



Treasury Board of Canada
Secrétariat

Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat

Federal Identity
Program
Manual

Manuel du Programme
de coordination
de l'image de marque

Shared-cost programs

Identification
of sponsors

March 1989

Programmes à coûts partagés

Identification
des commanditaires

Mars 1989

5.4

Table of contents

Introduction	3
Overview	3
Scope	4
Contract terms	4
Definitions	4
Identification of the sponsors	5
Means of federal identification	5
Language requirements for titles	6
Design criteria	6
Order of precedence	6
Examples of identification	7
Application of signatures	7
Application of wordmarks	9
Use of credit lines	10
Armorial bearings and flags	11
Enquiries	12

Table des matières

Introduction	3
Vue d'ensemble	3
Portée	4
Marchés	4
Définitions	4
Identification des commanditaires	5
Identification d'une institution fédérale	5
Exigences linguistiques concernant les titres	6
Critères de conception	6
Ordre de préséance	6
Exemples d'identification	7
Signatures	7
Mot-symboles	9
Emploi des mentions	10
Drapeaux et armoiries	11
Demandes de renseignements	12

Introduction

Government policy requires that federal participation in shared-cost programs be identified when informing the public about such programs.

The principle of federal identity is set out in the Federal Identity Program (FIP) policy which states: "federal participation in shared-cost programs should be clearly identified to enable the public to recognize the role of the sponsors". In applying this principle to a particular shared-cost program, the policy refers to the responsibility of the appropriate Minister to determine whether or not federal participation merits identification of the government in publicity associated with that program.

The need for guidelines became evident following a review of publicity for shared-cost programs. Most of the examples indicated a lack of consistency and clarity in identifying the federal government.

Further to the principles set out in the policy, these guidelines are intended to serve the following objectives:

- improve the methods of presenting the corporate identifiers of the sponsors of a shared-cost program;
- assist in developing clear and effective visual communications that inform the public about the nature of the program and identify its sponsors in a consistent manner.

These guidelines should be used with Chapter 470, "Federal Identity Program", and Chapter 480, "Government Communications Policy", of the *Administrative Policy Manual*. The policy on the use of the official languages in the identification of shared-cost programs is set out in Chapter 470.

Section 1.1, "Design", of the FIP Manual contains comprehensive guidelines on the government's symbols, signatures, standard typefaces and the use of colour.

Overview

It is obvious that symbols are intrinsically distinctive. A great variety of symbols such as logotypes, emblems, wordmarks, signatures and coats of arms are used to identify governments, institutions and companies (Fig. 1).

The meaning of symbols is established according to the context in which they are seen. Normally, a symbol is

Introduction

L'administration fédérale a comme politique de souligner sa participation aux programmes à coûts partagés lorsqu'elle informe le grand public de tels programmes.

Le principe de l'image de marque fédérale est énoncé dans la politique du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM), qui précise que « ...la participation d'un organisme fédéral à des programmes à coûts partagés devrait être clairement soulignée pour que le public puisse reconnaître le rôle des commanditaires ». Si on applique ce principe à un programme précis, cela signifie que le ministre responsable doit déterminer s'il convient d'indiquer la contribution fédérale dans la publicité se rapportant à ce programme.

La nécessité de lignes directrices s'est imposée suite à un examen de la publicité sur les programmes à coûts partagés. En effet, l'identification de l'administration fédérale manque, dans la plupart des cas, d'uniformité et de clarté.

En plus d'assurer le respect des principes énoncés dans la politique, les lignes directrices ont pour but de répondre aux objectifs suivants:

- améliorer les méthodes d'identification des commanditaires d'un programme à coûts partagés;
- contribuer à la préparation de communications visuelles claires et efficaces permettant d'informer le grand public de la nature du programme et d'identifier ses commanditaires de façon uniforme.

Les présentes lignes directrices devraient être utilisées conjointement avec le chapitre 470, « Programme de coordination de l'image de marque », et le chapitre 480, « Politique du gouvernement en matière de communications », du *Manuel de la politique administrative*. En matière des langues officielles, les pratiques doivent suivre la politique concernant l'identification des programmes à coûts partagés exposée au chapitre 470.

