

AU SERVICE DE LA PHILATÉLIE : L'ADP

Antoine Di Maggio

Rédaction

Bertrand Sinais



Président de l'Association
pour le Développement
de la Philatélie.

Directeur du SNTP.

Membre d'honneur de l'AEP.

Les origines de l'ADP

A la fin des années 70, la France, sur le plan philatélique, souffrait de deux handicaps importants. Elle n'était quasiment pas représentée à l'étranger : la Poste française, le plus souvent, ne disposait pas de stand dans les expositions internationales, la Fédération n'avait guère les moyens de financer les déplacements de ses représentants à l'étranger et peu de collectionneurs français pouvaient accéder au niveau international. L'organisation des expositions internationales, en France, se faisait au coup par coup : si tous les partenaires de la philatélie y apportaient leur concours, elles étaient organisées tantôt par la Fédération (PEXIP 1937), tantôt par le Négoce (CITEX 1949), et c'est à partir de 1964 que la Poste a commencé à prendre les choses en mains.

Il fallait, à chaque fois, repartir de zéro, car il manquait une structure permanente capable d'apporter l'expérience et les premiers fonds nécessaires à la préparation d'une grande exposition.

Gabriel Gourin, à l'époque président de la Fédération des Sociétés Philatéliques Françaises (FSPF devenue, en 1994, la FFAP) fut le premier conscient de ces deux problèmes et obtint que le solde positif de 660 000 francs, obtenu à l'issue de PHILEXFRANCE 82, au lieu d'être reversé au budget général de la Poste, soit exceptionnellement placé en obligations à dix ans dont les intérêts seraient versés à une aide à la philatélie qui existait déjà en Suisse et en Belgique.

En cela, Gabriel Gourin, s'il ne fut ni le créateur ni le président de l'ADP, peut être considéré comme son père spirituel.

L'idée fit son chemin et, en juillet 1984, la presse commença à parler d'un « Fonds d'aide à la philatélie ». L'Association pour le Développement de la Philatélie fut créée lors d'une Assemblée générale constitutive qui eut lieu le 14 mai 1986.

Elle fut déclarée au *Journal Officiel*, le 16 mai. Guy Lormand en fut le premier président.

Marcel Roulet, Directeur Général des Postes, qui joua un grand rôle dans sa création, fit part de ses ambitions, lors d'une interview au *Monde des Philatélistes*, en novembre 1986 :

« On s'est efforcé de créer une structure entre les quatre partenaires traditionnels de la philatélie : les philatélistes, le négoce, la presse et l'administration. Ayant tout intérêt à développer la philatélie, des actions communes, qui n'auraient pas lieu sans cela, vont être étudiées et lancées sous le sigle de l'ADP ».

Composition et fonctionnement de l'ADP

L'ADP est exclusivement composée de personnes physiques désignées par cinq structures agissant en partenariat : La Poste (SNTP), le Négoce (CNEP), les associations de collectionneurs (FFAP), la presse philatélique (APPF) et la Croix-Rouge.

Le véritable organe de décision est le conseil d'administration de l'ADP, composé de douze membres qui se réunissent environ une fois par mois, le mercredi matin, au siège social de l'ADP, 111 boulevard Brune, à Paris 14^e.

A ces réunions participent aussi des observateurs désignés par les quatre partenaires en raison de leurs compétences dans les divers domaines de la philatélie. Loin d'être passifs, les observateurs accomplissent un travail important.

Le conseil d'administration choisit en son sein un président qui se trouve être traditionnellement le Directeur du Service National des Timbres-Poste (SNTP). Ainsi, en 1986, M. Guy Lormand fut désigné, puis après le départ à la retraite de ce dernier, M. Antoine Di Maggio lui succéda, le 13 novembre 1996.

Le conseil d'administration comprend, en outre, quatre vice-présidents qui ne sont autres que les présidents des quatre autres partenaires (Fédération Française des Associations Philatéliques, Chambre Syndicale des Négociants et Experts en Philatélie,

Association de la Presse Philatélique Francophone, Croix-Rouge Française).

Il y a aussi un secrétaire général, et, en 2000, un pas important a été franchi avec la nomination de Mme Michèle Gourrier-Sarcos, chargée de l'interface entre les différents partenaires et du suivi des actions en cours.

