
d'intérêt pour la marque postale et il est monnaie courante d'y faire des découvertes intéressantes pour le marcophile et l'historien de la poste.

ROYALE '99

Cette exposition et congrès annuels de la Société royale de philatélie du Canada se tiennent cette année à Fredericton, au Nouveau-Brunswick, du 28 au 31 mai prochain, soit la fin de semaine suivant le Salon des philatélistes de Québec. Le Club de timbres du Grand Fredericton, chapitre 148 de la SRPC, en est la société-hôte. L'événement a lieu au Fredericton Inn.

Royal99Royale@hotmail.ca
Ron Smith, co-président

EXPOSITION PHILATÉLIQUE JEUNESSE PROVINCIALE QUOFFILEX '99

En collaboration avec Le Club Optimiste Verdun et la Fédération québécoise de philatélie, la 27ème **QUOFFILEX '99** se tiendra les 28, 29 et 30 mai 1999 au gymnase de l'École Notre-Dame-de-Lourdes, 504, 5ème Avenue, Verdun.

QUOFFILEX est synonyme de promotion de la philatélie auprès des jeunes depuis plus de 25 ans maintenant. Pépinière de nos futurs historiens de la poste et de la marcophilie, cet événement mérite notre attention.

HEURES D'OUVERTURE

Vendredi 18h00 à 21h00
Samedi 10h00 à 17h00
Dimanche 10h00 à 15h00

POUR INFORMATIONS

Téléphone: (514) 766-6065
Télécopieur: (514) 768-0099
e-mail: beauseba@colba.net

Paul Beaupré, commissaire
916, de l'Église

LE MUSÉE CANADIEN DE LA POSTE: UN MUSÉE À VISITER!

par Grégoire Teyssier

Depuis qu'il a ouvert ses portes, le 12 juin 1997, le nouveau Musée canadien de la poste a accueilli près de 600,000 visiteurs ! Un véritable succès, preuve, s'il en est une, qu'il répond tout à fait aux attentes des visiteurs, et que la philatélie et l'histoire de la poste sont on ne peut plus «in».

Ce succès populaire, le Musée le doit certainement à son personnel qui sait mettre en valeur et vulgariser notre riche patrimoine postal et philatélique. La quantité de petites expositions présentées, dont la dernière, *Les automatistes*, qui a attiré plus de 50,000 visiteurs, sont la preuve du dynamisme du musée.

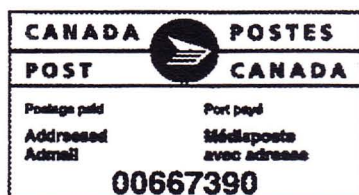
Cette exposition a d'ailleurs été présentée à l'étranger: à Paris, Londres et Washington. Bien entendu, la série de timbres émise par Postes Canada en hommage aux automatistes à l'occasion du 50^e anniversaire de la publication du célèbre manifeste, *Le Refus global*, constituait la pierre angulaire de cette exposition. Ce succès de fréquentation ne nous étonnera pas lorsque l'on sait que de nombreux philatélistes sont aussi amateurs d'art. D'ailleurs, le timbre-poste n'est-il pas une petite oeuvre d'art ?

Le musée a donc bien compris, une fois de plus, que la philatélie et l'histoire de la poste constituent des témoins privilégiés de l'évolution de notre société, tant aux niveaux culturel, que social et économique.

Dans cette lignée gagnante, le Musée canadien de la poste a aussi présenté l'exposition *Jean-Paul Lemieux - Visions du Canada*, une exposition qui regroupait 12 tableaux originaux qui ont fait l'objet d'une série de timbres émis en 1984.

Les idées ne manquent pas au MCP, et depuis le 25 février, les jeunes peuvent s'initier au monde fascinant des timbres grâce à une nouvelle exposition interactive intitulée *Timbromanie*.

(suite page 23)



poste, de sorte que le public en général est peu au courant du service Média poste offert par Postes Canada.

À l'heure actuelle, les articles Média poste avec adresse comportent une lettre, une enveloppe, un dépliant ainsi qu'un mode de réponse quelconque, souvent la Correspondance-réponse d'affaires. Les entreprises de publipostage ont la possibilité de vous adresser personnellement le matériel, de sorte que votre nom figure dans l'adresse, mais le texte du message publicitaire demeure le même pour tous les destinataires.

Or, dès mars 1999, les agences de publipostage pourront modifier le texte afin de mieux cibler leur clientèle individuelle. La nouvelle définition de Média poste se lit comme suit:

«Articles admis qui comportent un message uniforme et qui

• servent à promouvoir la vente ou l'utilisation de produits ou services;

• présentent le rendement financier d'une organisation, principalement à des fins publicitaires;

• ont pour objectif de solliciter des dons ou des contributions. »



SOURCE:

Wilson, Jane. *Le courrier recommandé au goût du jour*, dans Performance, vol 13 no 6, novembre 1998, page 35.

Schwinghamer, Karyn. *Mieux cibler les clients pour mieux les servir*, dans Performance, vol 13 no 6, novembre 1998, page 34.

(suite de la page 20)

En tant que philatélistes, nous ne pouvons que louer les efforts du MCP, et soutenir notre seul et unique musée consacré à notre passe-temps favori. Si vous ne l'avez pas encore visité, vous savez ce qu'il vous reste à faire!

Pour obtenir des informations au sujet du Musée canadien de la poste, écrivez à:

Musée canadien de la poste
Musée canadien des civilisations

100, rue Laurier
C.P. 3100, succ. B
Hull (Québec) J8X 4H2
Tél. (819) 776-7003

CONFÉRENCE SUR
L'HISTOIRE POSTALE
DU QUÉBEC ET
DE LA CÔTE DE BEAUPRÉ

Le quatrième mercredi de mars, soit le 24, Jacques Poitras, président de la Société d'histoire postale du Québec, présentera une conférence devant la Société historique de la Côte de Beaufort, au Centre d'interprétation de la Côte de Beaufort, 7007 avenue Royale, Château Richer.

Jacques fera un survol d'histoire postale du Québec, plus particulièrement pour la période d'avant la Confédération et fera ressortir les éléments d'intérêt pour la région de la Côte de Beaufort.