La section 1.1, « Design », du Manuel du PCIM renferme des lignes directrices exhaustives au sujet des symboles, des signatures, des caractères typographiques et des couleurs employés par le gouvernement.

Vue d'ensemble

Il va sans dire que chaque symbole présente des caractéristiques qui lui sont propres. Il existe toutes sortes de symboles (logotypes, emblèmes, mot-symboles, signatures et armoiries) permettant d'identifier une administration publique, un organisme ou une compagnie (Fig. 1).



applied individually, not in context with other symbols. When symbols are presented together, their significance changes and meanings may be affected.

Certain principles should be observed when designing information material that includes the corporate identifiers of different sponsors. The guidelines were developed to assist administrators, communications advisors and designers responsible for the planning of publicity.

Scope

Guidelines set out the requirements when identifying the Government of Canada as a sponsor of a shared-cost program. These guidelines apply to a broad range of material including publications, forms, news releases, advertisements, audio-visuals, exhibits and signs.

It is recognized that joint identification may also be required for purposes other than shared-cost programs. The principles set out in these guidelines would apply there as well.

Contract terms

Chapter 470 includes this directive: "...a federal organization entering into a contract or agreement with another level of government or a private institution shall include therein provisions that set out the terms for joint identification of the sponsors". Generally, such terms would be developed in the context of the communications plan for a shared-cost program. The terms should refer to the method of identification, the order of precedence, the use of the two official languages, and the use of colour.

Government cheques

The Receiver General cheque is a payment instrument approved by the Treasury Board pursuant to section 28(1) of the *Financial Administration Act*. The inclusion of the corporate identity of another sponsor on the cheque would represent a new instrument requiring Treasury Board approval. Federal institutions should consult the Accounting, Banking and Compensation Directorate, Supply and Services Canada, regarding operational considerations when including other corporate identifiers on Receiver General cheques.

Definitions

For purposes of these guidelines the following definitions apply:

corporate identifier refers to a graphic device intended to identify an institution; for example, signatures, logotypes, wordmarks, emblems.

identification refers to applying the corporate identifiers of the sponsors when informing the public about a shared-cost program.

shared-cost program includes any activity, project or facility (within Canada) that is funded jointly by a federal organization with another level of government or with a private institution.

signature: The combination of a symbol and a title.

La signification des symboles varie selon le contexte dans lequel ils apparaissent. En règle générale, ils sont utilisés seuls. Avec d'autres, ils peuvent changer de signification et revêtir une importance différente.

Il faut respecter certains critères lorsqu'on prépare des documents d'information dans lesquels sont identifiés plusieurs commanditaires. Les présentes lignes directrices ont pour but de faciliter la tâche aux administrateurs, conseillers en communications et concepteurs responsables de la planification de la publicité.

Portée

Les lignes directrices que voici énoncent les exigences à respecter lorsqu'on souligne la participation du gouvernement du Canada à un programme à coûts partagés. Elles s'appliquent à toute une gamme d'articles tels que les publications, formulaires, communiqués de presse, annonces publicitaires, montages audio-visuels, expositions et panneaux.

Les présentes lignes directrices s'appliquent également lorsqu'il faut procéder à une identification conjointe dans des cas autres que les programmes à coûts partagés.

Marchés

Le chapitre 470 précise qu' : « ...un organisme fédéral qui conclut un marché ou une entente avec un autre palier de gouvernement ou une institution privée doit y inclure des dispositions qui établissent les conditions de l'identification des commanditaires ». En règle générale, ces dispositions sont élaborées en fonction du plan de communication relatif à un programme à coûts partagés. Les dispositions devraient se rapporter à la méthode d'identification, à l'ordre de préséance, à l'utilisation des langues officielles ainsi que des couleurs.

Chèques émis par l'administration fédérale

Les chèques émis par le Receveur général constituent un instrument de paiement approuvé par le Conseil du Trésor en vertu du paragraphe 28(1) de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. L'ajout de l'image de marque d'un autre commanditaire sur le chèque créerait un nouvel instrument qui exigerait l'approbation du Conseil du Trésor. Les institutions fédérales devraient consulter la Direction de la comptabilité, de la gestion bancaire et de la rémunération, Approvisionnement et Services Canada, pour connaître les considérations opérationnelles associées à l'ajout d'autres identificateurs sur les chèques du Receveur général.