Les objectifs de l'ADP

Ils sont clairement exposés dans l'article 2 de ses statuts :

« L'Association a pour objet de promouvoir le développement de la philatélie française, c'est-à-dire d'accroître le nombre de personnes qui, d'une façon ou d'une autre, acquièrent et collectionnent les timbres-poste français et les objets postaux assimilés. A ce titre, l'association organise tous types d'actions de promotion répondant à ce but, par exemple : expositions, concours, rencontres, diffusion de la notion même de philatélie, de ses voies et moyens par tous procédés de communication et notamment par divers matériels de promotion. Elle participe à toutes manifestations susceptibles de lui permettre d'atteindre ces mêmes objectifs, et tout particulièrement sur le plan international. L'association a notamment la charge de

AU SERVICE DE LA PHILATÉLIE : L'ADP

l'organisation des expositions philatéliques internationales se tenant en France. Elle soutient la présence de la philatélie française à ces mêmes manifestations se tenant à l'étranger ».



Logo de l'ADP.

N'ayant pas de personnel propre, l'ADP fait appel à une agence de communication pour l'aider dans ses actions. Elle agit également en partenariat avec les organismes et entreprises publics ou privés sensibles à la promotion de la philatélie.

En résumé, inspirer, soutenir et dynamiser des projets tendant à développer la philatélie, tel est le rôle de l'ADP.

Les ressources de l'ADP

Elles étaient constituées, à l'origine, par la surtaxe du timbre émis pour la *Journée du Timbre*. Depuis 1993, elles proviennent d'une subvention annuelle de La Poste équivalant au montant de la vente de deux timbres sans surtaxe par carnet *Fête du Timbre*.

Quelques petites ressources annexes, comme la vente des mallettes pédagogiques peuvent s'y adjoindre, mais elles ne sont pas significatives. Actuellement les ressources de l'ADP se situent autour de 6 millions de francs par an.

Ces ressources ont permis, depuis 1986, de mener à bien de nombreuses actions dans tous les secteurs de la philatélie. En voici un panorama, en insistant sur les actions les plus récentes...

Une orientation forte vers la jeunesse

– La mallette pédagogique

Destinée à faire connaître la philatélie dans les écoles, la première mallette pédagogique a été diffusée en 1991 dans 1 000 établissements scolaires ayant répondu positivement à un mailing. Chaque mallette contenait 14 fiches pédagogiques, une pochette de timbres, un poster, des diapositives, des loupes et pinces, un classeur, un catalogue, deux magazines spécialisés et permettait à chaque classe de participer au concours « le timbre à créer ». Depuis, le succès de la mallette pédagogique s'est confirmé au fil des ans et elle fait figure de « classique » de l'action de l'ADP. Elle est actuellement vendue pour la somme symbolique de 90 francs. Devant ce succès, l'ADP réfléchit à la réalisation de nouvelles mallettes destinées à d'autres types de publics.

– Koalec

La plupart des collectionneurs sont entrés en philatélie dans leur enfance. Or, de nos jours, de nombreux loisirs (jeux électroniques, multimédia, etc.) et même des objets à collectionner (pins, cartes Pokémon...) sont venus concurrencer le timbre auprès des jeunes. Partant de ce constat inquiétant, l'ADP a décidé de faire porter ses efforts tout particulièrement en direction des jeunes.

C'est ainsi que 1997 voit la naissance du *Club Koalec* pour les 8 à 12 ans et du bimestriel *Koalec* « le magazine de toutes les collec-



Couverture du Journal Koalec n° 1.

teurs bénévoles de la FFAP, dirigés par Philippe Lesage. Cependant, les résultats n'étant pas à la hauteur des investissements et de l'énergie déployés notamment par le groupe Timbropresse, l'expérience a dû être interrompue en 2000. Il n'en reste pas moins que des milliers de jeunes ont été réellement sensibilisés au timbre et qu'une partie d'entre eux sont devenus des philatélistes.

– Concours « Dessine le timbre de l'an 2000 »

En octobre 1998, La Poste a lancé, en partenariat avec l'ADP et avec le concours de l'Éducation nationale, un grand concours destiné aux élèves de CM1-CM2.

