

CHARTRE DE LA PHILATÉLIE 2018

Principes, valeurs et engagements des acteurs du monde de la philatélie

Charte signée par La Poste, la Direction Générale des Entreprises, l'Association pour le Développement de la Philatélie, la Fédération Française des Associations Philatéliques, la Chambre Syndicale des Négociants et Experts en Philatélie et le Cercle de la presse philatélique.



Qu'est-ce qu'un timbre ?

...Notre civilisation s'est nourrie autrefois, pendant des siècles, d'un art de la miniature ; cet art était à la fois très libre d'imagination et très précis de dessin ; il traitait de deux grands sujets : la vie quotidienne et l'aventure spirituelle. Notre timbre est la miniature d'aujourd'hui ; précis, inépuisable, il nous rappelle lui aussi comment nous vivons, comment nous pensons. Un album de timbres-poste, c'est un peu le livre d'heures des temps modernes.

Roland Barthes, commentaire écrit en 1967 pour le court-métrage de Jean-Marc Weuwen, Microcosmos

Préambule

La Charte de la Philatélie, signée en 2009, est issue des États Généraux de la Philatélie de 2008. L'évolution du marché et des techniques, l'émergence sur une grande échelle du numérique et de nouveaux moyens de communication, et la généralisation du traitement industriel du courrier par La Poste nécessitent son adaptation.

La Poste, la Fédération Française des Associations Philatéliques (FFAP), la Chambre Syndicale Française des Négociants et Experts en Philatélie (CNEP) et l'Adphile (Association pour le développement de la philatélie), et aujourd'hui le Cercle de la presse philatélique, sont convenus de réactualiser cette charte et de renouveler leurs engagements réciproques.

La Direction Générale des Entreprises (ministère de l'Économie et des Finances) s'associe à cette démarche et inscrit dans cette charte ses propres engagements.

Cette charte marque leur volonté commune d'encourager l'essor de la philatélie auprès du plus grand nombre, particulièrement de la jeunesse, de développer l'utilisation du timbre comme média et de favoriser une dynamique commerciale essentielle à son développement.

Elle entend montrer la volonté de synergie de ses différents signataires pour maintenir entre eux une confiance profonde et durable et une collaboration constructive, ainsi que la conjugaison de leurs forces pour relever les nouveaux enjeux que la philatélie doit affronter.

Elle garantit la volonté commune des partenaires de mener ensemble les réflexions et les travaux sur l'avenir de la philatélie afin d'en assurer la pérennité. Elle entend porter une image forte et partagée de la philatélie en France et vis-à-vis des instances internationales.

I. Contexte réglementaire de la philatélie

- La loi n° 90-568 du 2 juillet 1990 relative à l'organisation du service public de La Poste et des Télécommunications,
- La loi n° 2015-553 du 20 mai 2015 approuvant la convention postale universelle adoptée à Doha le 11 octobre 2012 (article 8),
- La proposition de travail n° 11 du Congrès de l'Union Postale Universelle de 2016 à Istanbul,

constituent les principaux fondements juridiques de la philatélie en France, et à l'international.

Le contrat d'entreprise État - La Poste 2018-2022, signé le 16 janvier 2018, énonce dans son chapitre consacré aux « engagements citoyens » :

« Les initiatives en matière de philatélie : conscients des valeurs attachées au timbre-poste, l'État et La Poste poursuivront, sur la durée du contrat, les travaux sur la philatélie afin, notamment, de promouvoir le savoir-faire de Phil@poste dans la fabrication et l'impression de timbres destinés à l'exportation, de développer l'usage du timbre comme média, de veiller à la valeur des collections en limitant la volumétrie des émissions annuelles de timbres-poste et de rechercher un niveau de parité hommes-femmes plus effectif dans les prochains arrêtés fixant le programme philatélique. »

II. Définition de la philatélie

La philatélie est l'étude de la collection des timbres-poste et des documents postaux, conformément à son étymologie communément acceptée, « ami de l'affranchissement ».

La philatélie, dans son terme de collection, comporte de multiples spécialités, en particulier celle des marques d'oblitération, des courriers de toute nature ayant circulé dans le réseau postal, et de certains documents postaux : préphilatélie, philatélie dite traditionnelle et histoire postale, philatélie moderne, philatélie thématique, philatélie spécialisée, marcophilie, maximaphilie, « Premier Jour », etc.

