

## SOMMAIRE

- Edito
- Interview de Florence Fraboulet
- La FFAP et les jeunes
- Du côté de Phil@poste
- Paroles de journalistes

SPECIAL  
LES JEUNES ET  
LA PHILATÉLIE

### « Les jeunes et la philatélie : constats, réponses, points de vue... »

**F**orce est de le constater, beaux ou communs, les timbres occupent aujourd'hui un peu moins le devant de la scène. Ils continuent bien sûr de circuler, au sein des familles, des entreprises, mais, il faut en convenir, de façon désormais plus confidentielle.

Si les collectionneurs demeurent néanmoins fidèles à leur passion, si beaucoup d'enseignants exploitent toujours le potentiel éducatif de la philatélie, la transmission auprès des jeunes du goût pour le timbre souffre en partie de cette moindre visibilité.

Quelles relations les jeunes entretiennent-ils aujourd'hui avec la philatélie, qu'est-ce qui pourrait les inciter à se tourner davantage vers ce loisir, quelles formes nouvelles pourrait prendre le passage de témoin entre les générations...

Des constats, des réponses, des points de vue - de professionnels, de responsables associatifs, de journalistes spécialisés, de jeunes... - dans ce « spécial jeunes » de *Culture Timbres*.

Bonne lecture.

Mauricette Feuillas, directrice de l'Adresse Musée de La Poste

É  
D  
I  
T  
O

## INTERVIEW

### Florence Fraboulet, directrice de l'Adphile, l'Association pour le Développement de la Philatélie

- **Etat des lieux, enjeux, actions menées et à venir... Florence Fraboulet évoque en détail comment l'Adphile se mobilise en permanence pour promouvoir la philatélie auprès des jeunes**



D.R.

**L**a perte d'intérêt des jeunes pour la philatélie est devenue une sorte de lieu commun, évoquée parfois comme une fatalité. Cette désaffection est-elle autant avérée, quel rapport les nouvelles générations entretiennent-elles avec l'univers du timbre ?

La mission de notre association est notamment de promouvoir la philatélie auprès des 7/12 ans. Dans ce cadre, que ce soit au sein des écoles où partout en France nous sommes présents via nos supports pédagogiques, ou bien lors de manifestations comme *Kidexpo*, nous sommes en contact permanent avec les jeunes, leurs enseignants, leurs familles.

Ce que nous constatons, et qui au fond n'a pas changé depuis des années, c'est que

les enfants collectionnent souvent un peu tout, y compris les timbres. Au moins 50 % de la classe d'âge qui nous occupe en collectionnent. Le rôle des parents, des grands-parents est très important, ce sont souvent eux qui transmettent l'intérêt qu'ils ont ou ont eu pour la philatélie.

Avec tous les partenaires de l'Adphile, nous avons à cœur de favoriser cette attractivité du timbre chez les jeunes.

#### C'est après que les choses se compliquent...

Avec l'arrivée au collège, les emplois du temps qui s'alourdissent, les enjeux deviennent différents. Les jeunes entrent alors dans l'adolescence, leurs centres d'intérêt changent, beaucoup s'éloignent de leurs activités d'enfance. Et la philatélie n'est pas épargnée. Mais ce n'est pas une surprise, cela a été vrai de tout temps.

Viennent ensuite les études, le début de la vie active, la naissance des enfants...

S'intéresser à nouveau aux timbres ou découvrir leur richesse n'est pas si simple à ces moments de la vie. C'est difficile de toucher les 20/50 ans, mais c'est aussi un de nos défis, s'adresser au grand public adulte.

Après, les choses évoluent, avec la matu-

**Maxence, 11 ans (Mainvilliers, Eure-et-Loir) :** « J'ai fait une collection sur les dinosaures, j'ai reçu beaucoup de récompenses, mais celle qui m'a fait vraiment plaisir c'est la "grande médaille d'argent", à Jakarta.

J'ai choisi ce thème car j'aime bien les animaux sauvages... Plus tard, j'aimerais être directeur de zoo. »

rité les gens reviennent plus volontiers à la philatélie. Quoi qu'il en soit, pour l'Adphile, il n'y a ni optimisme, ni pessimisme, on est simplement dans l'action...

