



LA FÊTE DU TIMBRE RAPPORT 2013

Le bilan de cette année ressemble par certains commentaires aux précédents cependant il montre une dégradation inquiétante quant à l'avenir. Pour la première fois, toutes les associations ont adressé le questionnaire d'évaluation (106 réponses). Je remercie les responsables, toutefois certaines réponses sont incomplètes ce qui explique des différences dans les additions.

Pas de fête du timbre dans 10 départements (01, 06, 09, 24 ; 48, 65, 78, 93, 94, 95) mais une première avec la Martinique.

7 communes ont moins de 1000 habitants (St Moreil 350, Lizac 468, Villefrancoeur 482, Gelannes 722, Mont-sur-Guesnes, Le Poët 880 et Raucourt 880).

La préparation des souvenirs s'est répartie selon le bon vouloir des directeurs entre le lundi et pour certains seulement le samedi matin.

L'unanimité se fait contre l'affiche, jolie mais beaucoup trop pâle et aux textes peu visibles. Mêmes remarques sur le fléchage vraiment « raté » car illisible pour celui qui passait en voiture. L'adresse internet qui figurait sur tous les documents était erronée.

Deux points concernent directement la Poste et peuvent avoir des conséquences déplorables : le manque de timbres dans 19 bureaux de poste, certains dès le samedi matin ! et toujours la double oblitération (parfois manuelle, ce qui est un comble !) dans 9 villes mais ce fait se reproduit régulièrement. Il faut absolument que cela cesse car c'est un motif pour ne plus envoyer de souvenirs, ce qui est un manque à gagner pour tous.

Deux aides apportées aux associations sont diversement appréciées :

l'entier postal semble peu utile pour 44 associations, d'autres l'appréciant vraiment. Il est à remarquer que certaines associations ne savent pas le mettre en valeur pour vendre des souvenirs.

La PLV : un grand nombre d'associations répondent par un point d'interrogation ou évoquent son inutilité : 52 réponses. Il semblerait que certaines associations n'aient reçu ni la PLV, ni les flèches. A noter pour ces dernières l'interdiction d'affichage en ville dans plusieurs cas. Il faut dire que les flèches étaient emballées de telle sorte qu'elles pouvaient laisser à penser qu'il s'agissait de cartons pour caler l'envoi...

La fréquence d'organisation montre à chaque fois de nouvelles associations (11 premières fois) et une continuité pour d'autres : 25 chaque année, 58 régulièrement et 9 moins souvent. Les municipalités ont offert les salles dans 93 cas mais on constate pour quelques-unes l'obligation de payer la salle, ce qui, dans ces cas, a entraîné un déficit automatique. 26 ont eu des aides de la part de la Poste en particulier pour l'envoi des invitations ou même une information aux réservataires. La presse locale a presque toujours relayé les informations parfois avec de grands articles (98 réponses positives). La radio locale est aussi présente dans 70 villes et 86 commerçants ont accepté des affiches. Quant à la télévision, c'est le zéro absolu !



Les associations (65) ayant su travailler sur le thème de l'air (sur un aérodrome, avec montgolfière, maquettes d'avion, de planeur, exposition sur un évènement local se rapportant à l'air...) ont généralement mieux réussi leurs ventes. Il est fort regrettable que certaines n'aient rien fait pour exploiter ce thème, y compris sur les cartes locales (des images n'ayant aucun rapport à l'air !).

Le tirage au sort des bons et l'acceptation de participer au tirage national (adresse complète) a été presque partout un grand succès : 6804 le samedi et 6537 le dimanche soit un total de 12948. La remise sur place à des personnes présentes n'est quasiment pas contestée. Il sera possible de diminuer le nombre de tirages, le nombre de bulletins étant trop peu important en début de matinée par exemple mais globalement cette pratique est à garder. La remise des lots gagnants a donné souvent lieu à une manifestation très sympathique.

Les ateliers enfants ont été mis en place dans 75 associations et ont accueilli 2005 jeunes (certains dès le vendredi avec des classes entières).