Définitions

Les définitions suivantes s'appliquent aux fins des présentes lignes directrices.

identificateur: dispositif graphique destiné à identifier un organisme (signature, logotype, mot-symbole, emblème).

identification: utilisation de l'identificateur d'un commanditaire pour informer le grand public au sujet d'un programme à coûts partagés.

programme à coûts partagés: activité, projet ou installation (au Canada) financé conjointement par un organisme fédéral et un autre palier de gouvernement, ou une entreprise privée.

signature: association d'un symbole et d'un titre.

Identification of sponsors

The identification of sponsors should be based on two principles, **equivalence and brevity**. This means:

- presenting the sponsors as equal partners in a joint enterprise; and
- identifying the sponsors in a concise and clear manner to ensure optimum recognition.

Means of federal identification

Normally, the corporate identity of the Government of Canada is expressed by an appropriate signature (incorporating the flag or the Coat of Arms) and the “Canada” wordmark. However, this requirement does not apply to shared-cost programs. As applicable, one of the following means should be used to identify federal sponsorship:

Coat of Arms: Generally, the Coat of Arms is used to identify ministers and certain quasi-judicial institutions. (See Chapter 470 for details on the use of the Coat of Arms with respect to FIP policy.) Other usages are described under “Use of armorial bearings and flags” in this section.

Federal signature: As required, it may consist of the signature of the institution concerned, or the “Government of Canada” signature.

“Canada” wordmark: The wordmark may serve as the identifier, provided that an appropriate reference to the Government of Canada (or one of its institutions) is made in the text or in an acknowledgement.

Credit line: Should the use of any of the above identifiers be inappropriate or not feasible, federal participation may be indicated by a credit line. This applies particularly in cases where many sponsors are involved.

Choosing the method

When determining which method should be used for a particular application, the following factors should be considered:

- the nature of the program and the communication objectives;
- whether there is a need to identify the departments or agencies as opposed to the governments concerned (e.g. “Environment Canada” and “Saskatchewan Environment” instead of “Government of Canada” and “Government of Saskatchewan”);
- the medium to be used (e.g. a sign, an advertisement);
- the feasibility of displaying corporate identifiers when space is limited (e.g. when there is a choice between signature and wordmark, the latter would be more compact and easier to apply).

In conjunction with any one of these methods, it may be helpful to use a statement amplifying the roles of the sponsors. Here is an example.

This project is jointly funded by Energy, Mines and Resources Canada and the Ontario Ministry of Energy under the 1986 Agreement to promote energy conservation projects and the development of alternative energy technologies.

Identification des commanditaires

L'identification des commanditaires devrait être fondée sur deux principes, **l'équivalence et la brièveté**, c'est-à-dire:

- présenter les commanditaires comme des associés à parts égales dans une entreprise conjointe; et
- identifier les commanditaires de façon claire et concise, pour faciliter la reconnaissance.

Identification d'une institution fédérale

En règle générale, l'image de marque du gouvernement du Canada est exprimée au moyen d'une signature appropriée (comprenant le drapeau ou les armoiries) et le mot-symbole « Canada ». Toutefois, dans le cas des programmes à coûts partagés, il faut procéder d'une des façons suivantes, selon le cas:

Armoiries: En règle générale, elles sont employées pour identifier les ministres et certaines institutions quasi-judiciaires. (Consulter le chapitre 470 pour plus de détails au sujet de l'utilisation des armoiries dans le cadre du Programme de coordination de l'image de marque.) Les autres utilisations sont décrites à la rubrique « Drapeaux et armoiries » de la présente section.

Signature fédérale: Il peut s'agir de la signature de l'institution concernée ou de la signature « Gouvernement du Canada ».

Mot-symbole « Canada »: Le mot-symbole peut servir comme identificateur à condition que le texte fasse une référence appropriée au gouvernement du Canada ou à l'une de ses institutions.

