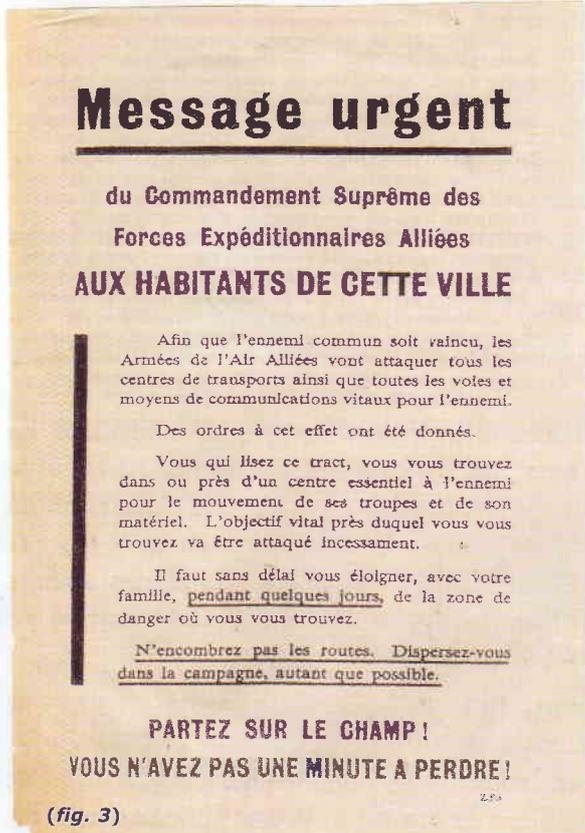


Dans les premiers mois de l'année 1944, la production de tracts par les Britanniques est réduite, en raison des efforts et de la diffusion de tracts produits par les Américains à destination du territoire français. Alors que les Britanniques favorisent l'information, notamment avec les « *courrier de l'air* » à périodicité hebdomadaire^②, les Américains maintiennent cette information aux populations, avec leur tract « *L'Amérique en guerre* » (déjà diffusé depuis 1942 en France^③), mais multiplient les tracts de propagande destinés aux soldats Allemands ou appelant les populations à des actes de résistance. À partir de mars 1944, 265 millions de tracts américains sont imprimés et largués en France.

Le débarquement de juin 1944 laisse la place à une propagande alliée et non plus majoritairement anglaise. Les missions de dispersion sont confiées exclusivement à l'USAAF par le biais de la *Psychological Warfare Division*^④, rattachée au Quartier Général des Forces Alliées (AFHQ). Le premier tract annonçant le débarquement – et daté du 10 juin – est pourtant anglais (fig. 1), tout comme celui qui annoncera la reddition de Cherbourg le 24 juin. Mais en août 1944, l'impression des tracts britanniques tels *le Courrier de l'Air*, *La revue du monde libre* ou *Accord* est alors stoppée ; ces journaux cessent leur parution.



Tract n°ZF 4, un feuillet recto-verso (262 x 142 mm), réalisé par le PWD, premier largage les 6 et 7 juin 1944 en Normandie. Destiné aux populations.

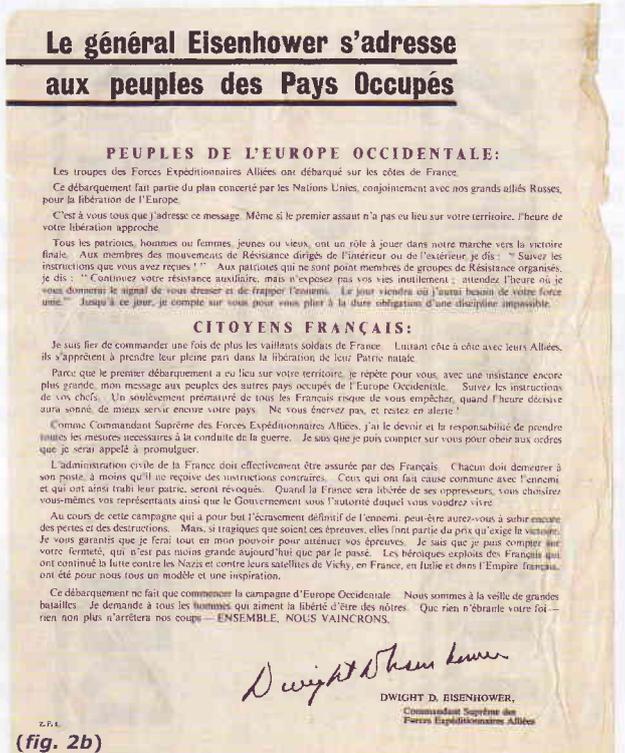
② *Le Courrier de l'Air* est un journal d'information de quatre pages, relancé en 1941 par les Britanniques, mais bien connu des populations françaises car déjà distribué par ballon au-dessus du Nord de la France et de la Belgique lors de la première guerre mondiale.

③ Pour le territoire français, la numérotation des tracts *L'Amérique en guerre* est continue depuis décembre 1942 à juin 1944 sous l'indicatif « USF » (USF 1 à USF 135). Après le 6 juin, cette numérotation change.

④ La Psychological Warfare Division (PWD) a été créée en octobre 1942 par le général américain Dwight Eisenhower, rassemblant les activités de l'Office of War Information (OWI), l'Office of Strategic Service (OSS) et le Political Warfare Executive (PWE) britannique installé dès septembre 1941 dans le paysage du renseignement et de la propagande.



(fig. 2a)



(fig. 2b)

Fig. 2a et 2b. Tract n°ZF 1, une feuille recto-verso (265 x 215 mm), réalisé par le PWD, premier largage le 7 juin 1944 en Normandie (mission n°399 de l'USAAF) ; le dernier a eu lieu le 22 juin 1944.

Dès le débarquement, les tracts alliés dispersés par avion ont adoptés de nouveaux indicatifs. L'indicatif « ZF » (Zone Française) concerne les tracts destinés aux populations civiles des zones de combat (fig. 2a, 2b et 3) et aux opérations de sabotage de la résistance. 12 tracts sont ainsi diffusés sous cet indicatif de juin à septembre 1944. L'indicatif « ZG » sont des tracts rédigés en allemand (parfois en polonais ou en russe), tracts de propagande « blanche » du PWD destinés aux soldats allemands. Plus de 45 millions sont dispersés par avion en Normandie en juin et juillet 1944, dont près de 30 millions dans les premiers jours qui suivent le débarquement.

Dans ces derniers mois de guerre sur le territoire français, un exemple de propagande par les tracts mérite d'être retenu, symbolique dans ses résultats, la prise de Cherbourg. Lors de la bataille de Normandie (juin-août 1944), dans leur contrôle du Cotentin, le VIIe Corps américain débarqué à Utah Beach concentre ses efforts dans le contrôle de la ville et du port de Cherbourg. Dans la préparation du débarquement, les stratèges alliés avaient jugé indispensable la nécessité d'un port en eaux profondes pour assurer un ravitaillement massif des armées directement des États-Unis, une fois la tête de pont établie et la libération de la France engagée. Seul Cherbourg, à proximité des plages du débarquement répondait à ce critère ; la prise de la ville, et de son port, devenait donc une priorité.

