality of texts in both official languages. To ensure that messages are correct in every respect, organizations should provide appropriate controls.

Responsabilités Chaque organisme fédéral est responsable du contenu et de la qualité linguistique de ses textes dans les deux langues officielles. Pour s'assurer que leurs messages sont à tous points de vue impeccables, les organismes devraient établir des mesures de contrôle pertinentes.

Identification: a systems approach

Coherent messages are the basis of systematic identification. On a visual level, the FIP provides coherence through the consistent use of graphic elements; on a verbal level, the applied title identifies an organization in a consistent manner.

Managing a system Messages that identify programs and services form an important part of an organization's corporate identity. Generally, it is the FIP coordinator who maintains an overview of all the applications of an organization's corporate identity and who can best advise on messages that identify services. Messages must be clear and consistent to meet the needs of the public. The modes of contact by the public vary and may include personal contact in an administrative setting or a field situation, or contact by mail or telephone.

Identification of government services The relationship between corporate and service identification should be evaluated. The term "corporate identification" means the identity as expressed by an organization's signature, "Canada" wordmark, standard typeface, and specific colours and layout. Generally, the corporate identification is supplemented by a message that is specific to a particular service or location (Fig. 1).

Access to government services The interaction between information provided in advance and the identification provided at the point of service should be assessed. It is an analysis of the process people use to find and gain access to government programs and services (Fig. 2).

Message: Who needs to know? Messages must be "tuned" to the receiver, the public. To produce an effective message, the author must know the nature of the particular public and its needs for information. To help the public to find and gain access, a user-centered approach is needed. Messages referring to a government service should be consistent wherever they appear, in advance of, or at the point of service.

Système d'identification

L'homogénéité des messages est à la base de tout système d'identification. Sur le plan visuel, le PCIM permet une telle homogénéité, grâce à l'utilisation constante des mêmes éléments graphiques; sur le plan écrit, le titre d'usage identifie les organismes de façon uniforme.

Gestion d'un système Les messages qui identifient les programmes et les services font partie intégrante de l'image de marque d'un organisme. En général, le coordonnateur du PCIM tient un relevé de toutes les applications que fait un organisme de cette image de marque et est donc le mieux placé pour donner des conseils sur les messages touchant l'identification des services. Les messages doivent être clairs et uniformes afin de répondre aux besoins du public. Les contacts avec le public sont divers et peuvent inclure les entretiens personnels dans un bureau ou ailleurs, ou les contacts par lettre ou téléphone.

Identification des services gouvernementaux Les rapports qui existent entre l'identification de l'organisme et l'identification d'un service devraient être étudiés. Le terme « identification de l'organisme » désigne l'entité représentée par la signature de l'organisme, le mot-symbole « Canada », le caractère normalisé, enfin les couleurs et la disposition particulières. L'identification de l'organisme s'accompagne en général d'un message signalant un service ou un lieu particulier (Fig. 1).

Accès aux services gouvernementaux Le rapport entre l'information fournie à l'avance et l'identification fournie au point de service devrait être évalué. Cette analyse indiquera comment le public repère les programmes et services gouvernementaux, et y a accès (Fig 2).

Message: Qui informer? Les messages étant destinés au public, ils doivent prendre celui-ci en considération. Pour que le message passe bien, il faut que son auteur en connaisse le destinataire et les renseignements qui lui seront utiles. Pour faciliter l'accès aux services gouvernementaux, le message doit être axé sur l'utilisateur. Les messages signalant un service gouvernemental doivent être uniformes, qu'il s'agisse d'information fournie à l'avance ou au point de service.

Fig. 1
 Identification of government services. Identification des services gouvernementaux.

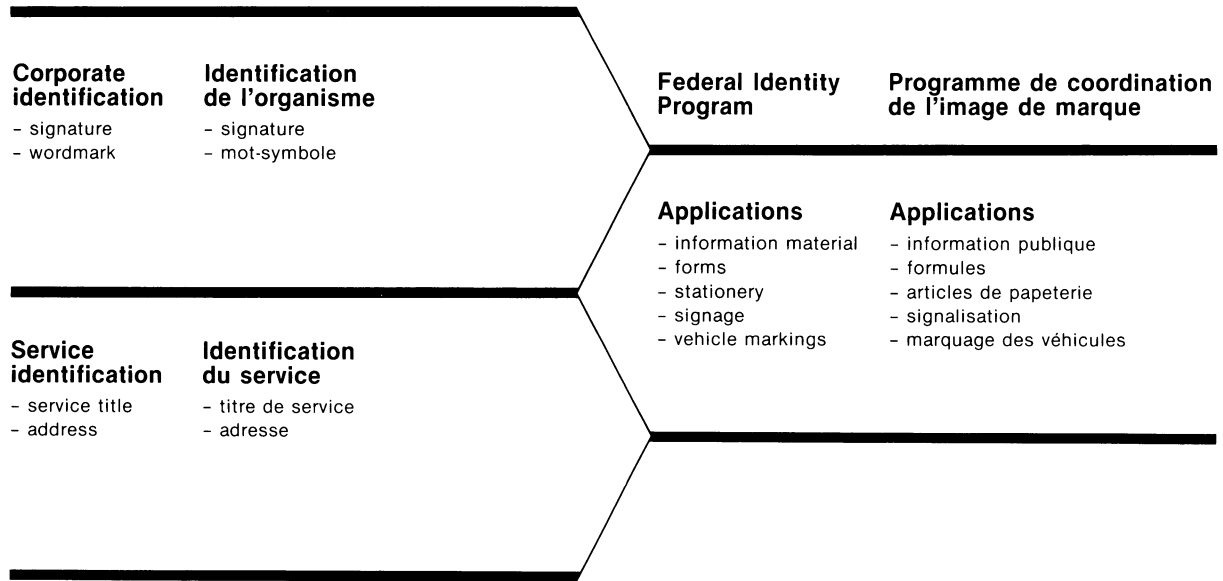
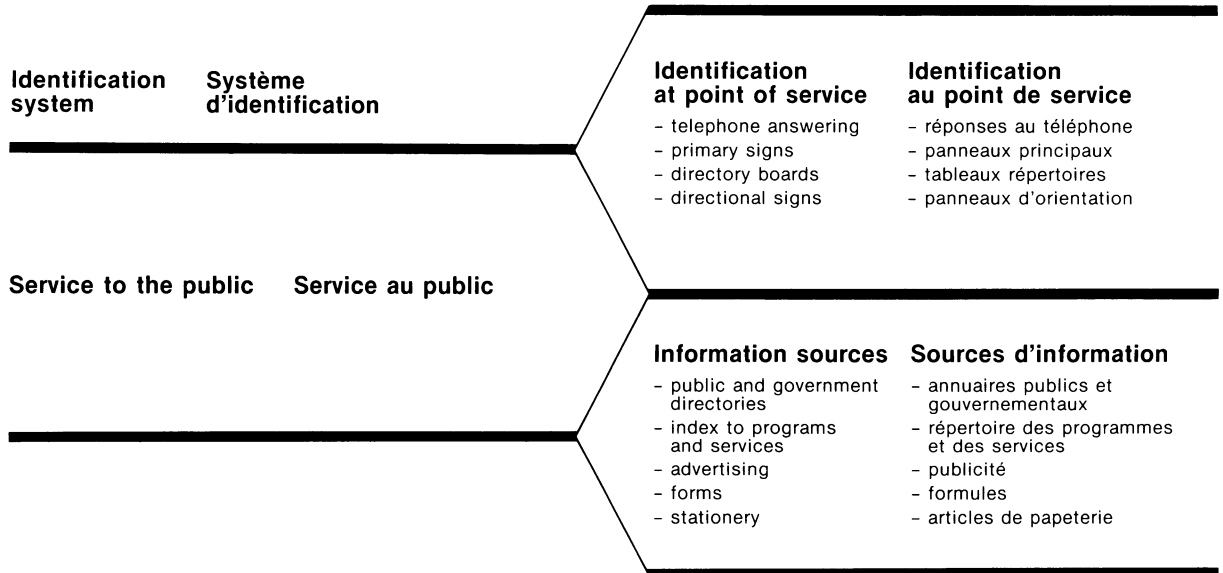


Fig. 2
 Access to government services. Accès aux services gouvernementaux.



Information provided in advance

Much of the advance information available to the public is found in sources such as telephone directory "blue pages". Other advance information is provided by federal organizations in the form of printed material or advertisements. Within an identification system, the terms used and the type of message provided in advance should be reflected at the point of service. For example, the title or address listed in the "blue pages" should appear on a sign identifying the location of the service; the name of a service appearing on a sign should be used when referring to this service in a brochure and when answering the telephone in the office providing this service (Fig. 3).

Information fournie à l'avance

La plupart des renseignements disponibles à l'avance peuvent être tirés de sources non gouvernementales comme les « pages bleues » de l'annuaire téléphonique. Les organismes fédéraux fournissent d'autres renseignements de ce genre dans diverses publications ou dans la publicité. Dans un système d'identification, les termes utilisés et le type de message fourni à l'avance devraient se retrouver au point de service. Ainsi, l'adresse ou le titre indiqué dans les « pages bleues » devrait apparaître sur un panneau identifiant l'emplacement du service; de même, le nom d'un service figurant sur un panneau devrait être utilisé lorsqu'on mentionne ce service dans un dépliant ou qu'on répond au téléphone dans le bureau où il est offert (Fig. 3).

Fig. 3 Identification of an organization in various listings and on the primary sign. Identification d'un organisme dans diverses listes et sur le panneau d'identification principal.

Fig. 3a As listed in telephone directory "blue pages". Telle qu'indiquée dans les « pages bleues » de l'annuaire téléphonique.