Mention: Lorsque les identificateurs ci-dessus ne conviennent pas ou qu'il est impossible de les utiliser, on peut souligner la contribution du gouvernement fédéral au moyen d'une mention. C'est le cas notamment si les commanditaires sont nombreux.

Choix d'une méthode

Lorsque vient le temps de déterminer la méthode à utiliser dans un cas particulier, il faut tenir compte des facteurs suivants:

- la nature du programme et l'objectif de communication visé;
- la nécessité d'identifier les ministères ou organismes plutôt que les gouvernements concernés (par exemple, « Environnement Canada » et « Environnement Saskatchewan » plutôt que « Gouvernement du Canada » et « Gouvernement de la Saskatchewan »);
- le média utilisé (par exemple, un panneau d'identification, une annonce publicitaire);
- la possibilité d'utiliser un identificateur lorsque l'espace est restreint (ainsi, il est préférable d'utiliser un mot-symbole plutôt qu'une signature lorsque l'espace est restreint).

Quelle que soit la méthode employée, il peut s'avérer utile de rédiger un bref communiqué soulignant le rôle des commanditaires. Par exemple:

Ce projet est financé conjointement par Énergie, Mines et Ressources Canada et par le ministère de l'Énergie de l'Ontario en vertu d'une entente conclue en 1986 pour promouvoir les projets de conservation de l'énergie et le développement des nouvelles sources d'énergie.

Language requirements for titles

When another government or a private institution is being identified in an announcement pertaining to a shared-cost program, its title (or signature) may be in English or French, or both, as required by the sponsor concerned.

The titles of federal institutions must appear in both official languages in a side by side format in all signatures.

Design criteria

These criteria are general and are based on common practices in the field of corporate identity. The requirements of different participants may vary. Therefore, good coordination is needed when designing a joint announcement bearing the identity of the sponsors.

Because corporate identifiers vary greatly in style and appearance, it is generally difficult to display them in close association. The following criteria should be observed when applying a signature, wordmark or other device:

- display in generous open space, free from close association with any interfering or distracting elements;
- respect visual equivalence, i.e. try to achieve visual balance between corporate identifiers on the basis of size, density, weight and colour;
- respect the graphic standards of the organization concerned, i.e. use the proper corporate symbol and typeface.

When preparing a layout, careful consideration should be given to the use of colour. Notwithstanding that colour is an important element of corporate identity and many institutions have adopted a specific colour for that purpose, the use of corporate colours may not always be appropriate in the context of joint identification. Communications will generally be more effective if colour is used in a uniform or neutral manner (the FIP provides a range of colour options which are detailed in section 1.1 of the FIP Manual).

Order of precedence

When two or more sponsors have to be identified, it follows that the order of precedence needs to be resolved. Agreement on which identifier should appear left (or above) and which identifier right (or below) should be sought when developing the communications plan for a shared-cost program. For example, the agreement may establish the order in accordance with the share of the financial contribution or the lead role of the participant who administers the program. Order of precedence may also be based on “seniority” of the different levels of government, i.e. federal, provincial, territorial, municipal.

Either a side-by-side or an over-and-under format may be used. The choice of format depends on the media used, as well as factors such as number of sponsors, layout of the message, and whether the presentation is unilingual or bilingual.

Exigences linguistiques concernant les titres

Lorsqu’une publicité relative à un programme à coûts partagés identifie un autre palier de gouvernement ou une entreprise privée, son titre (ou sa signature) peut être en français, en anglais, ou les deux, selon le vœu du commanditaire visé.

Les titres des institutions fédérales doivent apparaître dans les deux langues officielles, côte à côte, dans toutes les signatures.

Critères de conception

Ces critères généraux sont fondés sur les pratiques courantes dans le domaine de l’image de marque. Les exigences peuvent varier selon les participants. Par conséquent, il faut une bonne coordination au moment de concevoir une publicité renfermant les éléments de l’image de marque de plusieurs commanditaires.