Entre le 6 et le 26 juin 1944, les combats autour de Cherbourg font alors l'objet de toutes les attentions du PWD. Cinq tracts (ZG 16 à ZG 20) sont dispersés au-dessus des positions allemandes autour de Cherbourg durant cette période, annonçant la défaite à venir, puis la capitulation du commandant allemand de Cherbourg le 26 juin à 16h00 (fig. 4). Dans cette opération de « guerre de papier » (*Der Papierkrieg*), la stratégie alliée est exceptionnelle, puisque la photographie prise le 26 juin (la sortie de lieutenant-général Karl Von Schlieben, commandant la 709^e division d'infanterie allemande et chef de place de Cherbourg, de son bunker) est transmise au PWD qui la reproduit non seulement sur le tract américain dispersé le 6 juillet à destination des soldats allemands mais aussi sur un tract britannique *Courrier de l'Air*, daté du 5 juillet 1944 et destiné aux populations françaises (fig. 5).

Selon les rapports du PWD /SHAEF, 77% des prisonniers allemands déclarent, après la prise de Cherbourg, avoir lu ces tracts et avoir dès lors réfléchi à une possible capitulation. Dans un même temps,

dès le 8 juin, plusieurs millions de sauf-conduits (tract ZG 61) sont

largués sur les troupes allemandes. Rédigés en anglais et en Allemand, ils ont pour but d'inciter les soldats du Reich à se rendre. L'opération est renouvelée lors du débarquement de Provence (15 août 1944), puis durant la libération de la France. Selon les rapports américains, plus de la moitié des soldats allemands qui se rendent à la fin de l'année 1944 portent ce tract sur eux. Les résultats de l'art de la propagande !

Entre le 3 septembre 1939 et le 8 mai 1945, les Alliés ont dispersé plus de 6 milliards de tracts au-dessus de l'Europe. À partir du 6 juin 1944 et jusqu'à la fin de la guerre, 3,24 milliards de tracts sont lancés sur la France et l'Allemagne, d'après les chiffres du rapport public américain, *Leaflet operations in the Western European theatre 1944*. Une « guerre de papier » efficace dans la libération de l'Europe occupée par le IIIe Reich. ■



Generalleutnant von Schlieben, der Verteidiger von Cherbourg, verlässt seinen Gefechtsstand im Fort du Roule, um sich den Amerikanern zu ergeben. Die Lage war hoffnungslos. Auch Schliebens Tod hätte nichts daran ändern können. Deshalb setzte sich Generalleutnant von Schlieben, zusammen mit 18 000 anderen in der gleichen Lage, über den Führerbefehl hinweg, zu dem sie sich mit ihrer Unterschrift verpflichten mussten.

„dass sie ungeachtet der Lage ihren Platz mit Einsatz ihres Lebens bis zum letzten Mann und zur letzten Patrone zu verteidigen haben.“

Generalleutnant von Schlieben und die 18 000 sind jetzt in England. Sie warten auf das Ende des Krieges und auf ein Deutschland, in dem solche erpresserischen Verpflichtungen unmöglich sind.

(fig. 4)

Tract n°ZG 20, un feuillet recto-verso (217 x 133 mm), réalisé par le PWD, premier largage dans la nuit du 6 au 7 juillet 1944 ; le dernier a eu lieu dans la nuit du 11 au 12 juillet 1944. Annonce de la capitulation de Cherbourg, avec photo du generalleutnant Von Schlieben prisonnier. Traduction du texte allemand : « Le Generalleutnant von Schlieben, le défenseur de Cherbourg, quitte son poste de combat du fort de Roule afin de se rendre aux Américains. La situation était sans espoir. Même la mort de von Schlieben n'aurait rien changé. Pour cette raison, le g. von Schlieben, avec 18 000 autres [soldats] dans la même situation, a passé outre l'ordre du Führer, l'ordre auquel ils s'étaient engagés : ... Indépendamment de la situation, défendez la place au péril de votre vie, jusqu'au dernier homme et jusqu'à la dernière cartouche ». Le Generalleutnant von Schlieben et les 18 000 se trouvent maintenant en Angleterre. Ils attendent la fin de la guerre et une Allemagne dans laquelle de telles pressions morales sont impossibles. »



Courrier de l'air daté du 5 juillet 1944 n° F 73, 4 pages (265 x 212 mm), dispersé par avion au-dessus de la France dans la nuit du 10 au 11 juillet 1944. Destiné aux populations.

Laurent ALBARET

La mise au point du BCG

Pendant longtemps, les chercheurs ont pensé que la tuberculose bovine était le point de départ de l'infection humaine. Il a été démontré que les deux tuberculoses avaient leur germe spécifique. Mais c'est à partir du bacille tuberculeux bovin que la mise au point du BCG eut lieu.

Elle fut l'œuvre de deux pastoriens, Albert Calmette, médecin et bactériologiste militaire, fondateur à Saïgon du premier Institut Pasteur hors Métropole et Camille Guérin, vétérinaire et biologiste. En 1895, Calmette prend la direction de l'Institut Pasteur de Lille et Guérin l'y rejoint en 1897.



Pli de service avec cachet de l'Institut des maladies infectieuses Robert Koch de Berlin.



Carte maximum réalisée avec le TP de France « 1er Congrès international du BCG » (1948). Obli. du Congrès.

Ensemble, de 1905 à 1928, ils ont étudié la virulence du bacille tuberculeux bovin et ont découvert qu'il peut immuniser les animaux sans déclencher la maladie. Ils se sont employés à réduire la virulence de la bactérie par cultures successives sur tranches de pomme de terre immergées dans de la bile de bœuf. Pendant 13 ans, ils ont cultivé le bacille et sont parvenus à modifier la souche initiale et à la rendre inoffensive chez les bovins. En 1921, ils ont obtenu une culture suffisamment atténuée pour tenter de l'administrer à l'homme. Le vaccin bilié de Calmette et Guérin était mis au point et à partir de cette date, la vaccination contre la tuberculose était possible. Les premiers essais ont commencé le 18 juillet 1921 sur des nouveau-nés de l'Hôpital de la Charité à Paris. Les résultats satisfaisants obtenus ont poussé les autorités à permettre l'utilisation de la vaccination dans les dispensaires créés en 1903 par Calmette à la demande de l'État qui voulait des structures spécifiques de lutte contre la maladie. En France, de 1950 à 2007, la vaccination antituberculeuse des nourrissons fut obligatoire. Si la mise au point du BCG fut une étape importante de la lutte contre la maladie, la découverte de la streptomycine en 1943 par Waksman permit de traiter les malades atteints alors que le BCG était un outil de prévention.



Photo originale de Camille Guérin dans son laboratoire en 1928.



Le procès de Lübeck

Lübeck est une ville hanséatique d'Allemagne du Nord. Cette ville de 200.000 habitants au riche passé historique et marchand a été le siège du plus grand accident lié à la vaccination du XX^e siècle.

Jusqu'en 1929, 150.000 enfants hors d'Allemagne avaient déjà été vaccinés avec le BCG. En août de la même année, fort de ses connaissances sur la tuberculose, Georg Deycke, directeur de l'Hôpital général de Lübeck, avec l'accord d'Ernst Alstaedt, chef du service de santé de la ville, décida de pratiquer la vaccination des nouveau-nés contre la tuberculose en utilisant le BCG. En août 1929, une culture bactérienne venue de l'Institut Pasteur de Paris est transformée en vaccin dans le laboratoire de Deycke par Anna Schüter, infirmière certes consciencieuse mais totalement inexpérimentée en bactériologie. Deux erreurs de taille sont commises lors de la mise au point du vaccin. Elles expliquent les accidents qui allaient survenir. D'une part, le laboratoire d'expérimentation n'était pas séparé de celui des cultures de diagnostic pratiquées à partir de malades de l'hôpital atteints de la tuberculose. D'autre part, aucune expérimentation sur l'animal ne fut menée pour s'assurer de l'innocuité du produit administré.