Et nous veillons à créer des activités qui puissent parler à ces publics.

### Comment se traduit cette action, où et sous quelles formes l'Adphile intervient-elle ?

La philatélie est porteuse de valeurs, affective, patrimoniale, culturelle, historique, artistique... C'est ce que nous essayons de faire passer à travers nos initiatives. En particulier celles que nous menons en direction des milieux scolaires. Et que nous nous efforçons de renouveler régulièrement.

Nous mettons à leur disposition depuis 2015 - via les mairies - une mallette de 14 activités conçues pour le périscolaire ou les centres de loisirs illustrées par les timbres.

Avec par exemple des jeux de domino, un tour du monde en 80 timbres, un jeu de questions sur de nombreux sujets de culture générale avec réponses sur les timbres. Du mail art aussi.

L'année dernière, près de 200 000 enfants ont ainsi pu apprendre et s'amuser en se familiarisant avec l'univers du timbre.

A la rentrée de septembre, nous avons également lancé un autre outil pédagogique, destiné lui aux élèves de CM1, CM2 et sixième.

Il s'agit d'un kit de 10 activités, 9 sur les sciences - biodiversité, phases de la lune, calendriers... - et un sur l'Histoire, conçu en phase avec le programme scolaire. Accompagné d'un guide très documenté fourni à l'enseignant.

Cet outil vient compléter les manuels disponibles en classe et permet de conforter les acquis par une approche différente. Pas moins de 3 000 de ces kits - ils sont gratuits - ont été diffusés depuis septembre.

Et les premiers retours des enseignants sur leur utilisation sont très positifs.

### Ces outils sont-ils demandés partout ?

Petites et grandes villes ont répondu de

#### Amandine, 20 ans (Morez, Jura) :

« Trophées, médailles, coupes, ce n'est pas cela mon but. Mon but est plutôt d'essayer de transmettre aux autres, lors des expositions, le goût de la collection. »

manière égale, et tous les établissements sont concernés. Nous avons à cet égard la confiance des enseignants, notamment parce que ces outils ont été testés auprès d'eux. Et aussi parce que notre structure est agréée par le ministère de l'Éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche comme association complémentaire de l'enseignement public...

### D'autres outils pour les jeunes sont également disponibles sur le site de l'Adphile...

Les jeunes peuvent en effet trouver sur notre site internet des dossiers pédagogiques à télécharger, qui par exemple peuvent être utilisés en support d'exposé.

Ces dossiers s'adressent aux enseignants comme au grand public. Là encore, culture et timbre sont étroitement associés. Et tous les thèmes abordés : Charlemagne, l'Égypte, la chanson, la BD...

On peut également y puiser des conseils pour collectionner, des histoires racontées via les timbres, des suggestions pour s'amuser avec eux...

### La philatélie et les jeunes, l'histoire n'est pas terminée...

Il faut arrêter de croire que la collection n'in-

#### Jessica, 15 ans (Paris) :

« Je ne sais pas ce que c'est. C'est quoi, la philatélie ? »

#### Tanguy, 15 ans (Epernay, Marne) :

« L'exposition d'Yzeure, ce fut une expérience géniale, j'y ai rencontré des philatélistes qui m'aident depuis longtemps et reçu beaucoup de conseils et d'encouragements. »

teresse plus. Les jeunes, nous les rencontrons à Kidexpo, où notre stand ne désemplit pas. 10 % des 175 000 visiteurs du salon y sont passés lors de la dernière édition il y a quelques semaines.

Avec plus de place, nous aurions même sûrement pu en accueillir davantage. L'an prochain, nous avons déjà prévu d'y montrer, en partenariat avec l'Association du Timbre Gravé, le travail de jeunes graveurs.

On échange aussi avec eux dans bien d'autres salons, comme par exemple celui de la presse et du livre de Montreuil. Et également à travers des initiatives prises conjointement avec des musées et des sites culturels, la Cité de l'architecture et du patrimoine, le Musée de La Poste...