La collection des timbres-poste est la composante historiquement première et toujours principale de la philatélie.

Collection vivante, la philatélie s'enrichit régulièrement grâce aux nouvelles techniques liées aux évolutions technologiques (vignettes imprimables en ligne, codes Datamatrix, affranchissement par code numérique, réalité augmentée, 3D...), et d'autres sont à venir.

III. Définition du timbre

Vignette de valeur conventionnelle émise par un office postal et destinée à affranchir les envois qui lui sont confiés (d'après la définition du Larousse).

Le timbre-poste est une valeur fiduciaire, c'est une expression de souveraineté et il constitue une preuve du paiement de l'affranchissement.

Les caractéristiques du timbre sont sa valeur d'affranchissement (valeur faciale ou valeur d'usage lorsqu'elle n'est pas exprimée sous forme de chiffres), son visuel, son thème, sa forme, sa technique d'impression, sa dentelure, son mode d'adhérence (gommé, autocollant), ses auteurs, son imprimeur, sa date d'émission et son contexte, son tirage, et sa durée de diffusion par La Poste.

Le timbre-poste s'inscrit dans l'activité économique du pays ; la valeur de la collection puise sa légitimité dans cette utilité de service acheté et rendu. Mais il est aussi empreint d'histoire et de culture, porteur de sens politique, artistique et pédagogique. Il est aussi en soi un objet de création artistique.

Aujourd'hui, le timbre peut faire appel à toutes les techniques de création et d'impression, afin d'explorer de nouvelles pistes esthétiques et artistiques, d'intégrer les innovations technologiques (timbre connecté, par exemple) et les services associés, comme les opérations de promotion de collecte de fonds ou de financement participatif.

Il existe aujourd'hui six familles de timbres.

Le timbre d'usage courant

Le timbre d'usage courant est le timbre le plus souvent utilisé pour l'affranchissement du courrier. L'usage veut que son visuel soit choisi par le président de la République française. Il est décliné en plusieurs valeurs et sous plusieurs formes (planches, blocs ou mini-feuillets, roulettes, carnets gommes ou autocollants). Son visuel peut être utilisé pour représenter la marque d'affranchissement sur d'autres produits émis par La Poste, en particulier les produits préaffranchis.

Le timbre du programme philatélique

La liste de ces timbres est fixée par arrêté ministériel, deux ans à l'avance, après avis consultatif de la Commission des programmes philatéliques. Ce programme officiel rend hommage aux personnalités, commémore les grands événements, valorise les institutions, organisations et entreprises qui constituent le tissu industriel français, et célèbre le patrimoine artistique, architectural, culturel et géographique. Le timbre du programme philatélique constitue le cœur de la philatélie. Il est le plus souvent gommé et dentelé. Le timbre du programme philatélique porte la lettre Φ , qui le distingue des autres types de timbre. Son tirage, ainsi que ses dates de mise en vente et de retrait sont annoncés et garantis par La Poste, avec un lancement « Premier Jour ».

Le programme philatélique annuel comporte un nombre significatif de timbres imprimés en taille-douce. Le timbre du programme philatélique s'inscrit dans le respect de la tradition et correspond aux critères de qualité, de création et de fabrication attendus par les collectionneurs.

Le timbre spécial à tirage limité

À l'occasion de grands événements, La Poste peut réaliser des opérations spéciales destinées plus spécifiquement aux collectionneurs : réédition de timbres ayant marqué l'histoire de la philatélie, déclinaison nouvelle de certains timbres, surcharge de timbres existants, etc.

Elles font l'objet d'une information par La Poste des signataires de cette charte en amont de leur réalisation, puis d'un communiqué à destination des collectionneurs, avec indication des techniques d'impression et des tirages de ces produits.

Le timbre de correspondance

Le nombre de carnets de timbres de correspondance émis chaque année fait l'objet d'une inscription à l'arrêté ministériel fixant le programme philatélique deux ans à l'avance.