Carte postale d'Allemagne : la ville de Lübeck



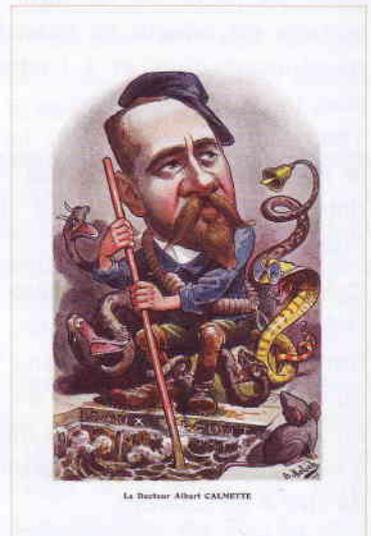
Couverture d'un carnet de vignettes émis par le Comité national de défense contre la tuberculose.

La vaccination commença officiellement le 24 février 1930. En deux mois, 256 nouveau-nés de l'Hôpital général, soit 84 % de l'ensemble des nouveau-nés de la période, reçurent le vaccin. Le 17 avril, un premier enfant mourut de tuberculose. Sur les 256 enfants, 77 décédèrent et 130 furent atteints d'une tuberculose chronique. L'enquête dura 20 mois et le tribunal pénal eut à juger Deycke et Alstaedt pour homicide involontaire. Le 6 février 1932, ils furent condamnés respectivement à 2 ans et 15 mois de prison. Les expertises devaient confirmer que l'accident avait très probablement été causé par une contamination accidentelle du vaccin par une souche pathogène provenant de cultures de produits d'excrétion de patients malades d'une tuberculose évolutive. L'absence d'implication du BCG fut finalement reconnue et l'Institut Pasteur mis hors de cause. Mais Calmette et Guérin furent profondément affectés par ce drame qui connut un retentissement médiatique international.

* * * * *

Le BCG fut une découverte remarquable qui permit de lutter contre une affection dévastatrice. Mais même si la responsabilité de l'Institut Pasteur et celles de Calmette et Guérin furent exclues formellement par le procès, le drame de Lübeck alimenta les réticences de certains vis-à-vis de la technique de la vaccination, en raison principalement des effets secondaires qui sans être statistiquement importants, n'en demeurent pas moins réels quelle que soit la vaccination incriminée. Par ailleurs, cet accident, comme de nombreux autres de nature médicale montre bien combien la vigilance doit être grande en appliquant des méthodes scientifiques rigoureuses lorsque la vie est en cause. ■

Robert DEROY



Caricature de Calmette par Moloch pour Chanteclair, journal publicitaire de Carnine Lefranc (1909).

L'ADRESSE MUSÉE DE LA POSTE

L'Adresse, expression du patrimoine de La Poste et de la philatélie.

HISTORIQUE DU MUSÉE

L'idée de créer des musées postaux remonte à la fin du XIX^{ème} siècle et prend naissance dans un contexte de vive compétition économique internationale. En France, l'idée de musée postal tient au départ plus d'une tradition philatélique que d'une volonté de valoriser le patrimoine postal. Arthur Maury, grand philatéliste, signale dans son journal « Le Collectionneur de Timbres-poste » (15 décembre 1864), une décision de l'Administration des Postes de Paris visant à la constitution d'une collection de timbres-poste de tous les pays. Peu à peu l'idée fait son chemin et réapparaît çà et là dans la presse philatélique, dans le sillage des expositions universelles ou philatéliques. Différents projets se succèdent mais n'aboutissent pas.



M. Fischer - L'Adresse Musée de la Poste

En 1936 enfin, Georges Mandel, ministre des PTT, prend la décision de créer un Musée postal. En 1939, un timbre-poste à surtaxe, « la lettre » de Fragonard est émis au profit de ce futur musée. Le produit de la surtaxe est affecté au financement des aménagements muséographiques et à l'achat de pièces de collection. Mais la déclaration de guerre ajourne le projet jusqu'en 1942, date à laquelle une loi de finances institue, sous le nom de « Musée Postal », un établissement public doté de la personnalité civile et de l'autonomie financière.

Celui-ci s'installe au numéro 4 rue Saint-Romain, dans l'hôtel de Choiseul-Praslin, propriété de la Caisse Nationale d'Épargne. Eugène Vaillé est nommé directeur du nouvel établissement en 1943, lequel est inauguré en 1946. A l'ouverture du musée un autre timbre-poste à surtaxe est émis à son profit. Il représente le « cachet de cire » de Chardin.

Quinze ans plus tard, le cadre prestigieux de l'hôtel Choiseul-Praslin ne suffit plus à abriter les collections

qui s'enrichissent des dons des services d'exploitation et des particuliers, d'acquisitions faites sur le marché et aussi des maquettes d'objets irrémédiablement perdus et que le modélisme ressuscite. A la recherche d'un nouveau lieu, le choix de l'administration s'arrête en 1966 sur le siège social de la Compagnie Générale de Radiologie installé dans un petit hôtel particulier au 34 du boulevard de Vaugirard. L'immeuble est détruit en 1970 et le terrain, livré à la construction, voit s'ériger l'actuel édifice inauguré en 1973 par Hubert Germain, alors ministre des PTT. Un timbre-poste commémoratif inaugure ce nouveau Musée construit par André Chatelin (prix de Rome en 1943), aussi appelé Maison de La Poste et de la philatélie. Si à sa création le musée est un Établissement Public Administratif (EPA) et jouit donc de la personnalité morale et financière, en 1993, la dissolution de l'EPA est décidée ; le musée intègre alors La Poste et devient une Direction à Compétence Nationale, depuis 2004 sous tutelle de la direction de la communication du Groupe La Poste. En 2002, conformément à la loi du 4 janvier relative aux musées de France, les collections postales et philatéliques conservées au Musée bénéficient de l'appellation « Musée de France ».

L'obligation patrimoniale de La Poste a été réaffirmée dans le décret du 5 janvier 2007 relatif au service universel postal et aux droits et obligations de La Poste. Il constitue l'article R.1.1.24 du code des postes et des communications électroniques. « Dans les conditions fixées par une convention passée avec l'État, La Poste est chargée de la conservation, de la mise en valeur et de l'enrichissement du patrimoine philatélique et postal qui lui a été dévolu ou affecté. Elle tient à jour l'inventaire et l'évaluation des collections, objets et documents qu'elle détient en distinguant les biens appartenant à l'État et ceux qui relèvent de son patrimoine propre. Elle présente au public ces collections, objets et documents et pour ceux qui ne sont pas exposés, assure leur accès aux personnes habilitées par le ministre chargé des postes ».

Ainsi le 13 juillet 2010, une convention est signée avec l'État, convention relative à la gestion des collections postales et philatéliques de l'État, assurée par le musée. En application de cette convention, quatre instances sont mises en place : le Conseil scientifique, la commission d'acquisition, la commission des mouvements et la commission de restauration. Entretemps, en octobre 2009, la dénomination du musée a évolué et est devenue « L'Adresse Musée de La Poste ».