C'est vrai que nos moyens sont encadrés, mais grâce au maillage que nous parvenons à réaliser avec tous les passionnés, notamment les clubs philatéliques, lors des salons philatéliques et de la Fête du Timbre, en travaillant aussi avec de nombreux partenaires, nous obtenons des résultats. L'histoire est loin d'être terminée...

## Une association agréée par l'Éducation nationale



L'Adphile est née en 1986 à l'initiative des acteurs

du monde de la philatélie.

Dès sa création, l'association s'est donné pour mission de promouvoir le loisir philatélique, en particulier auprès des jeunes. Elle lance également des initiatives en direction du grand public et renforce son action vers les enseignants et les institutions (mairies, musées...).

L'Adphile est agréée depuis 2015 par

le ministère de l'Éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche comme association éducative complémentaire de l'enseignement public.

Les membres de L'Adphile : La Poste (via notamment le musée), la Fédération Française des Associations Philatéliques, la Chambre syndicale des Négociants et Experts en Philatélie, le Cercle de la Presse Philatélique et la Croix-Rouge française.

En savoir plus : <http://www.decouvrirletimbre.com/>

## • « Le timbre ouvre sur tous les univers, on doit le faire savoir »



D.R.

**E**n charge du secteur « Jeunesse » de la Fédération Française des Associations Philatéliques, Philippe Lesage évoque les liens parfois distendus entre les jeunes et la philatélie. Avec confiance et lucidité...

« Certes, des jeunes commencent à avoir une vision dépoussiérée du timbre, plus

### La preuve par l'exemple à Toul

Des élus demandeurs, des responsables de l'éducation nationale qui jouent le jeu, des organisateurs d'une manifestation philatélique destinée aux jeunes qui prennent des initiatives ambitieuses : c'est le cocktail gagnant de la *National Jeunesse* tenu à Toul (54) fin octobre.

Un projet soutenu par le maire de la ville, Alde Harmand, qui souhaitait faire de cette compétition un événement.

Dans le cadre de ce rendez-vous festif, au cours duquel une animation sur le thème du cirque et de la fête foraine était organisée, il avait été proposé aux élèves des écoles un concours de création artistique intitulé "Autour des timbres".

Résultat : plus de 200 œuvres réalisées... et exposées sur place. De nombreux enfants et leurs parents sont ainsi venus découvrir, souvent avec enthousiasme, le monde de la philatélie. Le succès d'une collaboration et d'une envie commune. Qu'il reste désormais à transformer...

positive, pour autant seront-ils suffisamment nombreux dans les années à venir afin de permettre à la philatélie de continuer à tenir une place significative ? La question est posée...

Si Philippe Lesage, le « Monsieur jeunes » de la Fédération Française des Associations Philatéliques (FFAP), dresse un constat qui laisse espérer, il n'esquive pas non plus l'interrogation majeure : l'intérêt pour les timbres a-t-il à terme un avenir ?

« Ils étaient auparavant présents dans beaucoup de familles, via les collections, les cartes postales reçues, on en trouvait partout, ça donnait souvent envie de s'y intéresser, rappelle-t-il, désormais les timbres sont la plupart du temps absents des foyers, des grandes surfaces, des magasins de centre-ville, les jeunes n'y ont accès qu'à travers les initiatives des enseignants, les outils de l'Adphile, nos manifestations et nos associations. »

*« Le timbre possède beaucoup d'atouts, de vrais potentiels. »*

Philippe Lesage

Professeur d'histoire dans le « civil », Philippe Lesage n'ignore rien de la difficulté à faire passer les messages. Et surtout à les transmettre dans la durée. Pour lui, les outils existent, souvent de plus en plus pertinents et adaptés à chaque situation : mallettes pédagogiques, ludiques, sites de l'Adphile...



D.R.

