



Académie
québécoise d'études
philatéliques (AQEP)

Amicale des
philatélistes de
l'Outaouais (APO)

Philatélie française moderne

Alain Bossard

isabelle.alain@sympatico.ca

Les Marianne de Luquet autocollantes à 1,11 et 1,90 euro personnalisées avec un logo privé

Les timbres au type Marianne de Luquet à 1,11 et 1,90 euro autocollants tiennent une place à part dans les catalogues modernes. Depuis leur émission en 2004, ils ont fait l'objet de bien des controverses avant de se voir attribuer tout le respect qui leur est dû en tant que timbres à part entière mis en vente de manière régulière. Leur création et la manière avec laquelle ils sont arrivés entre les mains des philatélistes en ont fait des pièces recherchées. Le timbre à 1,90 euro est tout simplement un des timbres de France les plus rares, toutes périodes confondues, avec un tirage total estimé actuellement autour de 450 timbres.

Pour comprendre leur histoire, il faut revenir au 1^{er} juin 2003, jour où les tarifs postaux ont subi une augmentation, faisant passer respectivement les tarifs des lettres du service intérieur des 1^{er}, 2^e, 3^e et 4^e échelons à 0,50, 0,75, 1,11 et 1,90 euro.

Pour satisfaire aux nouveaux tarifs, des timbres au type alors en circulation, la Marianne de Luquet aussi appelée Marianne du 14 juillet, ont été mis en service le 2 juin 2003, timbres gommés émis en feuilles de 100 timbres datées. Pour le nouveau tarif à 0,50 euro, le TVP rouge (timbre à valeur permanente) alors en circulation depuis 2001 (YT 3417) a continué d'être utilisé, seul son prix de vente au guichet changeait.



TVP rouge mis en service depuis le 1^{er} août 2001

Pour les 3 autres tarifs susmentionnés, des timbres à 0,75 euro bleu ciel (YT 3572), à 1,11 euro rose (YT 3574) et à 1,90 euro prune (YT 3575) ont été mis en circulation.



Les 3 timbres mis en service le 2 juin 2003

Le timbre TVP rouge était également disponible depuis 2001 en version autocollant, en carnet de 10 ou 20 timbres.



Carnet de 10 TVP rouge autocollants mis en service le 1^{er} août 2001

En juin 2003, lors du 76^e Congrès de la Fédération française des associations philatéliques (FFAP) tenu à Mulhouse, La Poste a inauguré un nouveau service de commande de timbres pouvant être imprimés sur place attenant à un logo personnalisé. Le TVP rouge était disponible sous cette nouvelle forme en feuillet de 15 timbres avec logo privé.



Extrait du catalogue numéro 83 (juillet-août 2003) de la maison Phila 2000 annonçant la mise en vente du TVP rouge avec logo privé.

Il a été ultérieurement possible en 2003 de commander sur le site Internet de La Poste le TVP rouge imprimé avec un logo personnalisé, toujours en feuillet de 15 timbres. La Poste a aussi vendu de tels feuillets avec ses deux logos officiels.



Les deux logos officiels de La Poste

Fin 2003, La Poste a ensuite mis en vente sur son site Internet officiellement réservé aux entreprises, mais dans les faits accessibles à tous, deux versions de ce TVP en format autocollant attenant à un logo personnalisable, soit avec un logo petit format en feuille de 50 timbres soit avec un logo grand format en feuille de 30 timbres. Ces timbres n'étaient encore une fois disponibles que sur le site Internet de La Poste. Ces deux timbres sont les premiers timbres autocollants pouvant être commandés avec un logo personnalisé.



Extrait du catalogue numéro 85 (novembre-décembre 2003) de la maison Phila 2000 annonçant la mise en vente du TVP autocollant avec logo privé

Au printemps 2004, une nouvelle version du TVP rouge autocollant avec logo a été proposée au public, sous forme de roulette sur support jaune au lieu de blanc.



Extrait du catalogue numéro 89 (juin-juillet 2004) de la maison Phila 2000 annonçant la mise en vente de la nouvelle version du TVP rouge autocollant personnalisé

Ces timbres étaient une nouvelle fois officiellement destinés aux entreprises. Le format de vente, en roulette de 10 000 timbres, a fait qu'une seule commande a été passée, celle de la CNEP (Chambre syndicale des Négociants et Experts en Philatélie). Le timbre grand

format était accompagné du logo « Le Timbre-Poste Tremplin de la Culture », et celui petit format du logo « Notre Passion La Philatélie ».