Partout, sauf à Paris où la salle ne convient pas, les associations ont mis en place les expositions demandées (40 faces minimum). 27 en ont profité pour réaliser l'exposition compétitive de niveau départemental complétée d'une partie non compétitive (classe ouverte, cartes postales et collection libre).

Les visuels des timbres ont été dans l'ensemble appréciés (avec le regret du changement du visuel de la Marianne beaucoup trop pâlichonne !). Par contre, le bleu vif du bloc et le glaçage du timbre ont posé des problèmes d'oblitérations (non visibles et séchant difficilement). Les souvenirs fédéraux ont été eux aussi appréciés dans l'ensemble.

Le nombre de visiteurs se situe pour 11 associations à moins de 100 personnes, 78 entre 100 et 500 et 13 à plus de 500 visiteurs, ce nombre n'étant d'ailleurs pas en rapport avec le nombre d'habitants de la commune.

La vente des souvenirs montre malheureusement une baisse parfois forte sensible par rapport aux autres années (la critique étant souvent le trop grand nombre de documents proposés par le bureau de poste). Il est certain que la crise économique est un frein sensible pour l'achat de souvenirs.

Le nombre des souvenirs fédéraux vendus est le suivant (il manque certaines associations ayant refusé de répondre) : enveloppe 9177 (26,37%), carte postale 10525 (33,3%), grande enveloppe 3547 (28,1%) soit un total de 23677 (31,03%) . La vente la plus importante sans carte locale est de 525, 13 associations dépassant les 300. La plus petite vente est de 60 souvenirs.

Quelques proportions intéressantes montrent la dynamique de l'équipe organisatrice : Villefrancoeur 482 habitants - vente 690 ; Gelannes 722h – vente 545 ; Lizac 468h – vente 269.

Les cartes locales, elles aussi ont connu des ventes diverses : sur 26 réponses, 5050 cartes vendues (34,8 %). 9 associations ont dépassé les 300 souvenirs ce qui montre l'intérêt de la carte locale. A noter une vente de seulement 15 cartes locales dans une ville. Avec la carte locale, 12 associations ont équilibré leur budget. (Vente totale : 28677 soit 29,6% sur le total de souvenirs commandés et 275 en moyenne par ville)



Le record des ventes appartient à Valenciennes avec 1005 souvenirs vendus, suivie de Hettange avec 825 ventes.

Sur l'ensemble des ventes, les données des associations le dimanche soir (donc sans compter les ventes ultérieures) donnent les bilans suivants : 57 négatifs, 26 équilibrés et 16 positifs (quelques associations ayant bénéficié de subventions ou ayant édité un catalogue avec des publicités).

Concernant la remise des Ipad aux gagnants nationaux, il est absolument déplorable que 15 associations ont déclaré ne pas vouloir organiser la remise de ce lot, se privant ainsi d'une publicité pour elles !

Les dates de la fête du timbre sont critiquées par seulement une dizaine d'associations avec des motifs divers (impôts, vacances des retraités, concurrence de manifestations nationales comme la fête de la science, manque de temps après les vacances, mauvais temps, ...). Elles demandent le retour en mars ou avril oubliant la tenue des élections, les vacances de printemps...

Enfin, le trop grand nombre de souvenirs imposés revient souvent surtout pour les petites associations, les chiffres de vente prouvant d'ailleurs ce gaspillage de documents (près de 70%).

Conclusion

De cette étude assez détaillée, il faudra sans aucun doute tirer des améliorations tant pour la Poste (affiches, dossier de presse, fléchage, approvisionnement, double oblitération) que pour les associations afin que celles-ci soient toujours volontaires pour organiser et réussir les futures fêtes du timbre. En particulier, il me paraît nécessaire qu'une meilleure solidarité s'exprime entre elles car la fête du timbre est une affaire de tous. Rappelons que cette manifestation est une des recettes pour la FFAP et que son échec aurait des conséquences dramatiques pour tous.

Il sera nécessaire de connaître très vite les visuels des timbres sur la danse afin de pouvoir adapter le mieux possible les souvenirs fédéraux et permettre aux associations de prévoir une animation avec des clubs de danse par exemple.

Robert Cloix

Responsable de la Fête du Timbre.