*"Pourquoi ne pas créer un jeu vidéo s'appuyant sur l'univers des timbres ? Une chasse au trésor, une sorte d'enquête que mèneraient les enfants. Quelque chose d'amusant et instructif à la fois." Jacqueline Caurat, journaliste, animatrice de 1961 à 1983 de l'émission Télé-Philatélie.*

Et il importe de s'appuyer sur eux, en multipliant les occasions de rencontres entre les jeunes et le timbre. A travers aussi des manifestations qui collent à l'actualité, comme celles qui se déroulent autour du centenaire de la Seconde Guerre mondiale.

« Il faut tendre des perches, être présent aussi souvent que possible, poursuit-il, le timbre est un support qui ouvre sur tous les univers, c'est notre rôle de le faire savoir, le faire apprécier ».

En évitant cependant un écueil, celui du manque de « service après-vente ». Philippe Lesage estime en effet que trop d'opérations ayant pour but de rapprocher les jeunes et la philatélie restent sans lendemain.

« Si rien ne vient prolonger les démarches entreprises auprès d'eux, c'est peine perdue, considère-t-il, une opération menée avec succès ne se révélera efficace que si elle est relayée dans le temps, c'est capital, sinon les jeunes passent à autre chose et oublient. »

## • Phil@poste et les jeunes

**D**epuis les années 1990, plus de trente émissions de timbres ont été consacrées à la BD, une thématique appréciée des jeunes collectionneurs. Ainsi, Lucky Luke, le Marsupilami, Babar, Astérix, Tintin... côtoient des héros plus récents comme Le chat de Geluck ou Titeuf.

Le timbre s'est également ouvert aux jeunes amateurs de mangas, avec en septembre 2016 un diptyque dédié au manfra - manga français - *Les Légendaires*, une œuvre de Patrick Sobral (illustration ci-contre). Cette émission marque le début d'une série *Jeunesse* qui sera enrichie chaque année par

une création originale plébiscitée par les médias.

Et en 2017, c'est une série télévisée très prisée (qui fêtera l'anniversaire des 30 ans de sa création) qui devrait être reprise en timbres pour la série *Jeunesse*. À suivre !

Le timbre et les jeunes ont aussi une passion artistique commune. Depuis 1981, dix visuels ont été dessinés par des enfants qui ont gagné un concours, seuls ou avec leurs classes, sur le thème de la Croix-Rouge, de l'avenir de la planète ou encore de la démocratie.



En janvier 2016, le triptyque *Liberté, Égalité, Fraternité* a ainsi été dessiné par 3 collégiens dans le cadre d'un concours ayant motivé plus de 8 000 établissements.



## PAROLES DE JOURNALISTES

• **Les jeunes sont leurs lecteurs de demain... Les rédacteurs en chef de *L'Écho de la Timbrologie*, *Philatélie au quotidien* et *Timbres magazine* s'interrogent sur ce qui pourrait inciter les générations montantes à s'intéresser davantage à la philatélie. Pistes parfois innovantes à l'appui...**

- **Sophie Bastide-Bernardin, rédactrice en chef de *L'Écho de la Timbrologie***

D.R.



« **Il gagne à être connu...** »

S'intéresser aux timbres aujourd'hui quand on est jeune est tout sauf une évidence, puisque cet objet a quitté le quotidien.

Les articles commandés sur internet arrivent dans des colis à l'affranchissement rarement philatélique. Les amis, surtout les ados, communiquent sur les réseaux sociaux. Les sms et les coups de fil sont préférés aux missives. Rares dans

la sphère privée, les lettres sont aussi en voie de disparition dans l'administration. Or, quand le timbre surgit, il est toujours associé à quelque chose d'important et de beau : anniversaire, naissance, mariage... Dès l'enveloppe, il annonce la joie, l'amour, l'intérêt porté au destinataire. L'enfant perçoit instantanément la beauté de l'image et l'émotion qui lui est liée. À l'adulte de le sensibiliser aux autres messages dont il est porteur.

Sans cours magistral... Si le timbre a des vertus pédagogiques, c'est l'approche lu-

dique et interactive qui a fait ses preuves. Le succès des cartes-maximum, dont la conception relève du jeu, celui d'événements compétitifs "jeunesse" du type *Timbres Passion* en sont des exemples manifestes. Amusons-nous avec le timbre - comme dans les numéros d'été de *L'Écho de la Timbrologie* et d'*ATOUT timbres*, où nous proposons des jeux philatéliques -, faisons le découvrir.