EMPLOYMENT AND IMMIGRATION CANADA	
CANADA	
EMPLOYMENT CENTRES	
Ottawa East	
25 MacArthur Av. Vanier	
Employment Services	993-9810
Insurance Inquiries	992-1300
Ottawa South	
1355 Bank	
Employment Services	998-9420
Insurance Inquiries	992-1300
Ottawa West	
1400 Merivale Rd Nepean	
Employment Services	998-9860
Insurance Inquiries	992-1300

Fig. 3b As listed in an index to government services. Telle qu'indiquée dans un répertoire des services du gouvernement.

Employment and Immigration Canada
Canada Employment Centre
1355 Bank Street
Post Office Box 9777
Ottawa South
K1J 4A5
998-9420
Canada Employment Centre
1400 Merivale Road
Post Office Box 9725
Ottawa West
K1G 4A4

Fig. 3c As shown on a directory board provided by the lessor (generic identification). Telle qu'indiquée sur un tableau répertoire installé par le locateur (identification générique).

ACME RESEARCH	101
KELLY & GREENE LAW OFFICES	102
EMPLOYMENT AND IMMIGRATION CANADA	103
CENTRAL ADVERTISING AGENCY	104
MARKET INVESTMENTS LTD	105

Fig. 3d The primary identification sign (corporate identification). Panneau d'identification principal (identification de l'organisme).



Service titles These are names that identify an organizational unit, program or service and appear in conjunction with the signature of the parent organization. Establishing these titles is the function of the corporate identity manager, and organizations are encouraged to review their existing titles in terms of the criteria set out below.

Titles should be applied consistently throughout an organization. This is most important for titles that are used in communications with the public. Organizations with regional operations should establish these titles centrally to achieve uniformity throughout all regions. A service title should respect the following criteria:

- be as brief as possible to promote effective communication;
- begin with a key word and avoid the repetition of words or concepts used in the title of the parent organization;
- respect the linguistic usage in both official languages; and
- not contain an abbreviation or ampersand (&).

Brevity

The need to use these titles in applications where messages must be concise (e.g. signs, directories) should be a prime consideration. Certain words may be redundant: Canadian, Canada, Government, Federal or National. Similarly, certain general terms that reflect an organization's structure may be avoidable: Administration, Office, Branch or Division. These terms reflect an organization's hierarchy and are often of little significance to the general public which relies on key words to locate and gain access to services.

Assisting the ultimate user

The creation of an acronym should not be the sole consideration when determining a service title. A hypothetical example would be the title "Board of Industrial Development (BID)" as opposed to "Industrial Development Board (IDB)". The latter does not produce an acronym, but it does start with the key word "Industrial", an obvious advantage in alphabetical listings. (It is recognized that a similar use of key words probably would not be feasible when creating a French title.)

Abbreviations: language of codes

A service title should not contain an abbreviation. It would be unrealistic however, to dismiss the need for abbreviations in government communications. For those who create them and use them regularly, abbreviations form a convenient "shorthand", but for the public they represent a language of codes that is at best difficult to decipher and at worst incomprehensible. Messages directed at the public should not contain acronyms or abbreviations unless they appear in the context of the full title.

Titres de services Ces désignations servent à identifier une unité, un programme ou un service de l'organisme et paraissent avec la signature de l'organisme parent. L'établissement des titres incombe au responsable de l'image de marque de l'organisme, et les organismes sont invités à revoir leurs titres actuels en fonction des critères énumérés ci-dessous.

Les titres doivent être utilisés avec uniformité dans tout l'organisme, surtout s'ils servent dans les communications avec le grand public. Les organismes ayant des bureaux régionaux devraient établir ces titres au siège social de l'organisme afin qu'ils soient les mêmes dans toutes les régions. Le titre d'un service devrait respecter les critères suivants:

- être aussi court que possible afin de favoriser une communication efficace;
- débiter avec un mot-clé, en évitant la répétition de mots ou de concepts utilisés dans le titre de l'organisme parent;
- respecter l'usage linguistique des deux langues officielles; et
- ne pas contenir d'abréviations ou d'esperluètes (&).

Concision

Il est essentiel de tenir compte de la nécessité d'utiliser ces titres lorsque les messages doivent être concis (par exemple les panneaux, les annuaires). Certains termes peuvent être superflus, comme canadien, Canada, gouvernement, fédéral ou national. De même, il peut être possible d'éviter l'emploi de certains termes généraux qui reflètent la structure d'un organisme, par exemple les mots administration, bureau, direction ou division. Ces termes décrivent la hiérarchie d'un organisme, mais ont souvent peu d'importance pour le grand public qui se fie plutôt à des mots-clés pour trouver des services et y avoir accès.

Aider le destinataire du message

La rédaction d'un titre de service ne devrait pas se fonder uniquement sur la création d'un acronyme. Comparons, par exemple, les deux titres fictifs suivants: « Board of Industrial Development (BID) » et « Industrial Development Board (IDB) ». Bien que ce dernier titre ne forme pas un acronyme, il débute par le mot-clé « Industrial », ce qui représente un avantage évident pour la présentation dans une liste alphabétique. (Mentionnons enfin qu'il serait probablement impossible d'avoir recours aux mêmes mots-clés pour la création de titres français.)

Abréviations: langue codé

Un titre de service ne devrait pas comporter d'abréviation; néanmoins, il serait peu réaliste de ne pas reconnaître l'utilité des abréviations dans les communications gouvernementales. Pour ceux qui les créent et les utilisent régulièrement, les abréviations s'avèrent très pratiques; pour le public cependant, elles forment un langage codé difficile à déchiffrer, voire incompréhensible. Les messages destinés au grand public ne devraient pas comporter d'abréviations ou de sigles à moins d'apparaître avec le titre complet.

Message: editing and design

Editing and design both give meaning and form to a message. The transition from the first draft or layout to the final communication is a process of arranging, organizing, and in many cases rephrasing. The choice of words, of spatial relationships and of expressive graphic elements results in meaningful and purposeful communications. An objective review takes place during the process of drafting and designing.

The process: verbal and visual Throughout this section, the guidelines and examples deal with words and typography, or content and form. The task of combining these elements is a good deal more than an arrangement of the message on, for example, a sign. Communicating a message effectively requires methodology. This includes:

- skillful choice of words;
- organization of the words into a logical sequence;
- presentation of the words in typographic, spatial terms.

The first and second aspects are verbal and the responsibility of the editor; the last is visual and involves the designer. All three are inter-related and the thought processes and goals are identical: to give meaning to a message, to strengthen its significance, to make the important stand out against the unimportant. A message presented in “tone-of-voice” typography reflects the relative importance of verbally expressed thoughts; it gives impact to a communication (Fig. 4).

Equally important are an understanding of the conditions under which the message is to be received and an awareness of its continuity with related information. This points to the need for coordination and the importance of editing and design: to transcribe the available information into words; to project these in a dynamic form; and to help achieve a communication that is easy to understand.

Message: rédaction et design

La rédaction et le design renforcent le sens et la forme du message. Pendant l'étape comprise entre la première version ou disposition du message et sa dernière forme, le texte est organisé, revu et parfois refait. Le choix des mots, de la disposition et des éléments d'expression graphique aboutit à des messages utiles et expressifs. Lors de la rédaction et du design du message, sa forme et son contenu sont examinés objectivement.

Le processus verbal et visuel Dans toute cette section, nous parlerons des mots et de la typographie, soit de contenu et de forme, en donnant des exemples. Concilier ces éléments va bien au-delà de la simple organisation d'un message, par exemple sur un panneau. Pour que le message passe bien, il faut:

- choisir les termes appropriés;
- leur donner une suite logique;
- les agencer en tenant compte de l'espace et de la typographie.

Les deux premiers aspects sont verbaux et relèvent de la rédaction, le dernier est visuel et concerne le design. Tous trois sont interdépendants; en termes de processus intellectuels et de buts, ils sont identiques et visent à donner un sens au message, à attirer l'attention sur lui et à dégager l'essentiel. Quand la typographie fait ressortir l'importance relative des idées exprimées de vive voix, le message fait impression (Fig. 4).

Pour que le message passe bien, il faut aussi connaître ses conditions de réception et ses liens avec les renseignements connexes. Une bonne coordination et les fonctions de la rédaction et du design permettent de transformer les données en mots, de leur donner une présentation dynamique et de produire un message facile à saisir.

Fig. 4

Effective communication:
 (Communicating a message effectively) requires: a skillful choice of words; organizing the words in a logical sequence; and presenting the words in typographic, spatial terms.
 ② logical sequence; and ③ graphic presentation

Effective communication

- choice of words
- logical sequence
- graphic presentation

Effective communication

- Choice of words
- Logical sequence
- Graphic presentation

Communication efficace:
 (Pour que le message passe bien, il faut: choisir les termes appropriés; leur donner une suite logique; et les agencer en tenant compte de l'espace et de la typographie.)
 ① choisir les termes appropriés; ② suite logique; et ③ présentation graphique

Communication efficace

- choix des mots
- suite logique
- présentation graphique

Communication efficace

- Choix des mots
- Suite ordonnée et logique
- Présentation graphique

Official languages: side by side

When presenting the two official languages in a side by side format, care must be taken to achieve equivalence in both content and appearance. The following guidelines deal with the process of combining English and French texts in a bilingual layout.

Equivalence The policy (Chapter 470) requires a message to be equally complete in each official language and to correspond in all respects.

To achieve equivalence in both content and number of lines, a revision of the original text may be required. This could include segmenting the text into main and secondary messages, or rephrasing.