QUELQUES PIÈCES RÉCEMMENT ACQUISES PAR LE MUSÉE

Chaque année, les collections et les fonds de l'Adresse Musée de La Poste s'enrichissent, soit par acquisitions, soit par dons ou legs. Ainsi le Musée pérennise la logique des collections existantes, soutient le travail de recherche scientifique ainsi que le programme des expositions temporaires du Musée. Pour illustrer cette activité essentielle du service de conservation du patrimoine, voici quelques exemples de pièces récemment acquises.

Deux affiches de la poste maritime

L'Adresse Musée de La Poste a remporté aux enchères publiques à l'hôtel Drouot en juin et octobre 2010 deux affiches de la poste maritime conçues par David Dellepiane (1866-1932) et imprimées en lithographie par Moullot à Marseille. Peintre et illustrateur, David Dellepiane est connu pour ses affiches commandées par les nombreuses compagnies maritimes de Marseille.



Société générale de transports maritimes à vapeur, David Dellepiane, affiche imprimée par Moullot fils aîné, 1^{er} quart du XX^{ème} siècle © Collection l'Adresse Musée de La Poste, Paris / La Poste

Pour la compagnie Fraissinet (1836-1974), Dellepiane réalise une marine avec un splendide coucher de soleil. Un des trois paquebots de la compagnie (le Golo, le Liamone, le Corte) qui dessert la Corse s'éloigne de Marseille et passe devant le château d'If. Une barque évite le paquebot-poste. Dans le cartouche, un vieux berger corse rentre son troupeau, tandis que le paquebot-poste (en silhouette) va apporter les nouvelles du continent. Les affiches de Dellepiane sont de véritables

Pour la Société générale des transports maritimes à vapeur (1865 - 1964) qui dessert le Brésil et l'Argentine, l'affichiste évoque le voyage d'un paquebot naviguant sur les flots et l'Amérique du Sud avec un fier cavalier et un sombrero inséré dans un cartouche rond.



Fraissinet et Cie, armateurs à Marseille. Paquebots-poste, David Dellepiane, affiche imprimée par Moullot fils aîné, vers 1910 © Collection l'Adresse Musée de La Poste, Paris / La Poste

tableaux composés de paysages, de voyages de rêve, de personnages convenus dans des cartouches et de typographies élégantes pour les mentions des armateurs.

Une blouse de facteur rural

Autre exemple d'acquisition dans le domaine des textiles : une blouse de facteur rural français datée du tout début du XX^e siècle. Elle comporte trois boutons dorés marqués « Postes et télégraphes » sur le devant et un à chaque manche. Le Musée en possédait déjà quelques exemplaires mais pas dans un tel état de fraîcheur, elle semble ne jamais avoir été portée. Vendue par la petite fille d'un facteur qui effectuait sa tournée quotidienne en



*Blouse de facteur rural français, vers 1900 © L'Adresse Musée de La Poste, Paris / La Poste
N° d'inventaire : 2010.79.1*

Seine-et-Marne dans le secteur de Mormant-La Ferté-Gaucher, cette blouse qui est en fait une « biauade » de paysan, est un vêtement de travail très répandu dans les campagnes françaises à cette époque et au XIX^e siècle. Elle a été adoptée par l'administration des postes de Louis-Philippe en 1835, soit cinq ans après la création du corps des facteurs du « Service rural ». Elle ne faisait qu'officialiser une tenue que les facteurs, souvent de petite condition, portaient de toute façon. L'administration va donc lui ajouter un col « écarlate », des boutons marqués « Service rural », plus tard « Postes et Télégraphes » et une ceinture de cuir noir. Avant cela, seul l'écusson marqué « Direction générale des postes » et le portefeuille de cuir noir permettaient à la population d'identifier (difficilement) son facteur. Ainsi, cette tenue sera utilisée, à quelques petites adaptations près, pendant près de 80 ans.

Les dessins préparatoires au timbre-poste « Marianne du 14 juillet » émis en 1997

Enfin un exemple d'acquisition pour le fonds des Arts graphiques : un ensemble unique de dessins préparatoires au célèbre timbre-poste « Marianne du 14 juillet », émis en 1997.

Une dizaine de croquis de l'artiste Eve Luquet, heureuse gagnante du concours de 1996 pour un nouveau timbre-poste à l'effigie de la République, complète les archives de fabrication, déjà existantes, de cette figurine d'usage courant. Ces études, au crayon et à l'encre, montrent les différentes étapes et recherches de l'artiste avant leur phase finale, le dessin d'une

QUELQUES PIÈCES RÉCEMMENT ACQUISES PAR LE MUSÉE

Chaque année, les collections et les fonds de l'Adresse Musée de La Poste s'enrichissent, soit par acquisitions, soit par dons ou legs. Ainsi le Musée pérennise la logique des collections existantes, soutient le travail de recherche scientifique ainsi que le programme des expositions temporaires du Musée. Pour illustrer cette activité essentielle du service de conservation du patrimoine, voici quelques exemples de pièces récemment acquises.

Deux affiches de la poste maritime

L'Adresse Musée de La Poste a remporté aux enchères publiques à l'hôtel Drouot en juin et octobre 2010 deux affiches de la poste maritime conçues par David Dellepiane (1866-1932) et imprimées en lithographie par Moullot à Marseille. Peintre et illustrateur, David Dellepiane est connu pour ses affiches commandées par les nombreuses compagnies maritimes de Marseille.



Société générale de transports maritimes à vapeur, David Dellepiane, affiche imprimée par Moullot fils aîné, 1^{er} quart du XX^{ème} siècle © Collection l'Adresse Musée de La Poste, Paris / La Poste

Pour la compagnie Fraissinet (1836-1974), Dellepiane réalise une marine avec un splendide coucher de soleil. Un des trois paquebots de la compagnie (le Golo, le Liamone, le Corte) qui dessert la Corse s'éloigne de Marseille et passe devant le château d'If. Une barque évite le paquebot-poste. Dans le cartouche, un vieux berger corse rentre son troupeau, tandis que le paquebot-poste (en silhouette) va apporter les nouvelles du continent. Les affiches de Dellepiane sont de véritables

Pour la Société générale des transports maritimes à vapeur (1865 - 1964) qui dessert le Brésil et l'Argentine, l'affichiste évoque le voyage d'un paquebot naviguant sur les flots et l'Amérique du Sud avec un fier cavalier et un sombrero inséré dans un cartouche rond.



Fraissinet et Cie, armateurs à Marseille. Paquebots-poste, David Dellepiane, affiche imprimée par Moullot fils aîné, vers 1910 © Collection l'Adresse Musée de La Poste, Paris / La Poste

tableaux composés de paysages, de voyages de rêve, de personnages convenus dans des cartouches et de typographies élégantes pour les mentions des armateurs.