Bien-aimé a priori, il a toutes les chances de susciter un attachement sincère et durable tant il gagne à être connu.

- **Pierre Jullien, rédacteur en chef de *Philatélie au quotidien***

D.R.



« **En avant jeunes !** »

L'article publié sur le site *entreprise.gouv.fr* concernant « le cadre juridique de la philatélie » rappelle que « le ministre chargé des postes fixe par arrêté, deux fois par an, le programme philatélique annuel de l'année n+2. Ces arrêtés sont pris après un avis consultatif de la Commission des programmes philatéliques, composée principalement de représentants de l'Etat, de La

Poste et des instances de la philatélie ».

Parallèlement, le patron de Phil@poste a annoncé dans les colonnes de *L'Écho de la Timbrologie* le lancement d'un « projet d'évolution de la commission philatélique en termes d'organisation, de participants, de nouvelles thématiques afin de la rendre plus efficace et plus à l'écoute des demandes des philatélistes »...

Il est temps d'associer les jeunes ou ceux qui « pensent jeune » à la création des timbres français. En les faisant participer

à cette fameuse commission, ou en suggérant à La Poste d'organiser de nouveaux Etats généraux de la philatélie - « jeunesse » -, pour les distinguer de ceux organisés en 2008.

Phil@poste ne peut pas se contenter d'une familiale série *Jeunesse* qui ne s'inscrit dans aucune continuité graphique, éditoriale ou commerciale. L'Adphile, le Musée de La Poste et le service communication/partenariats/événements devraient en être partie prenante.

- **Gauthier Toulemonde, rédacteur en chef de *Timbres magazine***

D.R.



« **Il est possible d'innover avec succès** »

Pour que les jeunes s'intéressent au timbre, il faut qu'un certain nombre de sujets évoque quelque chose de familier pour eux. La question dépasse largement la problématique des jeunes, d'autant qu'il n'y a pas grand-chose de commun entre un enfant de 7 ans et un adolescent. Il faut donc sensibiliser d'une

façon générale le grand public, probablement en choisissant des thèmes qui sortent des émissions traditionnelles.

Les timbres doivent être aussi visibles dans les bureaux de poste, davantage qu'ils ne le sont, mais également via les réseaux sociaux, *YouTube*... Pourquoi ne pas accompagner des émissions ciblées « jeunes » de clips diffusés sur *YouTube* ?

Avec un contenu culturel et une esthétique adaptés. Et puis, et peut-être surtout, il y a

la télévision, élément incontournable pour une communication efficace.

C'est la raison pour laquelle je prépare le pilote d'une émission de 15 minutes consacrée au "Dessous des timbres", version audiovisuelle de ce qui est fait dans les hors-séries de *Timbres magazine* où l'on évoque la géopolitique à travers les timbres.

Ces magazines sont lus par des adolescents, mais aussi des non-philatélistes, preuve qu'il est possible d'innover avec succès.



**CultureTimbres.** Pour écrire à la rédaction : L'Adresse Musée de La Poste, Culture Timbres, 34 Bd de Vaugirard, 75731 PARIS CEDEX 15 (Tél.: 01 42 79 23 42, courriel : rodolphe.pays@laposte.fr). Directeur de la publication : Mauricette Feuillas. Rédacteur en chef : Rodolphe Pays. Rédaction : Rodolphe Pays. Photos : T. Debonnaire, R. Pays. Ont collaboré à ce numéro : C. Blandin, M. Nowacka, C. Rouxel, Phil@poste. Conception et réalisation : Philippe Rodier. ISSN : 2105-7575. Dépôt légal à parution. La Poste : Société anonyme au capital de 3 800 000 000 euros - 356 000 000 RCS PARIS. Siège social : 44 Bd de Vaugirard - 75757 PARIS CEDEX 15.

Retrouvez le Musée de La Poste sur [www.ladressemuseedelaposte.fr](http://www.ladressemuseedelaposte.fr) et sur