Étant donné que le style et la présentation des identificateurs varient considérablement, il est généralement difficile de les afficher ensemble. Les critères suivants devraient être observés lorsqu’on applique une signature, un mot-symbole ou tout autre élément d’identification:

- bien dégager les identificateurs afin d’éviter tout risque d’association avec les éléments environnants;
- respecter le principe de l’équivalence visuelle, c’est-à-dire essayer d’atteindre un équilibre visuel entre les divers identificateurs en fonction de leur taille, de leur densité, de leur poids et de leur couleur;
- respecter les normes graphiques de l’organisme concerné, c’est-à-dire utiliser le symbole et les caractères typographiques appropriés.

Au moment de concevoir la disposition graphique, il faut bien étudier l’emploi de la couleur. Bien qu’elle constitue un élément important de l’image de marque et que de nombreux organismes ont adopté des couleurs dans cette optique, leur emploi n’est pas toujours approprié dans le cas d’une identification conjointe. La communication est généralement plus efficace lorsqu’on emploie la couleur d’une façon neutre ou uniforme (le Programme de coordination de l’image de marque prévoit une gamme de couleurs qui sont énumérées à la section 1.1 du Manuel du PCIM).

Ordre de préséance

S’il y a deux commanditaires ou plus, il faut d’abord déterminer l’ordre de préséance. Au moment de concevoir le plan de communication d’un programme à coûts partagés, il faut déterminer quel identificateur apparaîtra à gauche (ou au-dessus) et lequel apparaîtra à droite (ou au-dessous). Ainsi, par exemple, on peut établir l’ordre de préséance en fonction de la contribution financière ou du rôle de chaque commanditaire en ce qui a trait à l’administration du programme. L’ordre de préséance peut également être fondé sur « l’ancienneté » des différents paliers de gouvernement concernés (fédéral, provincial, territorial, municipal).

On peut employer la disposition côte à côte ou superposée, selon le média utilisé, et des facteurs tels que le nombre de commanditaires, la disposition du message et le caractère bilingue ou non de la présentation.

Examples of identification

Presented below are examples involving the use of signatures, wordmarks or credit lines. Most of the examples stem from actual applications. Some of them were modified to reflect the criteria set out in these guidelines.

Application of signatures

This is the method most commonly used when identifying the sponsors. The examples indicate how signatures may be presented (Fig. 2).

Exemples d'identification

Vous trouverez ci-dessous des exemples de signatures, de mots-symboles et de mentions. La plupart d'entre eux s'inspirent de cas réels, certains ont été modifiés en fonction des présentes lignes directrices.

Signatures

Il s'agit de la méthode employée le plus fréquemment pour identifier les commanditaires. Les exemples montrent comment on peut présenter les signatures (Fig. 2).

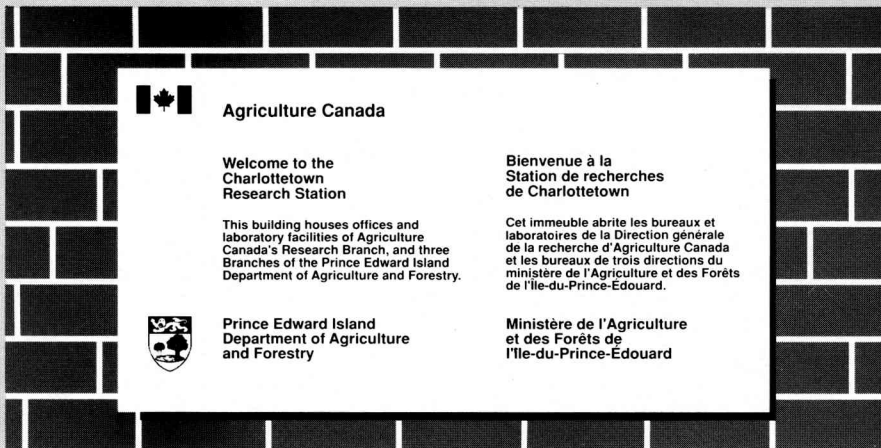
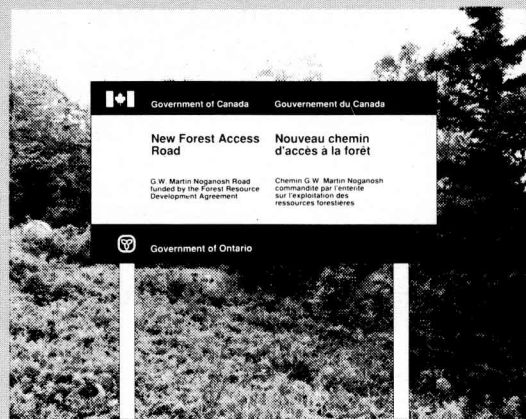


