



SBB CFF FFS

Les règles d'écriture des CFF.



Vous trouverez les règles d'écriture des CFF sur le portail de la marque CFF, accessible au public sous cff.ch/marque, et dans l'intranet sous → [règles d'écriture](#).

Chère lectrice, cher lecteur,

Le présent ouvrage répond aux questions que vous vous posez lorsque vous rédigez un texte. En ce qui concerne l'orthographe et l'usage, nous nous en tenons aux dictionnaires et grammaires usuels; mais ceux-ci n'ont pas réponse à tout. Chaque entreprise est par exemple responsable de la manière de parler de ses marques. Des règles d'écriture encadrent leur usage, aux CFF également.

Vous trouverez ici des informations linguistiques destinées à votre activité d'écriture. Veuillez vous y référer en cas d'incertitude. Relisez vos textes, éventuellement à haute voix. N'hésitez pas à les faire relire à vos collègues.

Nous vous souhaitons beaucoup de succès et de satisfaction dans votre activité d'écriture.



Kathrin Amacker
Responsable Communication



Ruedi Blankschön
Responsable Gestion et
expérience de la marque

Note.

Les règles exposées ici sont applicables aux textes rédigés en français.
Les versions en allemand et en italien du présent guide sont déterminantes lorsque l'on rédige dans ces langues.

Dictionnaire CFF.

Le dictionnaire CFF vous permet de retrouver les expressions spécifiques, les notions propres à l'entreprise, les produits et slogans: chef circulation des trains, abonnement demi-tarif valable 2 ans et «en route, comme chez soi». Rédigé en quatre langues, le dictionnaire CFF est développé et tenu à jour en permanence.

Il peut être consulté sur l'intranet, sous → [dictionnaire](#). Si vous n'avez pas accès à l'intranet, veuillez vous adresser à: termino@sbb.ch.

Nos marques déposées.

Les abréviations CFF et CFF Cargo sont des marques déposées. Dans un texte rédigé, elles s'écrivent de façon normale; nous n'utilisons pas de logo.

CFF est masculin pluriel.

Les CFF relient les entreprises, les personnes, les régions et les cultures de Suisse.

CFF Cargo est féminin singulier.

CFF Cargo est sortie du rouge; elle renoue avec le profit.

CFF est utilisé avec un article.

Les CFF sont conscients de leurs responsabilités.

CFF Cargo s'utilise sans article.

CFF Cargo est consciente de ses responsabilités.

Lorsque nous nous adressons à un lectorat international, nous précisons que les CFF et CFF Cargo sont des entreprises ferroviaires suisses.

Les CFF, chemins de fer suisses, desservent aussi des destinations à l'étranger.

CFF Cargo, entreprise suisse de fret ferroviaire, fait circuler ses trains sur l'axe nord-sud.

Dans les imprimés, les publications et sur tous les documents mentionnant un expéditeur (adresses de courriers électroniques, cartes de visite, présentations, carnets d'adresses), nous utilisons exclusivement l'abréviation CFF SA.

Dans les factures et les contrats, nous utilisons exceptionnellement notre raison sociale complète: Chemins de fer fédéraux suisses CFF.

Les marques de nos produits et prestations.

En français, les marques de nos produits s'écrivent avec l'abréviation CFF placée en apposition, après la marque.

SBB Reisebüro – Agence de voyages CFF – Agenzia viaggi FFS.

Nos partenaires.

Nous écrivons les noms de nos partenaires après le nôtre, et jamais sous forme de logo.

Exemple: les CFF et Swisscom vous proposent...

Plurilinguisme.

La langue véhicule des idées. C'est pourquoi nous nous exprimons dans la langue de notre lectorat. Nous communiquons en allemand, en français, en italien tels qu'ils sont parlés et écrits en Suisse. Nous utilisons l'anglais britannique.

Nous utilisons la terminologie ferroviaire suisse. Nous évitons les anglicismes. Lorsque nous nous apprêtons à communiquer en plusieurs langues, nous intégrons celles-ci à nos réflexions dès le début.

Helvétismes.

Les CFF font partie de l'identité nationale suisse. Cela peut se refléter dans notre expression. Les helvétismes communément connus en Suisse romande sont admis: ils confèrent une personnalité aux CFF. Nous parlons par exemple de pendulaires, et non de navetteurs (belgicisme).

Tutoyer ou vousoyer.