Choosing the line breaks

Messages that are to be presented in more than one line should be broken into readable phrases. Articles and prepositions at the end of a line should be avoided. In addition, an attempt should be made to provide a visual balance between the two language columns. Although a visual balance is generally achieved by using the same number of lines for each language, compromises may have to be made to avoid one language column of three or more lines, each consisting of one word only (Fig. 5).

Langues officielles: côte à côte

Lorsque les deux langues officielles sont présentées côte à côte, il faut s'efforcer d'assurer l'équivalence textuelle et visuelle. Les lignes directrices suivantes traitent de la façon de regrouper les textes français et anglais dans une présentation bilingue.

Équivalence La politique (chapitre 470) exige que le message soit aussi complet dans les deux langues officielles et soit le même à tous les égards.

Afin que les contenus soient équivalents et les textes d'une longueur comparable, il peut être nécessaire de réviser le texte original, ce qui pourrait donner lieu à l'établissement d'un message principal et d'un message secondaire, ou encore à une reformulation du texte.

Choix des fins de lignes

Les messages de plus d'une ligne devraient être découpés en sections faciles à lire en évitant de placer les articles et les prépositions en fin de ligne et en équilibrant les colonnes française et anglaise. Bien qu'on puisse atteindre un certain équilibre en utilisant le même nombre de lignes dans chaque colonne, cette solution n'est pas toujours possible si l'on veut éviter que l'une des colonnes comporte trois ou quatre lignes d'un seul mot chacune (Fig. 5).

Fig. 5

Choosing the line breaks	Choix des fins de ligne
Choosing the line breaks	Choix des fins de ligne
Choosing the line breaks	Choix des fins de ligne
Choosing the line breaks	Choix des fins de ligne
Choosing the line breaks	Choix des fins de ligne

Message elements common to both languages

Many messages include an element that is common to both official languages, e.g. a geographical name or street name that may not be translated, a street number, an expression of time, a distance, or a directional arrow.

Depending on its context within the total sign message, a common element may be presented in several ways:

- Where a common element forms the main message (or an important part of the total message), it should be emphasized in relation to the remaining text. In such cases, a repeat of the common element in the right-hand column may be redundant. The examples show the effect of different character sizes and how a common element should be emphasized (Fig. 6).
- Where an element is common to both official languages but does not require emphasis in the context of the message, the common element should appear in each language column of the sign.

Use of proper names requiring a qualifying term

Where a message includes a proper name or other noun requiring a qualifying term, both the noun and its qualifier must appear in each language column. Proper names should be presented as in **Jackson Building / Immeuble Jackson**, and not run together as in **Immeuble Jackson Building**. (See also “Names of buildings, structures and sites”.)

Similarly, where a proper name is normally accompanied by a qualifying term, it should not be “bilingualized” by omitting the qualifying term. For instance, a word indicating the type of thoroughfare (Street, Avenue, Boulevard) may not be deleted from an address.

Présentation d'éléments communs aux deux langues

De nombreux messages comportent un élément commun aux deux langues officielles, par exemple un nom géographique ou le nom d'une voie publique qui ne doit pas être traduit, un numéro de rue, une indication d'heures, une distance, ou une flèche d'orientation.

Selon le contexte, on présentera comme suit l'élément susmentionné:

- Lorsque cet élément constitue le message principal ou en représente une importante partie, il devrait être accentué par rapport au reste du texte. Dans un tel cas, il peut être superflu de répéter l'élément commun dans la colonne de droite du texte. Les exemples (Fig. 6) illustrent l'effet produit par l'utilisation de caractères de grosseurs différentes.
- Lorsqu'il n'y a pas lieu de faire ressortir du message un élément commun aux deux langues officielles, cet élément doit paraître dans **chaque** colonne.

Emploi de noms propres qui nécessitent un dénominatif

Lorsqu'un message comprend un nom accompagné d'un terme dénominatif, les deux mots doivent figurer dans les versions anglaise et française du message. Il faut donc écrire: **Jackson Building / Immeuble Jackson** ou **Federal Administration / Administration fédérale** et non la version raccourcie **Immeuble Jackson Building**. (Voir aussi « Noms des immeubles, des ouvrages et des sites ».)

De même, quand un nom propre est normalement accompagné d'un dénominatif, il ne faut pas omettre ce dénominatif aux fins d'une expression bilingue. Ainsi, le mot désignant un type de voie publique (rue, avenue, boulevard) doit paraître dans l'adresse.

Fig. 6
 Presentation of an element common to both official languages. (The character x-height is shown for reference purposes.)
 Présentation d'un élément commun aux deux langues officielles. (La hauteur « x » est indiquée à titre de référence.)



Addresses: functional and concise

Addresses appear on letterheads, envelopes, calling cards, forms, advertisements and signs. The address may be required for mailing purposes, to allow contact in person, or both. The following guidelines are intended to promote the use of functional identification and, wherever possible, to limit the amount of text that an address contains. In the case of mailing addresses, the requirements of the *Canada Postal Standards* must be met and are reflected here.

General considerations Careful consideration should be given to the use or purpose of an address: Is all the text essential? Is some information non-essential but useful? Are certain details redundant? A concise address is easier to transcribe and more efficient for mail processing. Generally, an address consists of:

- functional identification (service title, title of an individual, applied title); and
- geographic identification (room or floor numbers, building name, street address, place name, province or territory, and postal code).

An address may be shortened by determining whether it includes:

- **Non-essential** information, such as a building name where the street address provides adequate information, or a room or floor number where the signage system serves to indicate specific locations;
- **Redundant** information, such as the name of an organizational unit that expresses the hierarchy but serves no purpose in identifying the location.

Commonly used terms

To assist users of this manual in developing an English and French version of an address, the terms most commonly used have been included in Appendix A of this section.

Adresses: aspect fonctionnel et concision

Les adresses figurent sur les en-têtes, les enveloppes, les cartes de visite, les formules, les annonces et les panneaux. L'adresse peut être nécessaire pour acheminer la correspondance, pour prendre des contacts personnels, ou les deux. Les lignes directrices suivantes visent à encourager l'utilisation de l'identification fonctionnelle et, dans la mesure du possible, à réduire les adresses à leur plus simple expression. Dans le cas des adresses postales, il faut respecter les *Normes de Postes Canada*.

Généralités Il faut accorder une attention particulière à l'utilisation d'une adresse: Tous les renseignements sont-ils essentiels? Certains, sans être essentiels, sont-ils utiles? Certains détails sont-ils superflus? Si l'adresse est concise, il est plus facile de la transcrire et de traiter le courrier. En général, l'adresse comprend les éléments suivants:

- identification fonctionnelle (titre du service, titre du destinataire, titre d'usage);
- identification géographique (numéro de l'étage ou de la porte, nom de l'immeuble, nom et numéro de la rue, nom de la localité, la province ou le territoire, et le code postal).

L'adresse peut être raccourcie en supprimant par exemple:

- **les renseignements secondaires** comme le nom de l'immeuble, si l'adresse donne suffisamment de renseignements utiles, ou le numéro de la porte ou de l'étage, si le système de signalisation est très précis;
- **les renseignements superflus** comme le nom d'une unité qui reflète l'organisation hiérarchique mais n'indique nullement l'emplacement des locaux.

Expressions fréquemment employées

Pour aider les utilisateurs de ce manuel à établir les versions française et anglaise d'une adresse, l'annexe A de cette section présente les expressions les plus fréquemment employées.

Mailing addresses The following pertains to printed return addresses for items such as envelopes, letter-heads, forms and calling cards. For locations **outside** the National Capital Region an address generally consists of the applied title which appears in the signature, plus:

- service title, *if required*;
- area identification (e.g. floor, building name), *if required*;
- street address, P.O. box number and station, *if required*;
- place name, province or territory (or country); and
- postal code.

Examples of typical addresses are shown below (Fig. 7).

Adresses postales Elles concernent les adresses de retour imprimées sur les enveloppes, les en-têtes, les formules et les cartes de visite, par exemple. Pour les localités situées à l'**extérieur** de la région de la Capitale nationale, l'adresse comprend en général le titre d'usage qui figure dans la signature, ainsi que:

- le titre du service, *s'il y a lieu*;
- la désignation du secteur (par exemple l'étage, le nom de l'immeuble) *s'il y a lieu*;
- le nom et le numéro de la rue, le numéro de la boîte postale et la succursale, *s'il y a lieu*;
- le nom de la localité, la province ou le territoire (ou le pays); et
- le code postal.

On trouvera ci-dessous des exemples d'adresses typiques (Fig. 7).

Fig. 7
Typical addresses. Adresses typiques.

91, rue Saint-Joseph Sud Lorrainville (Québec) J02 2R0	91 Saint-Joseph St., South Lorrainville, Quebec J02 2R0
--	---

21 Arnold Crescent Richmond Hill, Ont. L4C 3R0	21, Arnold Crescent Richmond Hill (Ont.) L4C 3R0
--	--

115 Yale Avenue P.O. Box 367 Chilliwack, B.C. V2P 2P4	115, Yale Avenue B.P. 367 Chilliwack (C.-B.) V2P 2P4
--	---

Bureau 2102 1080, côte Beaver Hall Montréal (Québec) H2Z 1S8	Room 2102 1080 Beaver Hall Hill Montréal, Quebec H2Z 1S8
---	---

Addresses for the National Capital Region (NCR)

Centralized mail processing for NCR locations identified by a “K1A” postal code makes the use of a street address, building name or area identification redundant. A return address generally consists of the applied title which appears in the signature, plus:

- service title, *If required*;
- place name, province (or country); and
- postal code.

Note: Printed return addresses for offices located in Quebec using a “K1A” postal code should show the actual place name, not “Ottawa”.

The following examples show the presentation of addresses in both official languages, optional use of a bilingual address and layout options (Fig. 8).