Deux millions de bulletins d'inscription ont été adressés dans les écoles ainsi que 60 000 lettres d'accompagnement aux directeurs d'établissements.

Une petite brochure de présentation de la philatélie et de la place du timbre dans la pédagogie a été tirée à 80 000 exemplaires à l'intention des enseignants du primaire.

Le résultat fut spectaculaire : plus de 37 000 dessins provenant de 11 000 écoles ont été adressés aux jurys départe-

mentaux de La Poste et 104 d'entre eux sélectionnés (un numéro spécial de *Philinfo*, mensuel philatélique de La Poste, les a reproduits en couleurs).

Le 13 janvier 1999, le jury national, présidé par l'auteur de B.D. Jean-Claude Mézières, a choisi le dessin de Morgane Toulouse, élève de CM1 à Laubert (Lozère). Le timbre fut émis à 10 millions d'exemplaires, le 6 juillet 1999, dans le cadre de PHILEXFRANCE 99.



Gagnant du concours.

tions », en partenariat avec le groupe Timbropresse. En 1998, est venu s'ajouter un bulletin de liaison des adhérents du *Club Koalec*. Un stand Koalec est présent dans les salons philatéliques, mais aussi dans les salons « grand public » orientés vers les jeunes comme le salon « Si on jouait » (Parc floral de Vincennes 28 octobre-1^{er} novembre 1998 : 80 000 visiteurs).

Le dispositif est complété par les anima-



Dessine le timbre de l'an 2000.

– Les mercredis du timbre

Il s'agit, avec l'aide d'animateurs motivés appartenant aux différentes structures partenaires de l'ADP, d'accueillir des jeunes le mercredi pour leur proposer une initiation suivie à la philatélie et non plus un contact ponctuel comme dans les salons philatéliques.

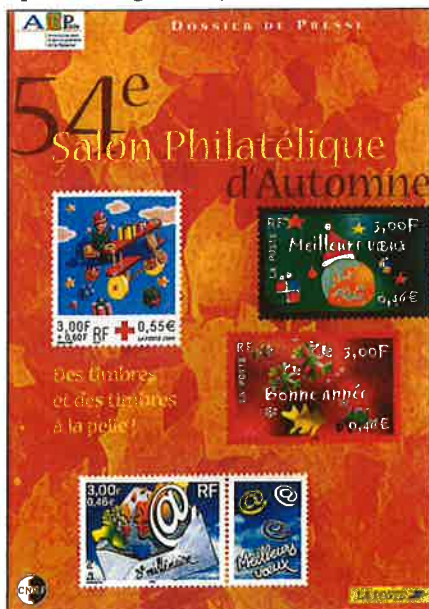
Lyon a été choisie comme ville test pour 2001, Paris (Musée de La Poste) suivra, et l'ADP espère ensuite étendre cette action à une douzaine de villes.

Pour être complet sur l'action orientée vers la jeunesse, il faut signaler que l'ADP a participé avec un grand stand de 36 m² au Salon Educatec (24-28 novembre 1999) et qu'elle s'est impliquée dans les démarches pour l'ouverture du Carré Marigny le mercredi, afin d'y accueillir les jeunes.

Les campagnes en faveur du timbre

En 1991 fut lancée la première campagne nationale en faveur du timbre, caractérisée notamment par un encart « Jeu concours » tiré à 70 000 exemplaires, inséré dans la presse philatélique et distribué sur le stand ADP du Salon Philatélique d'Automne, et des doubles pages couleurs dans la presse magazine (*Paris Match*, *Géo*, *l'Equipe magazine*, etc.). Cette initiative fut renouvelée l'année suivante avec, cette fois, la publication d'une reproduction agrandie de timbre accompagnée d'une histoire.

L'ADP finance également la réalisation par l'agence Carrère Communication de dossiers de presse sur certains timbres propres à donner aux profanes une image séduisante de la philatélie : on citera, entre autres, le timbre de la Coupe du Monde de football, le bloc *Philexfrance 99*



54e Salon philatélique d'automne : dossier de presse.

Petit Prince, *les Chevaux*, les carnets *Acteurs de cinéma* et *Aventuriers du siècle*, les blocs *Armada du siècle* et *Voitures anciennes*.