Ils se présentent le plus souvent sous la forme de carnets de timbres autocollants avec indication de l'usage au lieu de la valeur faciale. D'autres formes de présentation que le carnet sont possibles.

Le timbre de correspondance a pour vocation de susciter auprès du grand public le recours à un timbre à thème pour affranchir ses courriers postaux. Il tend aussi à entretenir la vocation de la philatélie de collection.

Le timbre collector

Il se présente sous forme de feuillets collector ou de recueil de feuillets de un à plusieurs timbres autocollants, et comporte le logo La Poste au verso.

Au même titre que le timbre du programme philatélique, il peut rendre hommage à des personnalités, commémorer de grands événements, ou mettre en valeur le patrimoine artistique, culturel et géographique. Il est émis en série limitée.

Le timbre personnalisé

Ce timbre personnalisable est imprimé par La Poste, sur commande de tout type de client, à partir d'un visuel spécifique proposé par celui-ci. La Poste définit une charte graphique spécifique pour ce timbre, et le visuel doit respecter les règles déontologiques et les conditions générales de vente édictées par La Poste. Le client achète l'intégralité de la production. Ce timbre n'est jamais vendu sur les canaux de La Poste. La Poste ne communique pas aux collectionneurs ces informations, qui relèvent du secret des affaires.

Le timbre personnalisé peut faire l'objet de formes de présentation variées : feuillet, livret, bloc dit « collector personnalisé », bloc à timbre personnalisé unique, etc.

Il existe aussi une offre d'affranchissement personnalisable, imprimable en ligne directement par le client.

IV. Les engagements des signataires

La Poste s'engage à :

- garantir la diffusion, au travers d'au moins un de ses canaux de vente, des cinq familles de timbres répertoriées ci-dessus (hors timbre personnalisé) ;
- pour les timbres du programme philatélique : annoncer et garantir les dates de mise en vente (anticipée et générale) et de retrait, ainsi que les tirages ;
- donner de la visibilité à la philatélie dans les bureaux de poste, en particulier à travers le réseau des bureaux philatéliques ;
- soutenir les actions et événements locaux en support de la philatélie, notamment les « Premier Jour » ;
- favoriser les relations sur le terrain entre les différents partenaires du mouvement philatélique ;
- animer la philatélie sur un plan international en faisant connaître ses produits à l'étranger, par tous moyens à sa convenance ;
- garantir l'origine des marques postales à caractère philatélique, par l'apposition de la mention « La Poste » sur ces marques ;
- stimuler la philatélie auprès des jeunes ;
- informer les signataires sur sa politique philatélique ;
- informer les médias, notamment la presse spécialisée, de l'actualité philatélique ;
- garantir une communication et une visibilité pour le timbre grâce aux nouveaux modes de communication et aux nouveaux outils numériques ;
- valoriser le rôle de la commission philatélique ;

- soutenir l'action de son musée d'entreprise qui, dans sa mission d'archivage et de mémoire de la philatélie, participe à la valorisation et la transmission du patrimoine philatélique auprès du plus large public possible ;
- respecter la charte de déontologie philatélique de l'Union postale universelle ;
- contribuer à l'organisation d'événements nationaux et internationaux.

La Fédération Française des Associations Philatéliques (FFAP) s'engage à :

- animer et coordonner l'activité des associations fédérées de collectionneurs sur le territoire ;
- mettre en avant le travail des bénévoles de la Fédération, acteurs indissociables de la vitalité de la philatélie en France ;
- se faire le porte-parole de ses adhérents auprès des signataires et le porte-parole des signataires auprès de ses adhérents, dans un esprit constructif et partenarial, et en particulier informer les collectionneurs de l'évolution environnementale et concurrentielle du Groupe La Poste ;
- informer les autres signataires de la charte des orientations de sa politique ;
- piloter l'évolution de la compétition philatélique, avec le développement de la classe ouverte et l'institutionnalisation de la Compagnie des Guides de la Philatélie* ;
- créer et organiser des événements annuels, seule ou avec les partenaires signataires de la charte, valorisant la philatélie, et notamment, chaque année, la Fête du Timbre* ;
- contribuer à l'organisation des salons philatéliques nationaux et internationaux ;
- transmettre l'expertise philatélique et le patrimoine immatériel de la philatélie aux générations futures ;
- représenter la philatélie et les signataires de la charte au sein de la Fédération of European Philatelic Associations (FEPA) et de la Fédération Internationale de Philatélie (FIP).