Fig. 2 (Continued Suite)



Help them learn a living - it's good business!

TAKE UP THE CHALLENGE IN '86

Canada Yukon Summer Program Challenge '86 will help pay the way. The Government of Canada and the Government of Yukon have money available to help you hire students and young people this summer.

Under Canada Yukon Summer Program Challenge '86:

- Substantial wage subsidy assistance is available for approved positions.
- Businesses, municipalities and non-profit organizations are all eligible to apply.
- This program is designed to assist you with positions that would otherwise not be possible.
- Proposals are evaluated on their potential to prepare students and young people for our future labour market.

• Priority will be given to career-related proposals. This summer, invest in our future workforce. Give someone a "leg" education.

Get an application now from:
Employment Development Branch
Room 307, Federal Building
Whitehorse, Yukon K1A 3H5
(867) 508-0100

Advances Education and Manpower Branch
Box 2703, Whitehorse, Yukon Y1A 2C6
(867) 512-2601

**DEADLINE FOR APPLICATIONS IS
APRIL 4, 1986**

Yukon
Education

Employment and Immigration Canada / Emploi et Immigration Canada

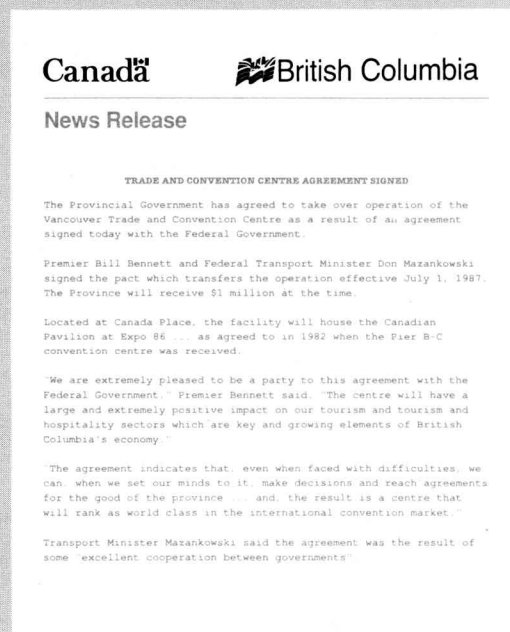
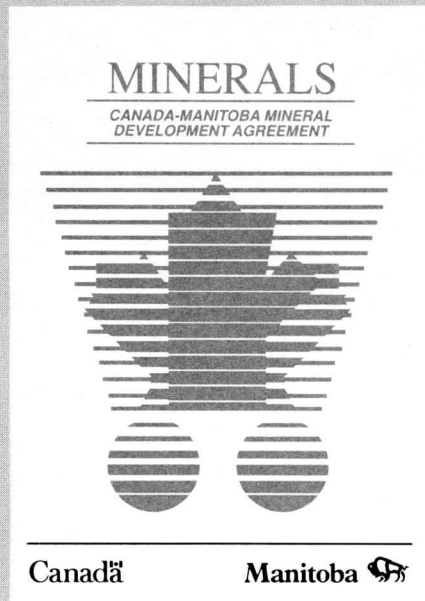
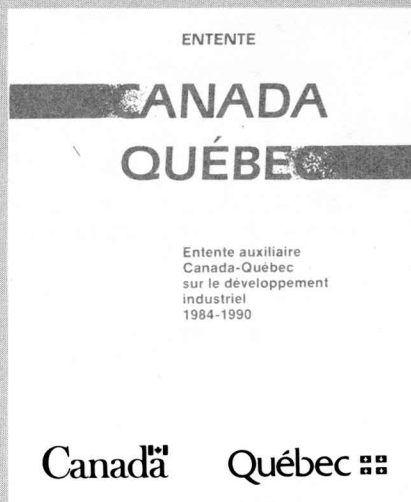


Application of wordmarks

This method applies when the sponsors have agreed to use their respective wordmark. The examples indicate how this may be done (Fig. 3).