La publicité a de plus en plus tendance à tutoyer celles et ceux auxquels elle s'adresse afin de créer une proximité. Par respect, nous y renonçons et vousoyons notre clientèle, nos partenaires, nos fournisseurs, etc. Nous tutoyons cependant les enfants âgés de moins de 16 ans, nos clientes et nos clients de la Voie 7.

Les médias sociaux constituent une exception. Il est possible d'utiliser le tutoiement dans des messages personnels. Il est aussi admis de tutoyer notre clientèle dans les commentaires, à moins que notre interlocutrice ou notre interlocuteur n'opte explicitement pour le vousoiement.

Point.

Nous plaçons toujours un point à la fin de nos titres, qu'ils soient composés d'un ou de plusieurs mots. Le point structure la pensée et constitue un élément distinctif des documents, présentations et textes des CFF.

Les points d'exclamation sont en revanche à éviter, que ce soit dans les titres ou dans les textes. Nous ne les utilisons qu'à la fin d'une phrase exclamative ou si l'on souhaite conférer une force particulière à une phrase.

Abréviations.

Si certaines abréviations sont connues de tous, d'autres doivent être explicitées. Le cas échéant, nous les explicitons uniquement lors de leur première apparition dans un texte. Les abréviations sont souhaitables dans les graphiques, tableaux et descriptifs techniques, mais pas dans du texte courant. Les abréviations à usage interne ne sont pas utilisées lorsqu'on s'adresse à l'extérieur.

Graphique, tableau	Texte
M	millions
p. ex.	par exemple
CHF	francs

Nous utilisons le système international et les abréviations usuelles pour désigner les unités de mesure, les unités monétaires, etc.

m	mètre
s	seconde
S	sud
CHF	franc suisse
EUR	euro
Mo	mégaoctet

Citations.

Nous utilisons les guillemets français doubles (chevrons doubles), également nommés «guillemets typographiques». Raccourci clavier: Alt + 174/Alt + 175
J'ai vu «Casablanca» trois fois.

Guillemets emboîtés dans d'autres guillemets: il est admis d'utiliser d'autres signes (apostrophe, guillemet français simple à un seul chevron) pour davantage de lisibilité. Combinaison des guillemets français simples: Alt + 0139/Alt + 0155
Martine dit: «J'ai vu 'Casablanca' trois fois.»

Mots étrangers en français.

Si l'usage d'un mot est fermement établi, nous l'utilisons sans autre en français: week-end, manager, ersatz.

Nous évitons les anglicismes.
courrier/adresse électronique plutôt qu'e-mail.

Noms de produits et d'entreprises.

Les noms de produits et d'entreprises ne sont pas écrits en capitales; les logos ne sont pas utilisés.

juste	faux
La Poste	LA POSTE
Sunrise	sunrise

Traits d'union et tirets.

Nous distinguons entre le trait d'union et le tiret semi-cadratin.

Le tiret semi-cadratin (Ctrl + moins sur le pavé numérique, Alt + 0150) est un tiret long utilisé dans les cas suivants:

Mention de valeurs absentes	dans les tableaux	
Zéro centime	CHF 251.–	
Énumérations	comme dans cette énumération	avec espace

Le tiret semi-cadratin sert également à indiquer les parcours des trains:

Lugano–Chiasso	sans espaces
La Chaux-de-Fonds–Berne	les traits d'union sont maintenus à La Chaux-de-Fonds
St-Gall–Zurich Oerlikon	St-Gall et Zurich Oerlikon reliés par un tiret semi-cadratin

Adresses Internet (URL).

Si possible, nous n'utilisons que des adresses Internet courtes avec un cheminement clair. Si la page l'autorise, nous renonçons au «www». Après un URL en fin de phrase, il y a un point.

URL courtes	cff.ch/velo coop.ch/bettybossi
Point final	Vous trouverez d'autres informations sous cff.ch/velo.

Chiffres et nombres entiers.

En chiffres arabes ou en toutes lettres?

Les chiffres jusqu'à douze s'écrivent en toutes lettres. Ils s'écrivent en chiffres à partir de 13.

Exception 1: deux nombres exprimant des limites sont toujours écrits de la même façon.

Les personnes âgées de 3 à 23 ans

Exception 2: quand le nombre fait partie du nom d'un produit.

Abonnement demi-tarif pour 2 ans

Voie 7

Exception 3: quand le nombre doit sauter aux yeux.

Prière de réserver au moins 3 jours à l'avance.

Vous gagnez un voyage à Paris pour 2 personnes.

Années.

Nous écrivons toujours les quatre chiffres des années.

Juste	Faux
2013	13

Date et heure.