L'ADP et la télévision

Ce fut d'abord le partenariat avec l'émission *Des chiffres et des lettres*, en 1994. Début 1995, l'ADP va plus loin en assurant la promotion de la philatélie par le partenariat avec l'émission de Jacques Martin : *Le monde est à vous*, suivie, chaque dimanche à 13 h 30, par 3,5 millions de téléspectateurs. Outre les 39 émissions de Jacques Martin, l'ADP, cette année-là, a été présente, sur France 3, dans 28 émissions *Bonjour Babar* pour les plus jeunes. En 1996, le travail avec Jacques Martin a été poursuivi.

La sortie de timbres événements est régulièrement saluée par les journaux télévisés (*timbre rond*, *premier timbre en euro...*).

A l'automne 1999, La Poste a réalisé en partenariat avec France 2, vingt *Virgules*, courtes émissions de deux minutes, portant chacune sur un timbre significatif et diffusées à une heure de grande écoute. Ces *Virgules* ont été très appréciées.

Corrélativement le timbre a été présent, à plusieurs reprises, dans les journaux de programmes de télévision (*Télé Star*, *Télé Poche...*) à l'initiative de l'ADP ou de La Poste.

L'année 2000 a vu, pour la première fois, le timbre apparaître dans la publicité commerciale à la télévision, pour la promotion des deux blocs *Le Siècle au fil du timbre*.

Les philatélistes de longue date regrettent l'émission de Jacqueline Caurat : *Téléphilatélie* devenue ensuite *Philatélie-Club*, présente de 1961 à 1983 sur les antennes, mais le paysage audiovisuel a bien changé depuis. La renaissance d'une émission spécifique de philatélie sur une chaîne grand public semble difficile pour de multiples raisons, notamment financières. Toutefois, si une opportunité se présentait, il est certain que l'ADP ne manquerait pas de la saisir.

Les expositions organisées par l'ADP

Comme on l'a vu, l'une des raisons majeures de la création de l'ADP est l'organisation d'expositions philatéliques mondiales sur le sol français. Ce furent PHILEXFRANCE 89 ET PHILEXFRANCE 99 qui se traduisirent par d'éclatants succès.

PHILEXFRANCE 89 (7-17 juillet 1989) s'inscrivait dans le cadre des cérémonies du bicentenaire de la Révolution française avec défilé de diligences, présence des dix timbres les plus rares du monde, télégraphe Chappe, navette Hermès, carte postale électronique, plus de 1 000 collections en compétition : le passé côtoyait l'avenir.

Avec 300 000 visiteurs, PHILEXFRANCE 89 introduisit une nouvelle dimension en matière d'expositions internationales.

Dix ans plus tard, PHILEXFRANCE 99 (2-11 juillet 1999), dans un environnement moins favorable, puisqu'il n'y avait pas d'événement



Invitation à Philexfrance 99.



Top Philex, revue de Philexfrance 99.

national pour la soutenir, se voulait « le rendez-vous pour un grand voyage dans l'espace et dans le temps... L'émotion en plus ! » : trois wagons, trois avions et quinze véhicules postaux, la maquette de la fusée Ariane, 1 000 m² d'espace pour les jeunes avec des jeux interactifs, une Planète des Arts avec les dessinateurs et les graveurs du timbre, l'Imprimerie de Périgueux, cinq émissions de timbres, le porte-monnaie et le prêt-à-poster élec-

troniques de La Poste, un quotidien de 8 pages en couleurs *Top Philex*, la parade européenne des facteurs et, bien entendu, une compétition philatélique au plus haut niveau...

Avec plus de 300 000 visiteurs, le comité d'organisation, présidé par M. André Darrigrand, ancien Président de La Poste, a réussi un pari qui n'était pas gagné d'avance.

Le Salon du Timbre

Dix ans entre deux PHILEXFRANCE, c'est long ! Aussi, l'ADP a-t-elle imaginé une exposition intermédiaire : le Salon du Timbre, au Parc floral de Vincennes (Bois de Vincennes). Ce Salon, même s'il concernait les philatélistes convaincus, se voulait surtout une exposition d'un type nouveau qui devait montrer les multiples facettes du



Bloc feuillet du Salon du Timbre 1994.

timbre, à l'aide d'animations diverses interactives, de découvertes insolites, de spectacles, de projections, de jeux et de mini conférences, afin de gagner au timbre un public nouveau. Avec 75 000 visiteurs, le succès fut au rendez-vous, si bien qu'une nouvelle édition est prévue pour 2004.