* Marque déposée à l'INPI.

La Chambre Syndicale Française des Négociants et Experts en Philatélie (CNEP) s'engage à :

- faire connaître et faire respecter par ses adhérents les engagements de sa charte déontologique : « Règles et usages de la profession de négociant en timbres-poste » ;
- animer le marché philatélique, notamment en fournissant, par le biais de ses adhérents, les timbres retirés de la vente par La Poste, et procurer les matériels nécessaires aux collectionneurs ;
- conduire une réflexion sur l'adaptation du négoce philatélique au monde du numérique ;
- se faire le porte-parole de ses adhérents auprès des signataires et le porte-parole des signataires auprès de ses adhérents dans un esprit constructif et partenarial ;
- assurer la pédagogie auprès des collectionneurs et transmettre l'expertise philatélique et le patrimoine immatériel de la philatélie aux générations futures ;
- créer et organiser des événements valorisant la philatélie, notamment des salons philatéliques nationaux et internationaux ;
- promouvoir, en concertation avec les signataires, les intérêts du développement de la philatélie auprès de l'IFSDA (Fédération Internationale des Chambres Syndicales des Négociants en Timbres-Poste).

L'Association pour le développement de la philatélie (Adphile) s'engage à :

- promouvoir la philatélie auprès du grand public par tous moyens et tous canaux de communication ;
- coordonner l'écosystème philatélique par la mise en œuvre de réflexions sur l'avenir de la philatélie et d'actions concrètes et fédératrices en direction de nouveaux publics ;
- développer des usages créatifs et innovants autour du timbre pour tous les publics ; en particulier encourager les timbres pour la Jeunesse au sein des émissions philatéliques (proposer des thèmes pour ces timbres) ;
- concevoir et développer des outils pédagogiques pour la Jeunesse, à destination des enseignants de l'Éducation nationale ;
- instaurer, impulser, organiser et harmoniser les travaux garantissant la pérennité et le développement de la philatélie au sein de l'écosystème.

Le Cercle de la presse philatélique s'engage à :

- animer et coordonner l'activité de ses membres ;
- encourager l'écrit et la transmission du savoir en remettant chaque année un ou plusieurs prix récompensant des revues, ouvrages et sites Internet dédiés à la philatélie ;
- promouvoir la philatélie par tous les moyens et canaux de communication à sa disposition.

La Direction Générale des Entreprises (ministère de l'Économie et des Finances) s'engage à :

- soutenir l'activité philatélique en général ;
- continuer à préparer les projets de textes qui fixent le programme philatélique, dans le respect des prérogatives respectives du ministre et de La Poste, des équilibres géographiques et des usages républicains ;
- veiller au respect des engagements du contrat d'entreprise État - La Poste 2018-2022 ;
- promouvoir le savoir-faire de Phil@poste dans la fabrication et l'impression de timbres destinés à l'exportation ;
- développer l'usage du timbre comme média ;
- être attentive à la valeur des collections en limitant la volumétrie des émissions annuelles de timbres-poste ;
- rechercher un niveau de parité femmes-hommes plus effectif dans les prochains arrêtés fixant le programme philatélique.

Les parties s'engagent de manière réciproque à :

- diffuser la présente charte dans leurs réseaux et en faire respecter les termes ;
- animer leurs réseaux pour coordonner leurs actions ;
- conduire régulièrement des réflexions concertées sur l'avenir de la philatélie ;
- promouvoir partout et chaque fois que possible le loisir philatélique comme une activité vivante, culturelle et pédagogique, en phase avec son temps ;
- contribuer à l'organisation annuelle d'événements nationaux et internationaux ;
- siéger et participer aux instances de la philatélie, pour les signataires concernés (notamment la commission philatélique et l'Adphile), afin de contribuer à la promotion et à la modernisation de la philatélie ;
- représenter, de façon concertée, les intérêts et les valeurs de la philatélie nationale dans les instances mondiales ;
- se réunir au moins une fois par an pour examiner ensemble la bonne application de la charte.

7 juin 2018