Une blouse de facteur rural

Autre exemple d'acquisition dans le domaine des textiles : une blouse de facteur rural français datée du tout début du XX^e siècle. Elle comporte trois boutons dorés marqués « Postes et télégraphes » sur le devant et un à chaque manche. Le Musée en possédait déjà quelques exemplaires mais pas dans un tel état de fraîcheur, elle semble ne jamais avoir été portée. Vendue par la petite fille d'un facteur qui effectuait sa tournée quotidienne en



**Blouse de facteur rural français, vers 1900 © L'Adresse Musée de La Poste, Paris / La Poste
N° d'inventaire : 2010.79.1**

Seine-et-Marne dans le secteur de Mormant-La Ferté-Gaucher, cette blouse qui est en fait une « biaude » de paysan, est un vêtement de travail très répandu dans les campagnes françaises à cette époque et au XIX^e siècle. Elle a été adoptée par l'administration des postes de Louis-Philippe en 1835, soit cinq ans après la création du corps des facteurs du « Service rural ». Elle ne faisait qu'officialiser une tenue que les facteurs, souvent de petite condition, portaient de toute façon. L'administration va donc lui ajouter un col « écarlate », des boutons marqués « Service rural », plus tard « Postes et Télégraphes » et une ceinture de cuir noir. Avant cela, seul l'écusson marqué « Direction générale des postes » et le portefeuille de cuir noir permettaient à la population d'identifier (difficilement) son facteur. Ainsi, cette tenue sera utilisée, à quelques petites adaptations près, pendant près de 80 ans.

Les dessins préparatoires au timbre-poste « Marianne du 14 juillet » émis en 1997

Enfin un exemple d'acquisition pour le fonds des Arts graphiques : un ensemble unique de dessins préparatoires au célèbre timbre-poste « Marianne du 14 juillet », émis en 1997.

Une dizaine de croquis de l'artiste Eve Luquet, heureuse gagnante du concours de 1996 pour un nouveau timbre-poste à l'effigie de la République, complète les archives de fabrication, déjà existantes, de cette figurine d'usage courant. Ces études, au crayon et à l'encre, montrent les différentes étapes et recherches de l'artiste avant leur phase finale, le dessin d'une



© L'Adresse Musée de La Poste, Paris ; cote Yv.3083

République d e v e n u e célèbre de par sa diffusion postale à des milliers d'exemplaires. La « Marianne du 14 Juillet », mise en vente anticipée le 14 juillet 1997, est la première

figurine d'usage courant créée par une femme mais également la première à porter la devise « Liberté, Égalité, Fraternité » (seule exception : les timbres imprimés aux Etats-Unis pendant la Seconde Guerre Mondiale).

TROIS QUESTIONS À MAURICETTE FEILLAS, DIRECTRICE DE L'ADRESSE MUSÉE DE LA POSTE

Depuis le 1er mars 2011, Mauricette Feuillas a pris la direction de l'adresse Musée de La Poste succédant à ce poste à Christiane Moutel. Mauricette Feuillas a fait toute sa carrière au sein du groupe La Poste.



1) En quoi l'Adresse Musée de La Poste a-t-il un rôle pédagogique privilégié à jouer en direction du grand public dans le domaine de la philatélie ?

Le timbre-poste est, depuis 1849, un reflet de notre histoire. C'est aussi un moyen de communication qui fait partie de notre quotidien, davantage encore quand la radio et télévision n'existaient pas. Il est un véritable reflet de l'histoire de la société française et de ses préoccupations. Le panorama philatélique de France se distingue de celui des autres pays par une abondante iconographie sur le thème des territoires (sites et monuments français) et celui des personnages célèbres.

L'Adresse Musée de La Poste a cette particularité d'être l'unique lieu de conservation de tous les timbres-poste et archives de fabrication du timbre de France. Lui est versée chaque année, la totalité des documents relatifs au processus de sa fabrication (de 1849 à nos jours) : maquettes, poinçons, bons à tirer, essais de couleurs, etc. Le musée présente régulièrement ces richesses et notamment des pièces philatéliques souvent uniques au monde, lors d'expositions temporaires au musée (Cabinet des trésors de la salle 11) et hors les murs. Toutes les archives philatéliques peuvent être

consultées sur rendez-vous et sur simple demande. Les historiens, philatélistes, étudiants ainsi que tous les amoureux du timbre, sont accueillis par l'équipe de conservation du musée et renseignés sur les sujets qui les intéressent. Le musée possède également une base de données de ses collections en ligne, mise à jour régulièrement (consultable via le site www.ladressedemuseedelaposte.fr)

2) Comment s'articule la mission de conservation et de valorisation des collections philatéliques avec celle des autres fonds du Musée ?

La mission de conservation des collections du musée est identique à celle de toute autre institution muséale pour les objets qu'elle conserve. Toute pièce conservée au musée, que ce soit un timbre, une botte de postillon, une boîte aux lettres ou un uniforme de facteur, est considérée comme unique et un soin identique lui est apporté. La mission d'un musée comme le nôtre est de préserver la vie de ces objets le plus longtemps possible pour transmettre ce patrimoine aux générations futures. En ce qui concerne la valorisation du patrimoine philatélique, les choses sont un peu plus délicates. Nous sommes extrêmement sollicités par d'autres musées, associations philatéliques et institutions postales du monde entier pour des prêts. Les archives du timbre sont les plus demandées aujourd'hui. Néanmoins, il s'agit d'un ensemble très fragile de par son support : le papier, ainsi que par la dentelure. Aussi, gardiens d'un patrimoine unique, nous sommes conduits à réglementer ces sorties d'œuvres philatéliques afin d'éviter toute détérioration. A côté de la valorisation par des expositions permanentes et temporaires, la valorisation via internet se développe rapidement. Le musée mène depuis deux ans une politique de communication en ligne importante. Les réseaux sociaux, le site internet ainsi que le blog du musée sont d'excellents moyens de communication et de valorisation du patrimoine philatélique et postal.

3) Quelle est votre ambition pour les années à venir en ce qui concerne les collections philatéliques et la promotion du timbre ?

Le musée prévoit d'importants changements en termes de présentation de ses collections à partir de 2015. S'il est trop tôt pour en parler dans le détail aujourd'hui, je peux vous indiquer que nous réfléchissons, pour les collections philatéliques, à mettre plus en valeur le travail du dessinateur et du graveur ; nous envisageons également de consacrer un espace aux collectionneurs afin de leur permettre de nous faire partager leur passion. Notre ambition est par ailleurs d'améliorer l'accueil des associations philatéliques en fonction de leur actualité. ■

LE TIMBRE FAIT SON ÉVÉNEMENT

au Parc Floral de Paris du 9 au 17 juin 2012

Ateliers - Animations - Quiz - Expositions - Conférences
Compétitions Philatéliques - Des Jeux et des Cadeaux pour tous !

Explorez
la **Planète Timbres**
et revisitez l'histoire
de l'Humanité!



LES AVANTAGES RÉSERVÉS AUX GROUPES

Entrée gratuite - Accueil privilégié
Cadeau individuel
Visite guidée à la demande :
salon et compétitions philatéliques

Contact Audrey DESNEIGES

01 53 63 41 31

sdt2012.groupe@levalenderideau.fr



Invitation gratuite au salon pour 4 personnes
sur présentation de cette annonce !

LA POSTE



www.laposte.fr/planetetimbres

LA REPRÉSENTATION DU PÈRE NOËL SUR LES CARTES POSTALES

La tradition du Père Noël émane des dieux bienfaiteurs des mythologies païennes. Gargan, fils du dieu celte Bel, portait déjà une hotte et distribuait des cadeaux. Dans le Nord, le dieu Odin apportait des présents aux enfants sages. La déesse Strénia (d'où le mot étrennes) patronnait les cadeaux que s'offraient les Romains pendant les grandes fêtes du solstice d'hiver : les "saturnales" le 22 décembre.