Adresses pour la région de la Capitale nationale (RCN)

Le traitement centralisé du courrier de la région de la Capitale nationale, identifiée par le code « K1A », rend superflue l'utilisation du nom et du numéro de la rue, du nom de l'immeuble et de la désignation du secteur. L'adresse de retour comprend généralement le titre d'usage qui figure dans la signature, ainsi que:

- le titre du service, *s'il y a lieu*;
- le nom de la localité, la province (ou le pays); et
- le code postal.

Note: Si les bureaux situés au Québec qui ont le code postal « K1A » utilisent des adresses de retour imprimées, celles-ci devraient comporter le nom de la localité, et non le mot « Ottawa ».

Les exemples suivants montrent des adresses rédigées dans les deux langues officielles, l'utilisation facultative d'adresses bilingues et divers modèles de disposition (Fig. 8).

Fig. 8a

Addresses in both official languages. Adresses rédigées dans les deux langues officielles.

Ottawa, Ontario K1A 0R5	Ottawa (Ontario) K1A 0R5
Hull (Québec) K1A 0S5	Hull, Quebec K1A 0S5

Fig. 8b

Use of the word “Canada” instead of the name of the province or territory results in a bilingual address, the briefest form. En utilisant le mot « Canada » au lieu du nom de la province ou du territoire, on obtient une adresse bilingue réduite à sa plus simple expression.

Ottawa, Canada K1A 0A1
Vancouver, Canada V6E 2P8

Fig. 8c

Where space is limited, the postal code may appear on the same line as the place name, but should be separated by two word spaces. Lorsque l'espace est limité, on peut inscrire le code postal sur la même ligne que le nom de la localité, en veillant toutefois à laisser deux espaces entre eux.

Ottawa, Ont. K1A 0S2	Ottawa (Ont.) K1A 0S2
Ottawa, Canada K1A 0S2	

Return envelopes, Business Reply Mail

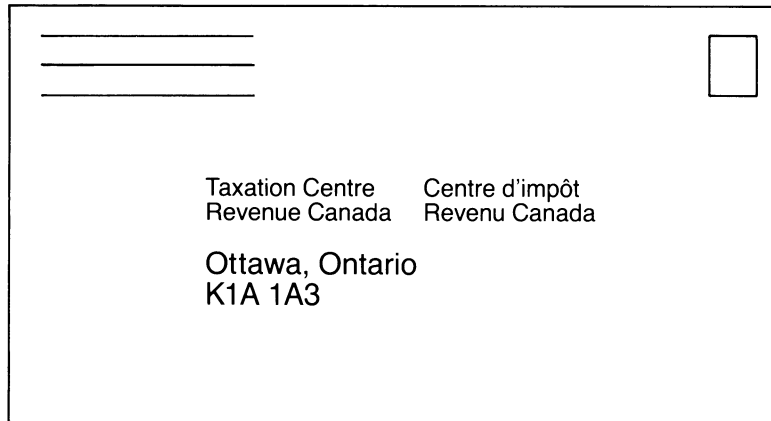
When both official languages are used for such items, the preprinted mailing address should be presented as illustrated (Fig. 9). The service title (if required) and the applied title shall appear in both official languages. The remainder of the address should appear in the official language of the majority of the population in that province or territory. Generally, the upper left corner on the face of the mail piece is reserved for the return address of the sender.

Enveloppes de retour, courrier-réponse d'affaires

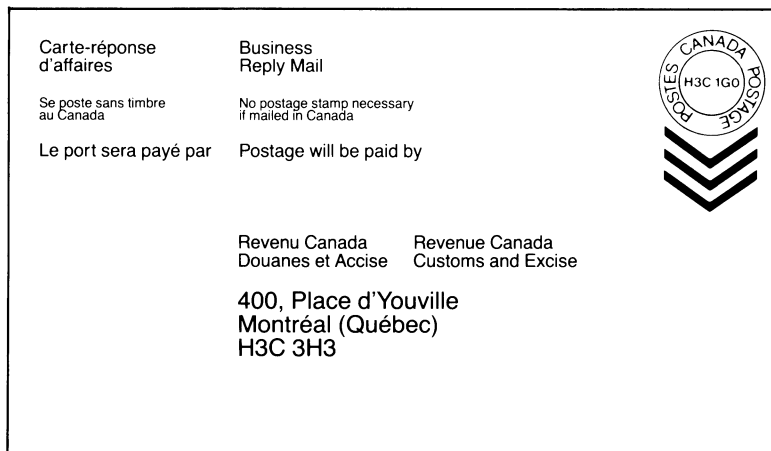
Lorsque les deux langues officielles sont utilisées, l'adresse postale pré-imprimée devrait être présentée de la façon indiquée (Fig. 9). Le titre du service (s'il y a lieu) et le titre d'usage doivent figurer dans les deux langues officielles; le reste de l'adresse devrait figurer dans la langue officielle de la majorité de la population de la province ou du territoire de destination. En général, le coin supérieur gauche est réservé à l'adresse de retour de l'expéditeur.

Fig. 9a

Return envelope Enveloppe de retour

**Fig. 9b**

Business Reply Mail Carte-réponse d'affaires



Sign communications

Visibility, legibility, readability and comprehension have an effect on the communications value of a sign. Described here are aspects of message content, readability and comprehension.

Principles Several factors make sign communications distinct from most other media. The following principles apply when determining a message:

- Brevity: maximum of five units of information per language;
- Clarity despite brevity;
- Familiarity of words (short, familiar words help comprehension);
- Equivalence in meaning of texts in each of the official languages;
- Context: much of the meaning of a sign is derived from the environment, and therefore self-explanatory;
- Logic in the sequence of the message elements;
- Distinction between main and secondary message;
- Consistency within a signage system;
- Impact of a sign on its environment.

The following guidelines and examples show how these principles should be applied.

Primary identification signs In general, primary signs that identify services provided directly to the public should contain functional information about the location, the service offered, or both. A message may vary depending on the type of facility or site, its location, the services provided, and the type of occupancy, single or shared.

Determining the message

When determining a message, the following questions should be asked:

- What is the most effective method of helping the public to locate the facility and gain access to the services offered?
- What information is available to the public about the address of the location or services provided (e.g. listings in telephone directory “blue pages” or an index to federal programs and services)?
- What information is implied in the context of the environment and would appear redundant as part of the message (e.g. a place name)?
- Should a service title, an address, a building or place name, or a combination of these be used?
- What limitations are imposed by sign dimensions, placement, and therefore message length?
- Is an advance sign required and should the message be segmented to appear on separate, successive signs?
- Should part of the text be emphasized to distinguish the main message and what is the effect on reading distances?

Panneaux de signalisation

Sur le plan de la communication, la valeur d'un panneau repose sur sa visibilité, sa lisibilité, sa clarté et sa compréhension. La présente section traite du contenu, de la lisibilité et de la compréhension des messages.

Principes Plusieurs facteurs distinguent les panneaux des autres médias. Les principes suivants régissent la composition d'un message:

- Concision: maximum de cinq éléments d'information dans chacune des deux langues;
- Clarté dans la concision;
- Utilisation de mots courts et familiers (qui facilitent la compréhension);
- Équivalence de sens dans les deux langues officielles;
- Contexte: le sens du message dépend en bonne partie de l'environnement, et se passe par conséquent d'explications;
- Enchaînement logique des éléments du message;
- Distinction entre message principal et message secondaire;
- Uniformité du message à l'intérieur d'un système de signalisation;
- Impact d'un panneau sur son milieu.

Les lignes directrices et les exemples suivants décrivent l'application de ces principes.

Panneaux d'identification principaux En général, les panneaux principaux qui identifient des services offerts directement au public devraient fournir des renseignements fonctionnels sur le lieu, le service offert, ou les deux à la fois. Un tel message peut varier selon le type d'installation, son emplacement, les services fournis et le type d'occupation, unique ou mixte.

Le contenu du message

Lors de la conception d'un message, il importe de se poser les questions suivantes:

- Quelle est la façon la plus efficace d'aider le public à situer l'emplacement et à avoir accès aux services offerts?
- Quels renseignements le public peut-il se procurer sur l'emplacement ou les services offerts (par exemple, les listes figurant dans les « pages bleues » de l'annuaire téléphonique, ou un répertoire des programmes et services gouvernementaux)?
- Quels sont les renseignements que fournit l'environnement et qu'il serait donc inutile d'inclure dans le message (par exemple le nom d'un endroit)?
- Devrait-on utiliser le titre du service, l'adresse, le nom de l'immeuble ou de l'endroit, ou une combinaison de ces éléments?
- Quelles sont les restrictions quant aux dimensions et à l'emplacement du panneau, et par conséquent quant à la longueur du message?
- Est-il nécessaire d'avoir recours à un panneau de signalisation avancée? Le message devrait-il être segmenté de façon à apparaître sur des panneaux distincts se succédant?
- Devrait-on accentuer la partie essentielle du message et quels en seraient les effets sur la distance de lecture?

Generally, there are a number of options when determining the message content. The process from initial draft (Fig. 10) to a number of layout options is described below (Fig. 11).

Il existe généralement diverses possibilités quant au contenu d'un message. La marche à suivre à partir de l'ébauche initiale (Fig. 10) jusqu'aux diverses possibilités de présentation (Fig. 11) est décrite ci-dessous.


Determining message content Le contenu du message

Fig. 10
Draft Ébauche


Consumer and Corporate Affairs Canada	Consommation et Corporations Canada
Consumer Products	Produits de consommation
Consumer Services	Services aux consommateurs
Weights and Measures	Poids et mesures
1230 Government Street	

Fig. 11
Layout options Choix d'agencement


a
Layout based on the draft. Agencement d'après l'ébauche du message.