Mot-symboles

Cette méthode convient lorsque les commanditaires ont accepté d'employer leur mot-symbole respectif. Les exemples montrent comment on peut présenter les mot-symboles (Fig. 3).



Use of credit lines

Generally, a credit line consists of a lead-in sentence followed by the titles of the sponsors. The titles should be presented in a uniform manner, using the same type-face, type size and colour. The examples indicate how credit lines may be set up (Fig. 4).

Emploi des mentions

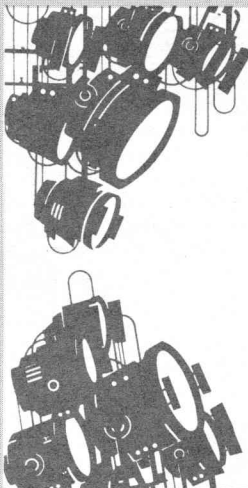
En règle générale, une mention consiste en une phrase d'entrée en matière suivie des titres des commanditaires. Les titres devraient être présentés de façon uniforme, à l'aide des mêmes caractères typographiques, du même corps de caractère et de la même couleur. Les exemples montrent comment présenter les mentions (Fig. 4).

L'Accord de l'Ouest

Entente entre les gouvernements

*du Canada,
de l'Alberta,
de la Saskatchewan
et de la Colombie-Britannique*

*sur la tarification et la taxation
du pétrole et du gaz naturel*



SIXTH ANNUAL

Summer institute of film and television

ORGANIZED BY:

- Algonquin College
- Canadian Film Institute

WITH THE GENEROUS ASSISTANCE OF:

- Canadian Broadcasting Corporation
- Communications Canada
- Government of Ontario
- National Film Board of Canada
- The British Council

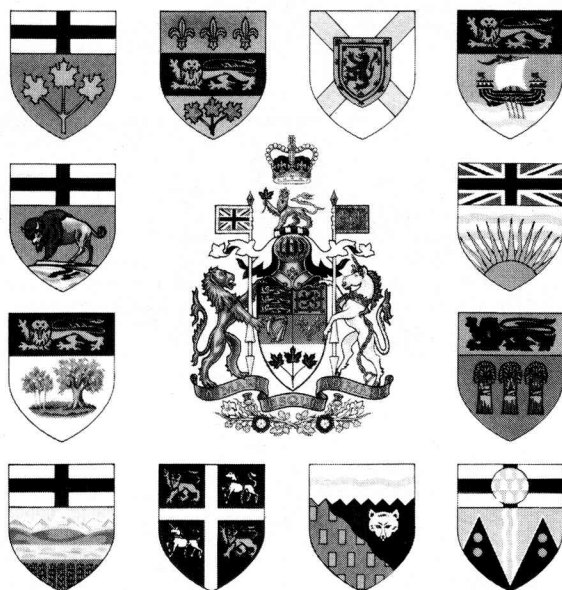
Armorial bearings and flags

Symbols such as coats of arms, shields and flags are often used to portray joint activities of governments. The use of these symbols is subject to rules of protocol and their field of application is more or less distinct from the corporate identity of a government institution.

Where applicable, coats of arms, shields or flags may be used in lieu of the corporate identifiers that are normally employed. This applies particularly when provincial and territorial governments need to be identified in conjunction with the federal government. For example, a layout incorporating the federal Coat of Arms and the shields of the provinces and territories is well suited to portray the relationship of the governments (Fig. 5). A similar effect may be achieved by using the different flags (Fig. 6).

For further information on the flags, coats of arms and floral emblems used by provincial and territorial governments, readers should refer to the *Canadian Symbols Kit* prepared by the Department of the Secretary of State of Canada. The publication is available from the Canadian Government Publishing Centre, Supply and Services Canada.