L'aide aux Salons CNEP et FFAP

Si l'ADP n'intervient pas dans le contenu et la scénographie de ces manifestations, elle leur apporte une aide financière non négligeable. Elle prend en charge la communication des Salons CNEP et FFAP. Cette aide permet l'organisation d'opérations à l'occasion de la *Fête du Timbre*, telles « La plus grande collection de timbres du monde » (1995) et « Offrez des timbres aux enfants hospitalisés » (1997 et 1998).

Les brochures de l'ADP

Distribuées dans les Points Philatélie de La Poste, dans les expositions, dans les magasins du négoce, encartées dans la presse spécialisée, les brochures ont largement contribué à faire connaître l'ADP dans le public.

Dès sa création, l'ADP mit en chantier une brochure de vingt pages en couleurs, *Entrez dans le monde de la philatélie*, qui fut diffusée à partir de 1987 à 1 500 000 exemplaires. Simple, d'un graphisme aéré, elle avait pour but d'accompagner les premiers pas du futur philatéliste. En 1993, une brochure de huit pages tirée à un million d'exemplaires, *Ton ami le timbre*, était destinée aux 8-12 ans.

En novembre 1996, la brochure *Comment collectionner les timbres*, réalisée par une équipe de spécialistes sous la direction rédactionnelle d'Annette Apaire, fut saluée comme « remarquable » par toute la presse. Après un premier tirage de



Brochure : « Entrez dans le monde de la philatélie ».

1 500 000 exemplaires, une deuxième version actualisée fut imprimée à 750 000 exemplaires en 1999.

Très demandée, elle constitue une réalisation majeure de l'ADP et une documentation précieuse, notamment pour les contrats emplois jeunes et philatélie recrutés par La Poste dans l'ensemble des départements. Son succès a même dépassé nos frontières puisque la Poste italienne l'a reprise en l'adaptant : *Francobolli che passione*.



Brochure : « Ton ami le timbre ».

Comment collectionner les timbres



Brochure :

« Comment collectionner les timbres ».

Outre un *Guide pratique de l'ADP*, l'année 2001 a vu la première édition de *l'Annuaire de la philatélie* qui contient plus de 1 000 adresses utiles.

L'aide à l'écrit

– L'aide à l'édition

Décidée en 1998, cette aide, d'un montant total annuel de 100 000 francs, est attribuée à des ouvrages de qualité qui n'ont pas pu trouver d'éditeur.

L'auteur demande un questionnaire au responsable de la commission d'aide (Bertrand Sinais,

7 rue de Châteaudun, 75009 Paris).

La commission se réunit plusieurs fois par an pour examiner les questionnaires et décider des aides. L'auteur bénéficiaire signe alors une convention avec l'ADP et s'engage à remettre six exemplaires de son œuvre à l'ADP (dont un sera versé à la bibliothèque du Musée de La Poste), et à faire figurer sur la couverture la mention « *Edité avec le*

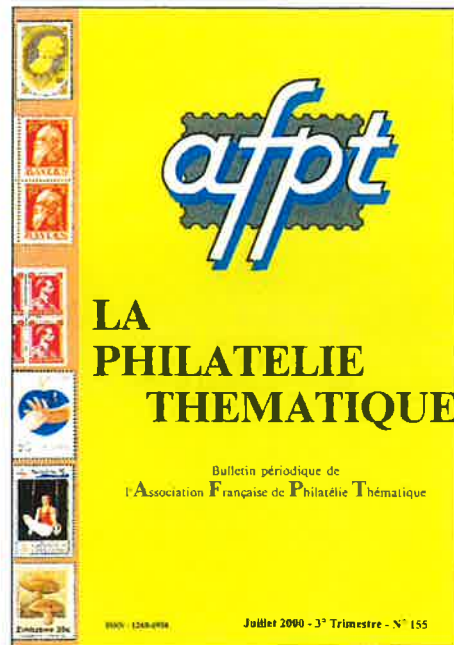
– L'aide à la presse associative

Cette aide est l'aboutissement d'une demande faite en 1998 par l'APPF. Elle est attribuée, sur demande, en fonction du nombre de pages publiées, aux associations du collège C de l'APPF qui publient au moins trois bulletins par an.