	Consumer and Corporate Affairs Canada	Consommation et Corporations Canada
	Consumer Products	Produits de consommation
	Consumer Services	Services aux consommateurs
	Weights and Measures	Poids et mesures
1230 Government Street		
Canada		

b
Shortened version identifying the services (suitable where the street address appears prominently elsewhere).
Version abrégée identifiant les services (convient lorsque l'adresse figure bien en vue ailleurs).

	Consumer and Corporate Affairs Canada	Consommation et Corporations Canada
	Consumer Products	Produits de consommation
	Consumer Services	Services aux consommateurs
	Weights and Measures	Poids et mesures
Canada		

c
Shortened version emphasizing the street address (the services would be identified on an interior sign or directory board).
Version abrégée signalant l'adresse (les services seraient identifiés sur un panneau intérieur ou un tableau répertoire).

	Consumer and Corporate Affairs Canada	Consommation et Corporations Canada
1230		
Canada		

Identifying the service

Service titles should be used where a description of the services offered or the functions performed appears to be more effective than a message pertaining to the location. Service titles are often used to identify single-occupancy facilities or sites (Fig. 12).

Identification du service

On devrait avoir recours aux titres des services lorsqu'il semble plus approprié de décrire ces derniers ou leurs fonctions que d'indiquer le lieu. On a souvent recours aux titres des services pour identifier des installations ou emplacements à occupation unique (Fig. 12).

Fig. 12

Texts for primary signs that identify a service. Textes de panneaux principaux signalant un service.



Identifying the location

In many instances, a message pertaining to the location of a facility is recommended, and this applies in particular to multi-occupancy buildings. A visitor looking for a particular location normally searches for an address, a building or place name and seeks confirmation on a sign identifying the destination. A decision on whether to include the street address or the building name should be based on what information is provided through existing signs other than FIP signage (a street number, a building name) and how visible these other signs are in relation to the location of the primary identification sign. Normally, the message should complement rather than repeat information that appears elsewhere.

It may be helpful to include the **street address** on the primary sign, if the location is generally known by the address, i.e. the number (**Fig. 13**). However, in cases where the street number appears prominently near the entrance, a repeat on the primary sign may be redundant.

Identification de l'emplacement

Dans plusieurs cas, il est recommandé d'indiquer l'emplacement d'une installation, en particulier en ce qui concerne les immeubles à usage mixte. Un visiteur qui essaie de trouver un endroit particulier cherche habituellement un panneau qui lui indique une adresse, le nom d'un immeuble ou d'une localité. La décision d'inscrire l'adresse ou le nom de l'immeuble dépend des renseignements fournis par les indications autre que celles du système de signalisation du PCIM (par exemple, le numéro de la rue, le nom de l'immeuble) et de leur visibilité par rapport à l'emplacement du panneau d'identification principal. Normalement, le message devrait compléter plutôt que répéter les renseignements fournis ailleurs.

Il peut être utile d'indiquer l'**adresse** sur le panneau principal, si le lieu est généralement connu par son adresse, soit par exemple le numéro civique (**Fig. 13**). Par contre, si le numéro de la rue figure bien en vue près de l'entrée, il est superflu de le répéter sur le panneau principal.

Fig. 13

Texts for primary signs that emphasize an address. Textes de panneaux principaux signalant une adresse.



Use of a **place name** may be essential to identify sites such as airports or parks. Conversely, it may be redundant to include a place name with a function or a service title. Examples are messages such as “Peterborough Public Wharf” or “Winnipeg Regional Office”; in the context of a sign, a distinction between other wharves or other regional offices is normally not required (Fig. 14).

Le **nom de la localité** peut être essentiel pour identifier des emplacements comme les aéroports ou les parcs. Par contre, il peut être superflu d’indiquer le nom de la localité à côté du titre du service ou de la fonction. Prenons par exemple des messages comme « Quai public de Peterborough » ou « Bureau régional de Winnipeg »; sur un panneau, il n’est généralement pas nécessaire de différencier ces quais ou ces bureaux régionaux des autres (Fig. 14).

Fig. 14

Texts for primary signs that emphasize a place name. Textes de panneaux principaux signalant une localité.



The use of **building names** on primary signs is subject to the following considerations:

- a** Any Crown-owned building or other structure that has been named after a person shall be identified by that name on the primary sign.
- b** Any names (other than those described under **a** above) that appear in the form of architectural lettering or on commemorative plaques can be considered as distinct from the functional and corporate identification provided by signs. Repeating such a name on the sign may not be required.
- c** General terms such as “Federal Building” or “Government of Canada Building” are not recommended for primary signs. These terms may be redundant in the context of the federal signature and wordmark.
- d** Special considerations apply to the use of names of **leased** buildings. Apart from any other requirements governing the use of names, it should first be determined whether the name of the building should be used at all.

To identify the location, the street address rather than the building name is recommended. In fact, in many instances, the name appears already on the face of the building, and therefore should not be included on the primary sign. An exception to this rule would be a case where the name is essential to identify a location clearly, such as a number of separate units or entrances of a building complex (e.g. as in the case of “Place de Ville, Tower A” in the National Capital Region).

Directory boards Messages on a directory board complement the primary sign by listing the organizations, programs or services and their location within a facility (Fig. 15).

Analyzing the needs

A multi-storey building may require a main directory board at the entrance with secondary boards at internal traffic junctions such as elevator lobbies. The main board provides general information on the occupants, and details are listed on the secondary board. An analysis is required to determine:

- What information is required most frequently by visitors?
- What information must appear on the main board and what information should be provided at internal traffic junctions?
- What is the most suitable sequence for the listing?

Message content

The text for a directory board should be concise and descriptive. Listings should begin with a key word to facilitate access. A directory board is **not** an organization chart and terms describing the hierarchy may often be avoided without loss of clarity. For example, listings such as “Health and Safety” or “Education, Training and Development” may not need to be qualified by a word such as Branch, Division or Section.

Il convient de considérer d'autres points en ce qui concerne l'utilisation du **nom d'un immeuble** sur les panneaux principaux:

- a** Tout immeuble ou autre ouvrage de l'État qui a été nommé en l'honneur d'une personne doit être identifié par ce nom sur le panneau principal.
- b** Tous les noms (autres que ceux indiqués en **a** ci-dessus) qui figurent sous forme de lettrage en relief ou sur des plaques commémoratives se distinguent de l'identification fonctionnelle de l'organisme fournie par les panneaux; il n'est donc pas toujours nécessaire de les répéter sur les panneaux.
- c** Il n'est pas recommandé d'utiliser des termes généraux comme « Immeuble fédéral » ou « Immeuble du gouvernement du Canada » sur des panneaux principaux; cela serait en effet superflu puisque la signature fédérale et le mot-symbole y figurent déjà.
- d** L'emploi du nom d'un immeuble **loué** suit des règles spéciales. Avant tout, il faut se demander s'il y a lieu d'employer le nom de l'immeuble.

Pour identifier l'emplacement, il est généralement recommandé d'employer l'adresse plutôt que le nom de l'immeuble. En effet, dans de nombreux cas, le nom figure déjà sur la façade de l'immeuble et ne devrait donc pas être incorporé sur le panneau principal. Toutefois, cette règle ne vaut pas lorsque le nom est indispensable pour identifier clairement l'emplacement (par exemple, lorsqu'un immeuble comprend des sections ou des entrées distinctes comme c'est le cas de l'immeuble « Place de Ville, tour A » de la région de la Capitale nationale).

Tableaux répertoires Le tableau répertoire complète le panneau principal puisqu'il dresse la liste des organismes, des programmes ou des services et indique leur emplacement à l'intérieur d'un immeuble (Fig. 15).

Analyse des besoins

Dans un immeuble à plusieurs étages, il peut être nécessaire de placer un tableau répertoire principal à l'entrée et des tableaux secondaires aux intersections intérieures (par exemple, près des ascenseurs). Le tableau principal fournit des renseignements généraux sur les occupants et les détails figurent sur les tableaux secondaires. Il faut analyser les besoins des visiteurs pour déterminer:

- les renseignements dont ils ont le plus souvent besoin;
- les renseignements à fournir sur le tableau principal et aux intersections internes;
- l'ordre d'énumération de ces renseignements.

Contenu du message

Le message figurant sur un tableau répertoire devrait être concis et descriptif. Les éléments de la liste devraient commencer par un mot-clé facilitant la consultation. Un tableau répertoire **n'est pas** un organigramme; il est généralement possible d'omettre les termes liés à la hiérarchie sans pour autant nuire à la clarté du message. Ainsi, des expressions comme « Santé et sécurité » ou « Instruction, formation et perfectionnement » n'ont pas besoin d'être précédées de termes comme direction, division ou groupe.

Titles of officials may appear on a directory board if it is an operational requirement. For example, the main directory board may identify the office of a deputy minister or other senior official and list the names of programs and services; the titles of other officials would appear on the secondary board, as required.

Message organization and sequence

The length or complexity of the text and the operational requirements should be considered when determining the most effective order of the listing. The sequence may be arranged by:

- frequency of use by the public;
- area (e.g. beginning with the ground floor or the top floor);
- an organization's hierarchy (e.g. beginning with the title of a senior official or the main organizational unit); or
- alphabetical order (for each official language).

Les titres des fonctionnaires peuvent figurer sur le tableau répertoire si les nécessités du service l'exigent. Ainsi, le tableau principal peut mentionner le cabinet d'un sous-ministre ou d'un haut fonctionnaire et énumérer les programmes et les services offerts; les titres des autres fonctionnaires figureront sur le tableau secondaire, s'il y a lieu.