L'Eglise ne parvenait pas à combattre efficacement ces croyances profondément ancrées dans les populations, elle imagina de les assimiler. Saint Nicolas acquit très vite une audience internationale. Il distribua l'immense fortune qu'il tenait de ses parents aux pauvres. Il mourut en 343 mais son culte se répandit en Occident dès la fin du X^e siècle: en Allemagne, en Flandres, aux Pays-Bas, en Russie et dans le Nord et l'Est de la France.

C'est outre-atlantique qu'il faut rechercher la naissance du Père Noël dans sa représentation actuelle. Vers 1650, les Hollandais s'installent sur la côte nord-est des futurs Etats-Unis d'Amérique. Saint Nicolas, patron de la ville d'Amsterdam est le patron des enfants. En 1822, un érudit théologien et poète, Clément Clarck Moore, écrit pour les enfants un poème intitulé " La visite de Saint Nicolas", dans lequel le saint évêque de Myre, perdait son allure et ses attributs épiscopaux (mitre, crosse, etc...) pour se transformer en vieux lutin jovial et dodu au nez rouge et à la barbe blanche. Il fait descendre Saint Nicolas sur terre la nuit de Noël qui est la fête des enfants chez les Anglais. Ce poème ne connaît le succès qu'à partir de 1837. C'est un illustrateur du Harper's Weekly, Thomas Nast, qui s'inspire de ce poème pour représenter un vieil homme rose, joufflu, transportant des jouets et qu'il appela Santa Claus.



Cette nouvelle représentation correspondait à un besoin de fondre en une seule image, les différents personnages qui cohabitaient dans cette terre d'immigration qu'était l'Amérique au XIX^e siècle. Le look du Père Noël moderne était né.

Avec la fin de la deuxième guerre mondiale, le Père Noël à l'américaine envahit l'Europe. Les grands magasins commencent à déguiser des figurants en Père Noël. Le Père Noël doit aussi une partie de son succès au Petit Papa Noël de Tino Rossi. Cette chanson a su imposer sur les ondes radio l'image de ce vieux bonhomme avec sa hotte pleine "de jouets par milliers".

Sur les premières cartes postales de 1903 (cartes en noir et blanc) il est parfois appelé Petit Noël et il porte encore la crosse de St Nicolas.



Puis ce sont des millions de cartes postales de souhaits de « joyeux Noël » qui seront acheminées par La Poste. Ces cartes « fantaisies » sont en général des cartes photographiques colorisées, réalisées en studio. Le Père Noël y récompense souvent la sagesse des enfants.



Le Père Noël accompagnera nos armées pendant la guerre de 1914-1918 : « Il faut aussi penser à la guerre, vous qui recevez de jolis jouets, vous me donnerez en retour, j'espère, pour nos chers Poilus de nombreux paquets »

La progression des techniques d'impression permet la réalisation de cartes gaufrées, de collage de tissu, de découpe, et d'utilisation de cristaux (qui seront interdits par La Poste à cause des premières machines à oblitérer le courrier). Les cartes postales de l'entre deux guerres montrent en général des illustrations non signées représentant le Père Noël dans des paysages

enneigés. Au fil des années l'automobile et l'avion apparaissent comme jouets ou comme mode de distribution des cadeaux.



Les cartes postales de l'après 2^{ème} guerre mondiale sont imprimées sur des papiers de piètre qualité. Elles restent au format de la carte postale ancienne 9 X 14 cm, mais deviennent dentelées dans les années 50, puis glacées.



carte dessinée par Robert Velter, créateur de Spirou.



Téléphone à cadran des éditions Photochrom de Toulouse.



Les dernières cartes faisant encore l'objet d'envoi pour souhaiter un joyeux Noël sont des cartes postales au format de la carte postale moderne 10,5 X 15 cm . Elles sont dentelées dans les années 60, puis à bord droit dans les années 70. Enfin avec l'arrivée de nouvelles habitudes et de nouvelles technologies, les cartes postales ne seront plus guère envoyées pour Noël, mais le Père Noël et les cartes postales le représentant deviendront objet de collection dans les années 80. Des éditeurs comme Cartes d'Art à Paris ou Nouvelles images éditeront de nombreux artistes.



Christine Gourmelen éditions Cartes d'art .



Père Noël de La Poste 1986 Création de Josiane Leroux.



Les nouvelles technologies comme le Minitel et les préoccupations environnementales caractérisent les productions des années 80 et 90.



PHILAPOSTEL s'inscrit dans cette évolution en éditant depuis 25 ans des cartes postales qui suivent parfois l'actualité comme cette création de Philippe Caupenne en 2001 qui fait référence à l'Euro - un sujet on ne peut plus d'actualité ! ■

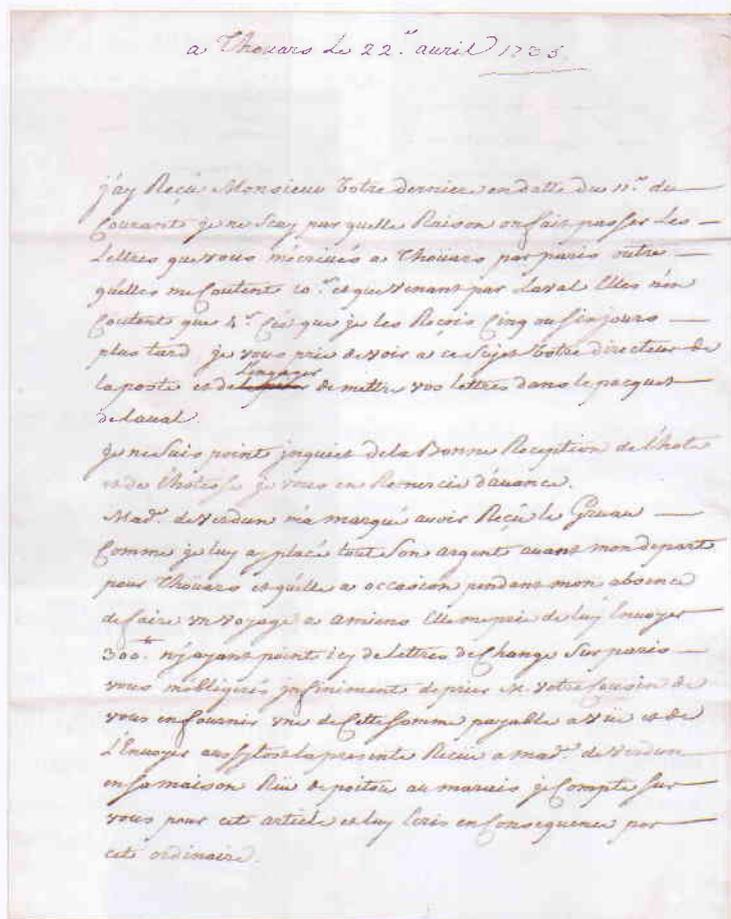
Michel BABLOT

PROBLÈMES D'ACHEMINEMENT ET DE DISTRIBUTION !

Trois documents qui font apparaître les préoccupations des usagers de La Poste

Les trois documents qui vous sont présentés dans cet article montrent que les usagers de La Poste sont attentifs à l'acheminement et à la distribution des plis qui sont confiés à l'administration postale. Et à l'analyse de ces documents et de leurs annexes, on peut mieux connaître les aléas de l'acheminement et de la distribution. Cette recherche est très enrichissante pour celui ou celle qui souhaite aller au-delà du simple geste de l'accumulation et qui cherche à comprendre les processus postaux.