Suite à la convention signée le 21 juin 1999 entre l'ADP et l'APPF, dix-huit demandes ont été satisfaites en 1999 (sur la base

du nombre de pages publiées en 1998) et vingt-quatre en l'an 2000. L'aide est versée à l'APPF qui se charge de sa répartition. Les associations bénéficiaires s'engagent à faire figurer la mention « Publié avec le concours de l'Association pour le Développement de la Philatélie ».

Cette aide, fixée à 1 centime d'euro par page imprimée, a des effets positifs puisque la plupart des associations récipiendaires ont pu, grâce à elle, augmenter leur pagination.



L'une des revues bénéficiant de l'aide à la presse associative.



Premier livre ayant reçu une aide dans le cadre de l'aide à l'édition.

concours de l'Association pour le Développement de la Philatélie ».

Le premier ouvrage qui reçut cette aide fut, en 1999, celui d'Antoine Magonette : *Le bureau de correspondance belge de Sainte-Adresse 1914-1918*, sur la poste belge repliée en Seine-Maritime pendant la Première Guerre mondiale.

– Le Patrimoine du timbre-poste français

Après le succès, en 1996, du *Patrimoine de La Poste* (50 000 exemplaires vendus), un partenariat s'est instauré entre le SNTF et les

Editions Flohic, pour la réalisation du *Patrimoine du timbre-poste français*.

L'ADP, dont certains des auteurs font partie, a apporté sa contribution à l'ouvrage en suivant de près sa réalisation et en apportant ses conseils. Ce fut un très grand succès, puisque avec 60 000 exemplaires, le *Patrimoine du timbre-poste français* représente le record absolu de vente pour un ouvrage de philatélie sans cotations.



Le Patrimoine du timbre-poste français.

AU SERVICE DE LA PHILATÉLIE : L'ADP

Véritable livre de référence, il a obtenu, fait très rare en classe *littérature*, une médaille d'or à l'exposition PHILEXFRANCE 99.

L'ADP, lieu de rencontre et de débat

Lors des réunions du Conseil d'administration, les partenaires apprennent à mieux se connaître et se comprendre. Les grandes questions touchant à l'avenir du timbre et de la philatélie sont évoquées. C'est à l'ADP, par exemple, qu'a été élaborée la demande qui a permis d'obtenir le maintien de la validité d'affranchissement des timbres libellés en francs, après le passage à l'euro, le 1^{er} janvier 2002.

L'Association Mondiale pour le Développement de la Philatélie (AMDP)

Au Congrès de Séoul en 1994, il a été décidé de créer un comité de contact entre les pays membres de l'Union Postale Universelle (UPU) et les associations philatéliques internationales. Lors de sa deuxième réunion, le 18 mai 1997, le comité de contact est devenu l'Association Mondiale pour le Développement de la Philatélie, placée sous l'autorité du Conseil d'Exploitation Postale de l'UPU.