Organisation et ordre d'énumération du message

Il faut tenir compte de la longueur ou de la complexité du texte et des nécessités du service pour déterminer l'ordre d'énumération le plus approprié. Celui-ci peut dépendre:

- de la fréquence d'utilisation par le public;
- de l'endroit occupé (en commençant par l'étage inférieur ou l'étage supérieur);
- de la hiérarchie au sein de l'organisme (par exemple, en commençant par le titre d'un haut fonctionnaire ou de la principale unité organisationnelle);
- de l'ordre alphabétique (dans chaque langue officielle).

Fig. 15
Directory board / Tableau répertoire

Government of Canada		Gouvernement du Canada	
	room		pièce
Indian and Northern Affairs Canada	100	Affaires indiennes et du Nord Canada	100
Health and Welfare Canada		Santé et Bien-être social Canada	
Canada Pension Plan	100 A	Régime de pensions du Canada	100 A
Old Age Security	100 B	Sécurité de la vieillesse	100 B
Medical Services	205	Services médicaux	205
Agriculture Canada		Agriculture Canada	
Research and Development		Recherche et développement	
Laboratories	200	Laboratoires	200
Health of Animals Branch	202	Direction de l'hygiène vétérinaire	202
Special Technical Programs	220	Programmes techniques spéciaux	220
Farm Credit Corporation	203	Société du crédit agricole	203
Veterans Affairs Canada		Anciens combattants Canada	
Veterans' Land Administration	207	Office de l'établissement agricole des anciens combattants	207

Operational signs These signs supplement the information provided by the primary identification sign or directory board and form part of the signage system (Fig. 16).

Operational signs indicate the location of a program or service, identify an area, provide information or direction, or identify the occupant of a room or work station (name-plate). See section 4.3 for additional examples of these signs.

Project signs These signs provide on-site information about government programs or projects (Fig. 17). The message on such a sign should be a clear and concise statement that tells the public about the nature of the program or project and, where applicable, the level of the government's contribution.

The message, and the terminology used, should be meaningful to the local population. The text should not refer to government instruments, agreements or organizational units, unless they have special meaning for the public.

Panneaux fonctionnels Ces panneaux complètent les renseignements du panneau principal ou du tableau répertoire et font partie du système de signalisation (Fig. 16).

Les panneaux fonctionnels précisant le lieu de prestation d'un programme ou d'un service, identifient un emplacement, donnent des renseignements ou une direction ou identifient l'occupant d'un bureau ou d'un poste de travail (plaque nominative). On trouve d'autres exemples de ces panneaux dans la section 4.3.

Panneaux de projet Ces panneaux fournissent des renseignements au sujet des programmes ou des projets du gouvernement du Canada (Fig. 17). Leur message, qui doit être rédigé de manière claire et concise, informe le public de la nature d'un programme ou d'un projet et, s'il y a lieu, du niveau de la contribution du gouvernement.

Le message et la terminologie employée devraient être compris par la population locale. Il ne devrait pas mentionner d'ententes, d'unités organisationnelles ou d'instruments gouvernementaux, à moins qu'ils aient une importance particulière pour le public.

Fig. 16
Operational signs Panneaux fonctionnels



Fig. 17
Project sign Panneau de projet



Official languages: style

Certain rules of style pertain to applications of the FIP in general and are brought together here to assist in the preparation of messages. It is beyond the scope of this section to treat the subject in depth, and readers should consult standard reference books for comprehensive information. A list of suggested titles is shown in the “Bibliography”.

Titles The applied titles of federal organizations and the official titles of ministers are listed in Appendix A, “Titles of organizations” of Chapter 470.

Abbreviations In general, abbreviations should not be used in applications of the FIP except where space is limited, such as on calling cards. Consult Appendix A of this section for the abbreviated form of terms commonly used in addresses.

For the official initialisms and acronyms of federal organizations, consult Appendix A of Chapter 470.

Accents French texts shall include all orthographical signs required by words (i.e. accents on both upper and lower case characters, cedilla, diaeresis). As a temporary measure, this rule does not apply to certain computer-generated texts where it is not yet technically feasible.

Capitalization Questions on the use of capitals often arise from certain distinctions between English and French usage. In French usage, the same rules apply whether the words in question occur in a prose text or in a title or heading. In English usage, the rules for capitalization within prose passages differ from those for titles, headings or inscriptions. In the latter case initial capitals are used not only for the first word but also for all other words except articles (a, an, the), prepositions, and conjunctions.

In the English part of FIP applications, the capitalization rule for headings or for prose texts may be used. However, once a method has been chosen, it should be applied consistently throughout (e.g. within the same system of signs). The examples show the effect when applying either of the two methods (Fig. 18).

Punctuation The rules of punctuation differ in English and French in certain respects. The typical differences relevant to FIP applications are described briefly below. A more comprehensive treatment of these and other rules of punctuation may be found in the style guides listed in the “Bibliography”.

Quotation marks

To indicate a quotation, English uses these symbols “ ”, whereas French usage requires these « » (Fig. 19).

Langues officielles: règles et usages

Un certain nombre de règles de style qui régissent les applications du PCIM en général ont été regroupées ici pour faciliter la préparation des messages. Comme la présente section ne traite pas du sujet en profondeur, le lecteur devrait consulter les livres de référence habituels pour une information détaillée. La liste des titres proposés paraît à la section intitulée « Bibliographie ».

Titres Les titres d’usage des organismes fédéraux et les titres officiels des ministres figurent à l’appendice A, « Titres des organismes » du chapitre 470.

Abbréviations En général, les abréviations ne devraient pas figurer dans les applications du PCIM, sauf dans les cas où l’espace est limité, par ex. les cartes de visite. L’appendice A de cette section présente la forme abrégée des termes couramment employés dans les adresses.

Les sigles et acronymes officiels des organismes fédéraux figurent à l’appendice A du chapitre 470.

Accents Les textes français doivent comprendre tous les signes orthographiques des mots (accents sur les majuscules et minuscules, cédilles, trémas). Provisoirement, cette règle ne s’applique pas aux textes créés par ordinateur lorsqu’il n’est pas encore techniquement possible de produire ces signes.

Majuscules L’emploi des majuscules suscite de nombreuses questions en raison des usages différents du français et de l’anglais. En français, les mêmes règles s’appliquent au mot employé dans le corps d’un texte, dans un titre ou dans l’entête d’une rubrique. En anglais, les règles régissant l’emploi des majuscules dans le corps du texte diffèrent de celles relatives aux titres, aux rubriques et aux inscriptions. Dans ce dernier cas, on utilise la majuscule initiale pour le premier mot et les mots suivants, sauf s’il s’agit d’articles (a, an, the), de prépositions ou de conjonctions.

Dans la version anglaise des applications du PCIM, on peut employer soit les règles régissant les titres, soit celles régissant le corps du texte. Toutefois, lorsqu’une méthode a été choisie, il faut l’appliquer systématiquement, par exemple dans un système de signalisation. Les exemples illustrent l’application de ces deux méthodes (Fig. 18).

Ponctuation Les règles de ponctuation du français et de l’anglais diffèrent à certains égards. Les différences principales en ce qui concerne les applications du PCIM sont résumées ci-dessous. On peut trouver un exposé plus détaillé des règles de ponctuation en général dans les guides énumérés sous la rubrique « Bibliographie ».

Guillemets

Pour indiquer une citation, le français utilise les signes typographiques « », tandis que l’anglais utilise les signes “ ” (Fig. 19).

Writing an address

The following rule applies to a place name that is followed by the name of a province or territory. In French, the name of the province or territory is enclosed in parentheses, while a comma is used in English to set off the name (Fig. 20).

Writing of compound proper names

In English, a space is normally used between compound proper names, whereas French usage generally calls for a hyphen. The appropriate convention should be followed when writing the names of provinces, cities, streets and buildings in FIP applications.

Points of the compass The following rule applies to addresses in FIP applications. When the terms **east**, **west**, **north**, **south** are used with a street address, they should appear with initial capitals. In both English and French addresses the cardinal point appears after the name of the street (Fig. 21).

Adresse

La règle suivante s’applique au nom de lieu qui est suivi du nom de la province ou du territoire. En français, le nom de la province ou du territoire se met entre parenthèses tandis que l’anglais utilise la virgule pour séparer les noms (Fig. 20).

Noms propres composés

Alors que l’anglais sépare les noms propres composés par un espace, le français les unit habituellement par un trait d’union. Cet usage doit être appliqué aux noms de provinces, de villes, de rues et d’immeubles.

Points cardinaux La règle suivante s’applique aux adresses dans les applications du PCIM. Les mots **est**, **ouest**, **nord**, **sud** figurant dans une adresse devraient commencer par une majuscule. Dans les adresses rédigées en anglais et en français, les points cardinaux suivent le nom de la rue (Fig. 21).

Fig. 18

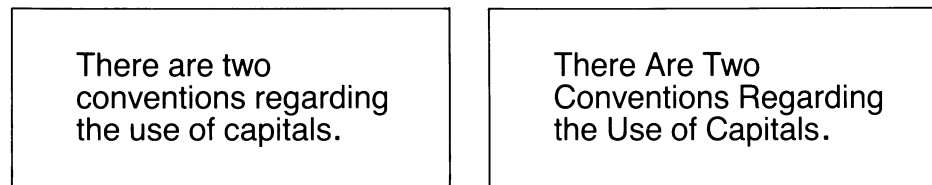


Fig. 19
English usage Usage anglais

“quotation”

French usage Usage français

«citation»

Fig. 20
English usage Usage anglais

Ottawa, Ontario

French usage Usage français

Ottawa (Ontario)

Fig. 21
English usage Usage anglais

Laurier Avenue, West

French usage Usage français

Avenue Laurier Ouest

Dates The all-numeric form of dating is concise and may be particularly appropriate on documents that are presented in both official languages.