Le premier document est une lettre de Thouars en date du 22 avril 1735 à destination de Vitré. Elle est taxée à 3 sous pour une distance jusqu'à 20 lieues au tarif de 1704. Dans son écrit, l'expéditeur se plaint auprès de son correspondant du prix des lettres qu'il reçoit :



« Je ne sais pour quelle raison on fait passer les lettres que vous m'écrivez à Thouars par Paris, outre qu'elles me coûtent 10 sous et que venant par Laval elles ne m'en coûtent que 4. C'est que je les reçois cinq ou six jours plus tard. Je vous prie de voir à ce sujet votre Directeur de la poste et de l'engager de mettre vos lettres dans le paquet de Laval ».

Les lettres en passe par Paris sont passibles du double port. Mais cela n'explique pas la taxe de 10 sous, ni la différence entre l'aller et le retour, soit 3 et 4 sous.



La deuxième pièce est une lettre recommandée à distribuer par Exprès de Paris 96-Rue Gluck (21 juillet 1916) pour Muret en Haute-Garonne. Cette correspondance a fait l'objet d'une réclamation de la part du destinataire. C'est le facteur qui, au cours de sa tournée en a assuré la remise et non le porteur spécial. Après enquête, le Receveur de la poste, donne sa réponse : « La correspondance en question a été livrée au piéton spécial, chargé des exprès et le montant de la course lui a été payé. Or aujourd'hui, après réception de votre réclamation, le facteur m'a avoué avoir accepté du porteur la correspondance que ce dernier aurait du vous distribuer. Ce fait est évidemment répréhensible et je lui ai adressé les observations nécessaires pour qu'à l'avenir, il ne prête pas la main à des pareils agissements. Le Receveur ».

Le troisième document est une lettre du Ministre de la marine, l'amiral Laurent de Truguet. Datée du 25 pluviôse de l'an 4 de la République, elle est adressée aux administrateurs des Postes et Messageries. La distribution des lettres étant passée de 2 à 5 dans Paris, cette amélioration du service ne donne pas satisfaction au Ministre :

Reçu le 5 sept 1796

Monsieur,

Votre lettre du 29 juillet ne faisait nullement allusion aux conditions dans lesquelles avait été effectuée la remise de la lettre express arrivée à Paris le 31 août.

La correspondance en question a été remise au facteur général, chargé de passer la nuit au bureau de la Cour des lettres à Paris.

Or au lieu d'être, après réception de votre réclamation, le facteur en question avoir accepté de faire du bureau la correspondance aux bureaux avant de vous distribuer, ce fait est entièrement reprochable et je lui ai adressé les observations

suivantes sous qu'à l'avenir il ne prête pas la main à ce genre d'opérations.

Le Receveur
[Signature]

Bureau
 de
 l'Administration
 Liberté.
 Egalité.



Paris, le 25 Pluviôse
 au 4^e de la République une et indivisible.

Le Ministre de la Marine et des Colonies,
 N° 706. Aux Administrateurs des Postes et Messageries.

Je vous observe que loin de présenter aucun avantage, il m'a paru jusqu'à présent apporter de la lenteur dans la remise des dépêches, puisque je reçois en cinq époques du jour ce que je recevais en deux. Cet arrangement a encore l'inconvénient de ne présenter que partiellement les correspondances des différents ports de la République, qui ont entre eux des relations intimes et qu'il est important que je reçoive à la fois pour comparer les opérations faites sur divers points de la République et qui tendent toutes à un but commun. Il met aussi de la lenteur dans l'enregistrement et les renvois. Enfin, il paralyse les travaux de mes bureaux et nuit à la célérité et à la précision des opérations de mon département. Je vous prie de bien vouloir faire remettre mes lettres, comme par le passé, aux agents qui en sont chargés depuis très longtemps.

[Signature]

« Je vous observe que loin de présenter aucun avantage, il m'a paru jusqu'à présent apporter de la lenteur dans la remise des dépêches, puisque je reçois en cinq époques du jour ce que je recevais en deux. Cet arrangement a encore l'inconvénient de ne présenter que partiellement les correspondances des différents ports de la République, qui ont entre eux des relations intimes et qu'il est important que je reçoive à la fois pour comparer les opérations faites sur divers points de la République et qui tendent toutes à un but commun. Il met aussi de la lenteur dans l'enregistrement et les renvois. Enfin, il paralyse les travaux de mes bureaux et nuit à la célérité et à la précision des opérations de mon département. Je vous prie de bien vouloir faire remettre mes lettres, comme par le passé, aux agents qui en sont chargés depuis très longtemps ».

Trois situations différentes qui nous rappellent que les réclamations à l'encontre au service postal ne datent pas d'aujourd'hui et qui traduisent la difficulté de gestion et d'organisation d'un service très important pour le citoyen et l'État. ■

Jean-Claude LABBÉ

■ La carte de Noël 2011 de PHILAPOSTEL.

Chaque année, PHILAPOSTEL propose à ses adhérents, une carte postale évoquant Noël. Celle de 2011 est la 25^è de la série. Pour cette édition, il a été demandé une illustration originale à Patrick Hamm, bien connu des collectionneurs de cartes postales modernes. La carte est imprimée avec dorure à chaud. Elle est proposée au prix unitaire de 3 € (+port 0,60 €). L'illustration de la carte a été déclinée sous forme de 2 timbres personnalisés au tarif « lettre prioritaire : un Montimbreamoi et un Idtimbre (pour les professionnels). Le lot des 2 timbres est proposé au prix de 3 € (+ port 0,60 €).

Commandes avec chèque à PHILAPOSTEL Service cartophilie - 142 AVENUE DU GENERAL DE GAULLE - 33520 BRUGES.



■ **PHILAPOSTEL Aquitaine** a tenu son 4^{ème} salon dans les locaux de La Poste de Bordeaux Bonnac les 8 et 9 décembre 2011. Des collections ont été présentées aux mille postiers travaillant sur le site : cartes postales sur les pompiers de Bordeaux, histoire du Père Noël et action de La Poste vers les enfants qui écrivent au Père Noël.

■ **PHILAPOSTEL Pays-de-la-Loire** fête le 60^{ème} anniversaire de PHILAPOSTEL en organisant les 18 et 19 février 2012 une exposition régionale à Missillac (44). Contact : Christine Darlet - 3 HAMEAU DES PINSONS - 44780 MISSILLAC.

■ **Jean-Claude LABBÉ a « la poste collée au corps ».** Dans un long article paru dans un quotidien local Jean-Claude Labbé évoque sa passion pour la philatélie qu'il a pu conjuguer avec son activité professionnelle au centre de tri de La Poste de Caen. À l'occasion du centenaire de l'hôtel des Postes d'Alençon, Jean-Claude a reconstitué dans la Halle au Blé de cette ville, un bureau de poste des années 20. L'article évoque les aspects très variés de sa collection centrée sur le métier postal.

■ Pierre FALLOT nous a quittés le 10 décembre.