Dans un texte courant, nous utilisons le format suivant:

Vendredi 6 juillet	(sans virgule)
Le 20 avril 2013	dans des tableaux: 20.4.2013 (et non 20.04.2013)
8h30	dans des tableaux 8h30 (et non 08h30)

Décimales.

Les décimales sont séparées par une virgule. Exception: pour séparer les francs et les centimes, nous utilisons le point.

Juste	Faux
45,2 litres	45.2 litres
CHF 45,2 M	CHF 45.2 M
CHF 45.20	CHF 45,20

Lorsqu'il y a zéro centime dans la désignation d'une somme en francs, nous utilisons le point suivi du tiret semi-cadratin.

Juste	Faux
CHF 45.-	CHF 45,-

Abréviation des jours de la semaine.

Il est possible d'abrégéer les jours de la semaine ainsi:

lu, ma, me, je, ve, sa, di.

Abréviations avec ou sans majuscules.

Abréviation des mois.

Il est possible d'abrégéer les mois ainsi:

jan., fév., mars, avr., mai, juin, juil., août, sept., oct., nov., déc.

Abréviations avec ou sans majuscules.

Écriture des grands nombres, séparations.

Pour une meilleure lisibilité, nous séparons les nombres à partir de 5 chiffres en insérant une espace insécable après chaque groupe de 3 chiffres depuis la droite. Raccourci clavier: control + majuscule + espace

Juste	Faux
CHF 4800.–	CHF 4 800.–
En 2006	En 2 006
3 000 000 000	3000000000
20 000	20'000 (l'apostrophe n'est pas un séparateur)
CHF 20 000.–	CHF 20.000.– (le point n'est pas un séparateur)

Numéros de téléphone.

Nous groupons les chiffres des numéros de téléphone au moyen d'espaces.

+41 12 345 67 89	Réseau fixe
+41 79 444 55 66	Téléphone portable
+41 51 234 56 78	Numéro CFF
0848 800 800	0848 groupé, ensuite groupement libre

Décennies.

Nous utilisons une seule forme.

Juste aux CFF	Faux aux CFF
Les années 60	Les années 1960
	Les années soixante
	Les années '60
	etc.

Ouvrages de référence.

Avez-vous des questions?

12

En route, comme chez soi. Parler, écrire, collaborer.

L'aide-mémoire «En route, comme chez soi. Parler, écrire, collaborer» vous offre un aperçu des règles principales qui régissent notre langage et notre attitude. Il vous fournit des conseils pratiques en matière de style, de ton et de collaboration. Vous trouverez cet aide-mémoire dans l'intranet, sous → [Parler, écrire, collaborer](#).

Dictionnaire CFF.

Le dictionnaire CFF vous permet de retrouver les expressions spécifiques, les notions propres à l'entreprise, les produits et slogans: chef circulation des trains, abonnement demi-tarif valable 2 ans et «en route, comme chez soi». Rédigé en quatre langues, le dictionnaire CFF est développé et tenu à jour en permanence.

Il peut être consulté sur l'intranet, sous → [dictionnaire](#). Si vous n'avez pas accès à l'intranet, veuillez-vous adresser à: termino@sbb.ch.

Guide stylistique CFF pour professionnels.

Le «Guide stylistique CFF pour professionnels» est destiné aux professionnels, rédacteurs, journalistes et traducteurs qui s'adressent à un lectorat au nom des CFF. Il vous explique comment vous pouvez, dans votre activité de communication, souligner les dimensions d'humanité, de confort et d'expérience afin de donner l'impression d'être «en route, comme chez soi».

Ce guide se trouve dans le portail de la marque, sous cff.ch/marque, dans l'intranet, sous → [guide stylistique pour professionnels](#).

Guide des chiffres CFF.

Le guide des chiffres CFF est un outil destiné à toutes les collaboratrices et à tous les collaborateurs CFF appelés à publier des chiffres et indicateurs de l'entreprise. Il régit le traitement des chiffres présentés à un lectorat externe ou interne étendu, et revêt de ce fait une grande importance pour la communication externe et interne. Vous trouverez ce guide dans l'intranet, sous → [Guide des chiffres CFF](#).

Portail de la marque CFF.

Le Corporate Identity Net comprend toutes les informations relatives à l'utilisation des logos, des couleurs, des écritures, à la mise en œuvre graphique des partenariats. On y trouve également des modèles de design pour des projets d'impression et de mise en page. cff.ch/marque

CFF SA
Communication
Hochschulstrasse 6
3000 Berne 65, Suisse

cff.ch/marque