The format recommended is in accordance with CAN/CSA-Z234.4-76 (Canadian Standards Association) and ISO 2014 (International Organization for Standardization). The standards prescribe the all-numeric writing of dates in descending order: year, month, day.

The year, month and day are separated by either a space or a short dash as illustrated (Fig. 22).

Time of day On documents, notices and signs presented in both official languages, it may be desirable to use the 24-hour system for representing time of day.

The recommended method is in accordance with CAN/CSA-Z234.4-76 (Canadian Standards Association) and ISO 3307 (International Organization for Standardization).

The hour is represented by a two-digit number ranging from 00 up to 23 (or 24), and the minute and second are represented by a two-digit number ranging from 00 up to 59. The colon is used as separator between hour and minute and between minute and second, as illustrated (Fig. 23). As required, time of day may be expressed in hours and minutes only.

Note: The instant of midnight should be represented (when seconds are included) as either 24:00:00, the end of one day, or 00:00:00, the beginning of the next day, according to circumstances.

Time duration The internationally recognized symbols of time, **h** for hour, **min** for minute and **s** for second, should be used when expressing a measured time duration (Fig. 24).

Représentation de la date L'inscription de la date uniquement en chiffres est concise et peut convenir davantage aux documents qui sont présentés dans les deux langues officielles.

Cette représentation est conforme à la norme de l'Association canadienne de normalisation (CAN/CSA-Z234.4-76) et de l'Organisation internationale de normalisation (ISO 2014). Les normes prescrivent que les dates soient exprimées en chiffres suivant un ordre descendant, c'est-à-dire année, mois, jour.

L'année, le mois et le jour sont séparés par un espace ou par un tiret (Fig. 22).

Représentation de l'heure Sur les documents, les avis et les panneaux rédigés dans les deux langues officielles, il peut être souhaitable d'employer le système de 24 heures.

Cette représentation est conforme à la norme de l'Association canadienne de normalisation (CAN/CSA-Z234.4-76) et de l'Organisation internationale de normalisation (ISO 3307).

L'heure est représentée par un nombre de deux chiffres allant de 00 à 23 (ou 24). Les minutes et les secondes sont représentées par un nombre de deux chiffres allant de 00 à 59. Les deux points séparent les heures des minutes et les minutes des secondes, tel qu'illustré (Fig. 23). Au besoin, on peut indiquer l'heure et les minutes seulement.

Note: minuit devrait être représenté (lorsqu'on indique les secondes) soit par 24:00:00, pour indiquer la fin de la journée, soit par 00:00:00, pour désigner le début de la journée.

Représentation de la durée Les symboles internationaux de temps, **h** pour heure, **min** pour minute et **s** pour seconde devraient être employés lorsqu'il s'agit d'exprimer la durée (Fig. 24).

Fig. 22
Standard method of presenting dates. Méthode normalisée de représentation de la date.

1986 04 22	1986-04-22
1986 11 16	1986-11-16
1987 02 06	1987-02-06

<p>Date d'échéance</p> <p>Due date</p> <p>1987 05 31</p>
--

<p>Expiry date</p> <p>Date d'expiration</p> <p>1987-12-31</p>

Fig. 23
Standard method of presenting time of day. Méthode normalisée de représentation de l'heure.

without seconds	sans secondes	with seconds	avec secondes
00:15	07:15	00:15:00	07:15:00
20:00	14:12	20:00:00	14:12:16
12:00	19:44	12:00:00	19:44:15

<p>Heures d'affaires</p> <p>Office hours</p> <p>08:30 -16:00</p>
--

Fig. 24
Standard method of presenting duration of time. Méthode normalisée de représentation de la durée.

2 h
30 min
2 h 30 min
2 h 30 min 09 s

<p>Visitors parking</p> <p>Stationnement pour visiteurs</p> <p>1 h 30 min</p>

Official languages: use of names

The use of names for buildings, sites and streets as well as geographical names is described below. Certain rules shall be observed when developing an appropriate version in each official language of a message containing such a name.

All inquiries about terminology related to names or their translations should be directed to the Terminology Directorate, Department of the Secretary of State of Canada.

Names of buildings, structures and sites The principles set out below are intended to clarify FIP policy on the use of the official languages in names for Crown-owned buildings, structures or sites. These principles apply to the naming of all Crown-owned real property. Where possible, they should also be observed when selecting a name for a building to be leased by the Crown with an option to purchase.

Use of the official languages when selecting a name

The following guidelines apply to all new names for Crown-owned buildings, structures or sites. The selection of a name must take into account that a version in either official language is required. Before adopting a name, careful consideration should be given to its various components, including the way it will reflect the equivalence of the two official languages.

When selecting a name, it is important to be aware of the distinction between its “generic” and “specific” elements. For example, in the name **Jackson Building**, the word **Building** is a “generic” element, whereas **Jackson** represents the “specific” element (the equivalent in French being, in this case, **Immeuble Jackson**). Normally, only “generics” have a version in either official language, since the “specific” component usually consists of a proper noun that cannot or must not be altered. Thus, a reliable way of ensuring that either official language is reflected in at least part of a name, is to include in it a “generic” component that has a counterpart in the other official language.

The following are among the more commonly-used “generics” for buildings and sites: in English, **Building, Tower, Complex, Centre, Place, and Square**; in French, **Immeuble or Édifice** (see below), **Tour, Complexe, Centre, and Place**.

Theoretically, it is possible to devise names for buildings or sites that are entirely “specific”, i.e. they contain no true “generic” or they do not necessarily lend themselves to a straightforward reformulation in the other official language. (**L’Esplanade Laurier** and **Les Terrasses de la Chaudière**, names of buildings found in the National Capital Region, may be viewed as examples.) However, when naming a Crown-owned building or site, there should be compelling reasons for a federal organization to select a name that does not reflect both official languages in some acceptable manner.

Langues officielles: emploi des noms

Les diverses règles concernant les noms d'immeubles, de sites et de rues ainsi que les noms géographiques sont décrites ci-dessous. Ces règles doivent être observées lors de la rédaction d'un message dans l'une ou l'autre des langues officielles.

Toute demande de renseignement terminologique concernant les noms ou leur traduction devrait être adressée à la Direction de la Terminologie, Secrétariat d'État du Canada.

Noms d'immeubles, d'ouvrages et de sites Les principes énoncés ci-dessous précisent la politique du PCIM quant à l'emploi des langues officielles dans les noms d'immeubles, d'ouvrages et de sites de l'État. Ces principes s'appliquent aux biens immobiliers appartenant à l'État et devraient si possible être aussi respectés lorsqu'on choisit un nom pour un immeuble loué par l'État avec option d'achat.

Emploi des langues officielles dans les noms

Les règles suivantes s'appliquent à tous les nouveaux noms choisis pour les immeubles, ouvrages et sites de l'État. Au moment de choisir un nom il faut se rappeler qu'il sera nécessaire d'établir une version dans chacune des langues officielles. Aussi, avant d'accepter un nom, il faudrait en examiner attentivement les divers éléments pour savoir si les versions anglaise et française sont équivalentes.

Au moment de choisir un nom, il importe de faire une distinction entre l'élément générique et l'élément spécifique. Par exemple, dans **Immeuble Jackson**, le mot **immeuble** fait fonction d'élément générique tandis que **Jackson** représente l'élément spécifique (l'équivalent anglais étant, dans ce cas, **Jackson Building**). Habituellement, seul l'élément générique a son équivalent dans l'autre langue officielle étant donné que l'élément spécifique est en général constitué d'un nom propre qui ne peut pas ou qui ne doit pas être modifié. Aussi, pour s'assurer qu'au moins une partie du nom dénote la présence de l'une ou de l'autre langue officielle, il suffit de l'assortir d'un élément générique qui a son équivalent dans l'autre langue officielle.

Les éléments génériques suivants sont les plus fréquemment employés en ce qui concerne les immeubles et les sites: en français, **Immeuble** ou **Édifice** (voir ci-dessous), **Tour, Complexe, Centre** et **Place**; en anglais **Building, Tower, Complex, Centre, Place** et **Square**.

En théorie, il est possible de concevoir des noms d'immeubles ou de sites qui soient entièrement spécifiques, c.-à.-d. qui ne contiennent aucun élément générique réel, ou qu'ils ne se prêtent pas nécessairement à une reformulation pure et simple dans l'autre langue officielle. (**L'Esplanade Laurier** et **Les Terrasses de la Chaudière**, noms d'immeubles qui se trouvent dans la région de la Capitale nationale, en sont des exemples.) Toutefois, l'organisme fédéral qui s'apprête à nommer un immeuble ou un site de l'État doit avoir des raisons de force majeure pour choisir un nom qui ne reflète de manière acceptable les deux langues officielles.

Translation of the word “building”

The character of a particular structure determines whether the term “building” should be rendered in French by the word “immeuble” or by “édifice”. Generally, the term “immeuble” is used for all urban, multi-storey buildings used for administrative, commercial or residential purposes. The word “édifice” should be reserved for buildings significant for their architectural style and size, or for buildings that are representative or characteristic of the purpose that they serve, such as the Supreme Court or Parliament Buildings.

Street names Described here are cases where certain terms of an address may or may not be translated, depending on whether the term forms part of the official name or not.

Generally, a term indicating a type of public thoroughfare such as **Street, Avenue, Boulevard**, or **rue, avenue, boulevard**, should be translated into French or into English, as the case may be, except in cases where the term forms part of the official name of the thoroughfare.

When the French terms **Avenue** (1^{re}, 2^e, etc.), **Belvédère**, **Carrefour**, **Centre**, **Chaussée**, **Chemin**, **Côte**, **Cour**, **Cours**, **Faubourg**, **Mail**, **Montée**, **Principale**, **Promenade**, **Quai**, **Rang** (1^{er}, 2^e, etc.), **Rue** (1^{re}, 2^e, etc.), **Place** and **Terrasse** are part of the official name of the thoroughfare, they should not be translated.