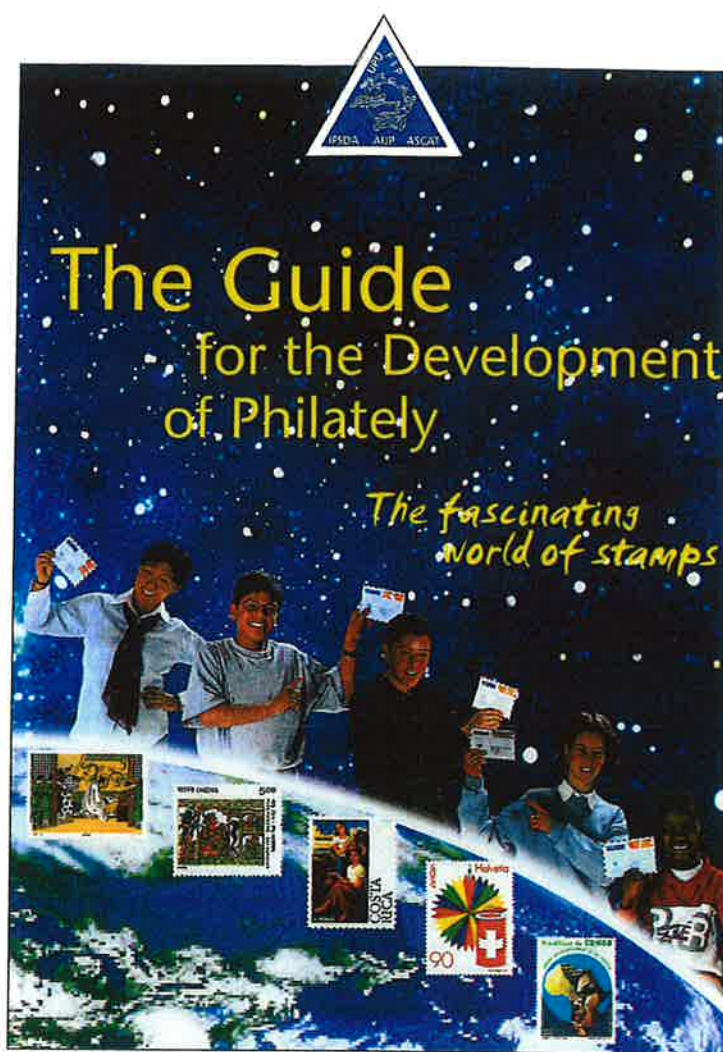
L'AMDP comprend onze pays ainsi que quatre associations internationales membres : AIJP (Journalistes) – ASCAT (Editeurs de catalogues) – FIP (Fédération Internationale de Philatélie) et IFSDA (Négociants).

Il faut y ajouter douze membres associés dont la France.

L'objectif de l'AMDP est de promouvoir la philatélie à l'échelle mondiale, de lutter contre les émissions abusives, d'obtenir l'émission d'un timbre-poste universel à l'occasion de la Journée mondiale du Timbre...

Elle a édité en anglais un *Guide pour le développement de la philatélie* qui devrait être traduit en huit langues dont le français.

Pour être complet, signalons également les réunions, tous les deux ans, des associations européennes de développement de la philatélie. Celle de 1998 s'est tenue à Paris, à l'invitation de l'ADP française.



Brochure : « The Guide for the Development of Philately ».

En guise de conclusion

Avec des moyens somme toute modestes à l'échelle d'un pays comme la France et grâce à l'énergie déployée par quelques bénévoles souvent très pris par leurs propres activités professionnelles, l'ADP a réussi en quinze ans à apporter sa pierre dans tous les secteurs de la philatélie. C'est cette action aux multiples facettes, mais peu connue du grand public, que cet article a voulu vous présenter.

Résumé

AU SERVICE DE LA PHILATELIE : L'ADP

« L'Association pour le Développement de la Philatélie » fut créée à Paris le 14 mai 1986. Elle associe la poste, le négoce, la fédération, la presse philatélique et la Croix-Rouge. Son président actuel est Antoine Di Maggio. Elle a pour but de développer en France le nombre de philatélistes. Elle organise pour cela de multiples actions de promotion, en particulier des expositions internationales. Son orientation principale se fait vers la jeunesse par une revue, des jeux, des concours, des campagnes en faveur des timbres, un salon du timbre. Enfin, l'édition de nombreuses brochures de vulgarisation philatélique. Elle aide à l'édition de revues et de livres dont OPUS I. Elle participe à « l'Association Mondiale pour le Développement de la Philatélie ».

Summary

IN THE SERVICE OF PHILATELY: THE ADP

The Association for the Development of Philately (ADP) was created in Paris on 14 May 1986. It groups together the postal services, the dealers, the Federation, the philatelic press and the Red Cross. Its current President is Antoine Di Maggio. Its aim is to increase the number of stamp collectors in France. To that end, it organises various means of promotion, in particular international exhibitions. Its main direction is towards youth, using a magazine, games, competitions, campaigns on behalf of stamps, and stamp shows. Finally, it publishes numerous pamphlets to popularise philately. It assists the publication of magazines such as OPUS I. It takes part in the World Association for the Development of Philately.