Fig. 5



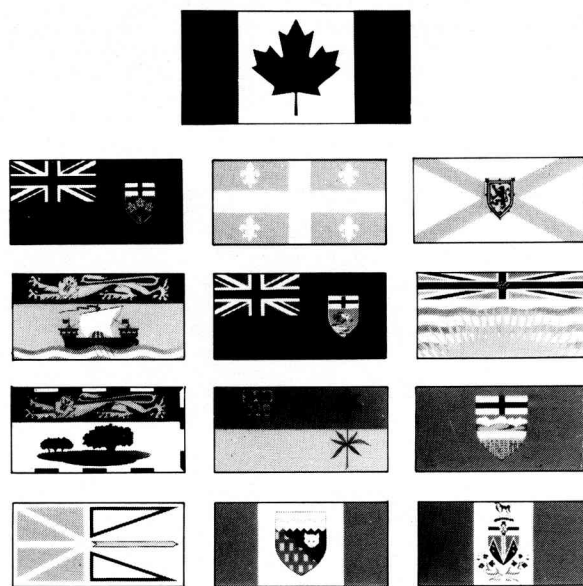
Drapeaux et armoiries

On emploie souvent des armoiries, des emblèmes et des drapeaux pour représenter la collaboration de plusieurs administrations publiques. L'utilisation de ces symboles est cependant assujettie au protocole et leur domaine d'application est plus ou moins distinct de l'image de marque d'une institution.

Les armoiries, emblèmes et drapeaux peuvent, dans certains cas, remplacer toute autre méthode d'identification normalement employée. C'est le cas, plus particulièrement, lorsque les gouvernements provinciaux et territoriaux doivent être identifiés conjointement avec le gouvernement fédéral. Ainsi, par exemple, une disposition renfermant les armoiries canadiennes et les écus des provinces et territoires conviendrait parfaitement pour représenter les liens entre les divers paliers de gouvernement (Fig. 5). On peut obtenir un effet semblable en utilisant les différents drapeaux (Fig. 6).

Pour plus d'information au sujet des drapeaux, armoiries et emblèmes floraux employés par les gouvernements provinciaux et territoriaux, on peut consulter la *Trousse des symboles canadiens*, préparée par le Secrétariat d'État du Canada. On peut se procurer cette trousse auprès du Centre d'édition du gouvernement du Canada, Approvisionnement et Services Canada.

Fig. 6



Enquiries

Enquiries regarding the corporate identity of a sponsor should be directed to the office responsible for corporate identity of the institution concerned. In the case of the federal government, this responsibility rests with the FIP Coordinator appointed by each institution.

A list of provincial and territorial managers of corporate identity is being maintained by the Administrative Policy Branch of the Treasury Board Secretariat. The Branch may be contacted for information.

Because the requirements for corporate identity may be subject to change, it is suggested to enquire about current requirements.

Reproduction proofs

Details on the availability of reproduction proofs of the federal signature and “Canada” wordmark are provided in section 1.1 of the FIP Manual. Requests for proofs of signatures or logos of other sponsors should be addressed to the corporate identity manager of the institution concerned.

Demandes de renseignements

Les demandes de renseignements concernant les exigences en matière de l'image de marque d'un commanditaire devraient être adressées au bureau responsable de l'organisme concerné. Dans le cas du gouvernement fédéral, cette responsabilité incombe au coordonnateur du Programme de coordination de l'image de marque nommé de chaque institution.

La Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor tient à jour la liste des noms des gestionnaires des gouvernements provinciaux et territoriaux responsables de l'image de marque. Pour obtenir de plus amples renseignements, il suffit de s'adresser à cette Direction.

Comme les exigences à l'égard de l'image de marque peuvent varier, il est préférable de s'informer au sujet des exigences courantes.

Contre-épreuves

Le Manuel du Programme de coordination de l'image de marque (section 1.1) apporte des détails sur les contre-épreuves de la signature fédérale et du mot-symbole « Canada ». Les demandes de contre-épreuves de symboles d'autres commanditaires devraient être adressées au gestionnaire responsable.