Similarly, when the English terms **Avenue** (1st, 2nd, etc.), **Centre**, **Circle**, **Court**, **Crescent**, **Drive**, **Garden**, **Main**, **Parkway**, **Range**, **Road**, **Square**, **Street** (1st, 2nd, etc.) and **Terrace** are part of the official name of the thoroughfare, they should not be translated.

Inquiries about the **official name** of a public thoroughfare should be directed to the appropriate municipality.

Geographical names The federal government’s position with respect to geographical names is that their official form is the one adopted by the provincial, territorial or federal authority in whose jurisdiction the entity lies and endorsed by the Canadian Permanent Committee on Geographical Names.

For the purposes of the federal government, some geographical names have official forms in both English and French, including some geographical entities of Pan-Canadian significance listed in Treasury Board Circular 1983-58.

Inquiries regarding the translation of geographical names should be addressed to the Terminology Directorate, Department of the Secretary of State of Canada.

Names of provinces and territories The official translation of the name of a province or territory shall be used as applicable. (See Appendix A.)

Names of other governments or institutions

Where the name of another government or an institution is to be included in a message presented in a side by side bilingual format, that name may be in French or English, or both, as required by the other government or the institution concerned.

Traduction de « building »

Le caractère d’un bâtiment détermine si le mot « building » doit se traduire par « immeuble » ou par « édifice ». En général, le mot « immeuble » s’applique aux bâtiments administratifs, commerciaux ou résidentiels de plusieurs étages situés en ville et le mot « édifice » est réservé aux ouvrages remarquables par leur architecture et leur taille ou à ceux qui sont caractéristiques de la fonction qu’ils abritent, par exemple la Cour suprême, le Parlement.

Noms de voies publiques Les paragraphes suivants indiquent quand il est possible de traduire les mots d’une adresse, compte tenu de son appellation officielle.

En général, les termes **rue, avenue, boulevard**, ou **Street, Avenue, Boulevard**, désignant un type de voie publique devraient, le cas échéant, se traduire en anglais ou en français, sauf lorsqu’ils font partie du nom officiel de la voie.

Lorsque les termes français **Avenue** (1^{re}, 2^e, etc.), **Belvédère**, **Carrefour**, **Centre**, **Chaussée**, **Chemin**, **Côte**, **Cour**, **Cours**, **Faubourg**, **Mail**, **Montée**, **Principale**, **Promenade**, **Quai**, **Rang** (1^{er}, 2^e, etc.), **Rue** (1^{re}, 2^e, etc.), **Place** et **Terrasse** sont un élément du nom officiel de la voie, ils ne se traduisent pas.

De même, lorsque les termes anglais **Avenue** (1st, 2nd, etc.), **Centre**, **Circle**, **Court**, **Crescent**, **Drive**, **Garden**, **Main**, **Parkway**, **Range**, **Road**, **Square**, **Street** (1st, 2nd, etc.) et **Terrace** font partie du nom officiel de la voie, ils ne se traduisent pas.

On doit faire parvenir à la municipalité appropriée les demandes de renseignements ayant trait au **nom officiel** d’une voie.

Noms géographiques Le gouvernement fédéral a pour principe de respecter la graphie officielle des noms géographiques adoptée par la juridiction provinciale, territoriale ou fédérale de qui relève l’entité et qui a été entérinée par le Comité permanent canadien des noms géographiques.

En ce qui concerne l’administration fédérale, certains noms géographiques ont des formes officielles en anglais et en français, notamment certaines entités géographiques d’importance pan-canadienne énumérées dans la circulaire du Conseil du Trésor n° 1983-58.

Les demandes de renseignements concernant la traduction d’un nom géographique devraient être adressées à la Direction de la Terminologie, Secrétariat d’État du Canada.

Noms de provinces et de territoires La traduction officielle du nom d’une province ou d’un territoire doit être utilisée, le cas échéant. (Voir l’appendice A.)

Noms d’autres gouvernements ou institutions Lorsque le nom d’un autre palier de gouvernement ou d’une institution doit être inclus dans un message présenté côte à côte, ce nom peut figurer en français ou en anglais, ou dans les deux langues, selon les exigences de ce gouvernement ou de cette institution.

Bibliography

The Canadian Style: a guide to writing and editing.
The Department of the Secretary of State of Canada.
Toronto: Dundurn Press Ltd, 1985.

The Chicago Manual of Style.
13th ed. rev. and expanded. Chicago: University
of Chicago Press, 1982.

White, Jan V. *Editing by design.*
New York: R.R. Bowker Co., 1974.

Note: For additional references see the bibliographies
of the works cited above.

Bibliographie

Cajolet-Laganière, Hélène. *Le française au bureau.*
Québec: Office de la langue française, 1983.

Guide du rédacteur de l'administration fédérale.
Bureau des traductions. Ottawa: 1983.

Note: Consulter les bibliographies dans les ouvrages ci-haut mentionnés
pour des références supplémentaires.

Commonly used terms

The following list is intended to promote consistent terminology in both official languages.

Entries appearing in the light typeface indicate the abbreviated form or, as the case may be, whether the term should be written in full in all instances. Generally, abbreviations should be used only where space is very limited, such as on a calling card.

English/French

Alberta Alta.	Alberta Alb.
Apartment Apt.	appartement app.
Avenue Ave.	avenue av.
Boulevard Blvd.	boulevard boul.
British Columbia B.C.	Colombie-Britannique C.-B.
Building Bldg. (see note)	immeuble imm.; édifice édifice
County County	comté cté
East E.	Est E.
Floor Floor	étage étage
Honourable, The The Hon.	honorable, L' L'hon.
Level Level	niveau niveau
Manitoba Man.	Manitoba Man.
Member of Parliament M.P.	Membre du Parlement député
New Brunswick N.B.	Nouveau-Brunswick N.-B.
Newfoundland Nfld.	Terre-Neuve T.-N.
North N.	Nord N.
Northwest Territories N.W.T.	Territoires du Nord-Ouest T.N.-O.
Nova Scotia N.S.	Nouvelle-Écosse N.-É.
Ontario Ont.	Ontario Ont.
Post Office Box P.O. Box	boîte postale b.p.; case postale c.p.
Prince Edward Island P.E.I.	Île-du-Prince-Édouard Î.-P.-É.
Privy Councillor P.C.	Membre du Conseil privé c.p.
Quebec Que.	Québec Qc
Right Honourable, The The Rt. Hon.	très honorable, Le Le très hon.
Road Rd.	chemin ch.
Room Rm.	bureau bureau; porte porte
Rural Route R.R.	route rurale r.r.
Saskatchewan Sask.	Saskatchewan Sask.
South S.	Sud S.
Station (postal facility) Stn.	succursale (postale) succursale
Station (scientific research facility) Stn.	station (établissement de recherches scientifiques) station
Street St.	rue rue
Suite Suite	porte (pour ensemble de bureaux) porte
West W.	Ouest O.
Yukon Territory Y.T.	Territoire du Yukon T.Y.

Note: The distinction between the terms "édifice" and "immeuble" is described under "Names of buildings, structures and sites".

Expressions fréquemment employées

La liste suivante vise à favoriser l'emploi uniforme de certains termes dans les deux langues officielles.

Les inscriptions en caractères maigres indiquent la forme abrégée ou, s'il y a lieu, le terme devant être écrit en entier. En général, il est recommandé de n'employer les abréviations que lorsque l'espace est très limité, notamment sur les cartes de visite.

Français/Anglais

Alberta Alb.	Alberta Alta.
appartement app.	Apartment Apt.
avenue av.	Avenue Ave.
boîte postale b.p.	Post Office Box P.O. Box
boulevard boul.	Boulevard Blvd.
bureau bureau	Room Rm.
case postale c.p.	Post Office Box P.O. Box
chemin ch.	Road Rd.
Colombie-Britannique C.-B.	British Columbia B.C.
comté cté	County County
édifice édifice (voir la note)	Building Bldg.
Est E.	East E.
étage étage	Floor Floor
honorable, L' L'hon.	Honourable, The The Hon.
Île-du-Prince-Édouard Î.-P.-É.	Prince Edward Island P.E.I.
immeuble imm. (voir la note)	Building Bldg.
Manitoba Man.	Manitoba Man.
Membre du Conseil privé c.p.	Privy Councillor P.C.
Membre du Parlement député	Member of Parliament M.P.
niveau niveau	Level Level
Nord N.	North N.
Nouveau-Brunswick N.-B.	New Brunswick N.B.
Nouvelle-Écosse N.-É.	Nova Scotia N.S.
Ontario Ont.	Ontario Ont.
Ouest O.	West W.
porte porte	Room Rm.
porte (pour ensemble de bureaux) porte	Suite Suite
Québec Qc	Quebec Que.
route rurale r.r.	Rural Route R.R.
rue rue	Street St.
Saskatchewan Sask.	Saskatchewan Sask.
station (établissement de recherches scientifiques) station	Station (scientific research facility) Stn.
succursale (postale) succursale	Station (postal facility) Stn.
Sud S.	South S.
Terre-Neuve T.-N.	Newfoundland Nfld.
Territoires du Nord-Ouest T.N.-O.	Northwest Territories N.W.T.
Territoire du Yukon T.Y.	Yukon Territory Y.T.
très honorable, Le Le très hon.	Right Honourable, The The Rt. Hon.

Note: La distinction entre les mots « édifice » et « immeuble » est expliquée dans la rubrique « Noms d'immeubles, d'ouvrages et de sites ».