Il avait 83 ans et était une grande figure de la philatélie française. Très engagé dans l'associatif, il avait été président des groupements Bourgogne-Franche Comté et Haute Normandie de la Fédération. Il avait vu ses efforts récompensés par une plaquette Biscara (1977) et une médaille Dole (1983). Vice-président de PHILAPOSTEL, il avait participé activement à la mise en place des stages de formation philatélique de l'association et écrit de nombreux ouvrages philatéliques. Éclectique, il avait touché à toutes les types de collection, était juré international thématique et membre correspondant de l'Académie de Philatélie. Toutes nos pensées vont à Éveline, son épouse et à toute sa famille.



■ **Le Mail Art à Trégunc.** À l'occasion de la 59^{ème} AG de PHILAPOSTEL (Trégunc), un concours de mail art a réuni 30 participants. Les œuvres présentées ont été remises le 6 octobre à l'Adresse Musée de La Poste à sa directrice Mauricette Feuillas par le président François Mennessiez.

■ **Formation.** Un stage de perfectionnement organisé par des bénévoles de PHILAPOSTEL aura lieu en mars ou avril en un lieu à préciser. Il sera destiné aux adhérents qui souhaitent améliorer leurs collections déjà présentées en exposition. 15 à 20 participants sont nécessaires pour que le stage ait lieu. Date limite des inscriptions : 25 janvier 2012. Contact : Bernard Lherbier - 8 ALLEE DOMREMY - 45560 ST DENIS EN VAL (blherbier@wanadoo.fr).

■ **Remerciements.** Tous les remerciements de l'équipe de *La Gazette* et du CA de PHILAPOSTEL vont à Patrick Bleau qui a conçu gracieusement la couverture de ce numéro spécial.

■ **Le quiz.** Vu le peu d'intérêt manifesté pour cette forme d'animation, l'expérience du quiz est abandonnée. Tous les gagnants des jeux recevront un lot. Solutions du quiz du 149 : 1/b, 2/b, 3/a.



■ **Les mots croisés et les petites annonces.** Dans ce 150^e numéro de *La Gazette* spécial 60^e anniversaire, vous ne trouverez ni mots croisés, ni petites annonces par manque de place. Les petites annonces envoyées pour ce N^o, la solution des mots croisés du N^o 149 et une nouvelle grille sont différées au N^o 151.

LES ÉMISSIONS DU 1^{ER} TRIMESTRE 2012



9 janvier - L'année du dragon

Création de Zhongyao LI
Mise en page d'Aurélie BARRAS
Valeur faciale : bloc de 5 timbres à 0,60 €
Mode d'impression : héliogravure
Premier Jour : Paris, les 6 et 7 janvier

16 janvier - Bloc Cœur

Création de Adeline ANDRÉ
Mise en page d'Aurélie BARRAS
Valeur faciale : TVP
Mode d'impression : héliogravure
Premier Jour : Paris, les 13 et 14 janvier

23 janvier - Carnet Impressions de reliefs

Création et mise en page de PATTE et BESSET
Valeur faciale : TVP
Mode d'impression : héliogravure
Premier Jour : Paris, les 20 et 21 janvier



6 février - Edward Hopper

Création d'Edward HOPPER
Mise en page de Sarah LAZAREVIC
Valeur faciale : 1,45 €
Mode d'impression : héliogravure
Premier Jour : Paris, les 3 et 4 février

13 février

La grande mosquée de Paris

Création, gravure et mise en page de Yves BEAUJARD
Valeur faciale : 0,60 €
Mode d'impression : taille-douce
Premier Jour : Paris, le 11 février



13 février

Carnet Dites-le avec des fleurs

Création et mise en page de Séverin MILLET
Valeur faciale : TVP
Mode d'impression :
Premier Jour : Paris, les 10 et 11 février



20 février - Henri Queuille

Création, gravure et mise en page de Sarah BOUGAULT
Valeur faciale : 1 €
Mode d'impression : taille-douce
Premier Jour : Paris et Neuvic (19), les 17 et 18 février

5 mars - Bloc Copenhague

Création d'Olivier AUDY
Mise en page de Valérie BESSER
Valeur faciale : 2,40 €
Mode d'impression : héliogravure
Premier Jour : Paris, les 2 et 3 mars

9 mars - Carnet Portraits de femmes

Création et mise en page d'Étienne THÉRY
Valeur faciale : TVP
Mode d'impression : héliogravure
Premier Jour : Paris, le 8 mars

25 mars - Moulins

Création et mise en page de Marie-Noëlle GOFFIN
Valeur faciale : 0,60 €
Mode d'impression : héliogravure
Premier Jour : Paris et Moulins, les 23 et 24 mars

2 avril - Bloc Chemins de Saint-Jacques de Compostelle

Création et mise en page d'André LAVERGNE
Valeur faciale : 3,08 €
Mode d'impression : héliogravure
Premier Jour : Paris, Vézelay, Le Puy et Arles, les 30 et 31 mars

Bibliothèque en ligne

Préparez-vous à lire autrement

758375 timbres
18580 pages
22 catalogues

1 Bibliothèque

Fonctionnalités principales :



1. Chargement rapide



2. Moteur de recherche



3. Feuilletage à la volée



4. Zoom 250%



5. Alertes nouveautés



6. Ultra-compatibilité

Qu'est-ce que la Bibliothèque en ligne Yvert & Tellier ?

Le e-catalogue est un nouvel outil mis à la disposition du philatéliste pour consulter sur son ordinateur tout ou partie de l'intégralité des catalogues de cotation des timbres Yvert et Tellier. Il se présente sous la forme d'un livre virtuel à feuilleter, offrant à l'utilisateur un contexte agréable pour consulter l'ensemble des catalogues de cotation tout en assurant une fluidité exceptionnelle et une qualité de lecture optimisée.

La Bibliothèque en ligne combine la simplicité du livre et les avantages du multimédia grâce à de nombreuses fonctionnalités.

Comment accéder à la Bibliothèque en ligne Yvert & Tellier ?

Pour pouvoir consulter en ligne, vous n'achetez pas l'ouvrage mais vous souscrivez à un abonnement sur YVERT.COM pour une durée déterminée. Vous pouvez alors consulter la bibliothèque sur un ordinateur où que vous soyez en vous connectant à votre compte.

Avec la Bibliothèque en ligne, n'attendez plus la sortie de la version papier de nos catalogues ; vous en aurez l'exclusivité 15 jours avant leur parution.



Le Supplément mensuel des nouveautés :

Inclus dans l'abonnement nouveautés, vous retrouverez un bulletin mensuel qui répertorie tous les nouveaux timbres du monde.

Profitant d'une grande liberté de format, ce bulletin montre ainsi les séries complètes mais aussi les blocs dans une haute définition, impossible à reproduire sur le papier. Couplé aux alertes des nouveautés, c'est un outil redoutable pour tous les thématistes.

Abonnements au service :

Nous vous proposons 3 formules d'abonnement,

Catalogues :

Les 17 catalogues Yvert & Tellier + les catalogues des nouveautés

Nouveautés :

Les catalogues des nouveautés + Complément mensuel

Tout en un :

Les 17 catalogues Yvert & Tellier + les catalogues des nouveautés + Complément mensuel



< Plus d'info :
Flashez ce TAG

79€ /an

29€⁹⁰ /an

99€ /an

(au lieu de 108€⁹⁰)

Prix indiqués valables jusqu'au 31 mars 2011



YVERT & TELLIER

Rendez-vous sur YVERT.COM

Pour tout renseignement : 08 92 56 18 83