Durant l'été 2004, La Poste a mis en vente sur son site Internet réservé aux entreprises deux nouveaux timbres autocollants personnalisables, le 0,75 euro bleu ciel et le 1,11 euro rose, correspondant aux tarifs des lettres du 2^e et du 3^e échelon du service intérieur. Ces timbres étaient proposés dans un seul format, avec logo grand format, et en feuille de 30 timbres.



Les deux timbres autocollants avec logo personnalisé mis en service durant l'été 2004

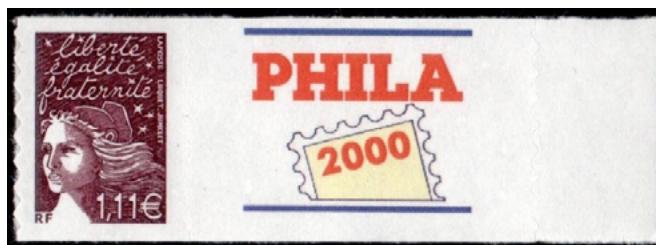
Ces deux timbres sont restés disponibles sur le site réservé aux entreprises jusqu'au début de l'année 2005. De nombreuses commandes ont été passées, surtout par des associations philatéliques et des entreprises.

Le lancement de ces deux nouvelles valeurs a toutefois été marqué par un problème. Les timbres à 1,11 euro qui auraient dû être de couleur rose ont d'abord été imprimés par erreur dans la couleur prune du 1,90 euro. L'erreur a été vite rectifiée et le timbre à 1,11 euro a été ensuite imprimé en rose.

Le Luquet autocollant à 1,11 euro prune

Le timbre de la série courante à 1,11 euro était imprimé en rose. Le timbre autocollant à cette valeur devait donc aussi être imprimé dans cette couleur. Lors de l'impression des premiers timbres autocollants à 1,11 euro, une erreur a été faite. Les timbres ont d'abord été imprimés dans la couleur prune, celle du timbre à 1,90 euro.

Les premiers clients ayant commandé des feuilles de timbres autocollants à 1,11 euro ont donc reçu des timbres à 1,11 euro de couleur prune.



Cette erreur a rapidement été détectée et rectifiée au niveau de La Poste, mais quelques commandes avaient déjà été expédiées aux clients. L'entreprise Phila 2000 ne sachant probablement pas si le 1,11 euro avait été imprimé en prune volontairement avait décidé de mettre ce timbre en vente avec celui à 0,75 euro bleu ciel. Avertie de cette erreur, elle a

vite suspendu cette vente, mais bon nombre de ces timbres étaient déjà partis chez ses clients, à l'état neuf, ou utilisés sur du courrier.



Extrait du catalogue numéro 90 (septembre-octobre 2004) de la maison Phila 2000 montrant l'annulation de la vente prévue du timbre à 1,11 euro prune.

Pour soi-disant éviter toute spéculation sur ce timbre au tirage très limité et, probablement, utiliser un stock de feuilles à 1,11 euro prune, La Poste a décidé de mettre en vente des feuilles de timbres à 1,11 euro prune attenant à ses propres logos officiels.



Timbres à 1,11 euro prune avec les deux logos officiels de La Poste

Ceci n'a bien sûr en rien arrêté la recherche de ce timbre avec logo privé et sa valeur est vite passée de quelques euros à plus d'une centaine. Aujourd'hui, il est coté 300 euros dans le dernier catalogue d'Yvert et Tellier.

Seuls quelques clients ayant commandé le timbre à 1,11 euro avec logo personnalisé ont reçu ce timbre imprimé dans la mauvaise couleur. Jusqu'à récemment on en connaissait quatre.



*Timbre commandé par la CNEP (Chambre syndicale des négociants et experts en philatélie),
17 feuilles commandées, soit 510 timbres*



*Timbre commandé par l'entreprise philatélique Phila 2000 (passage des Panoramas à Paris),
18 feuilles commandées, soit 540 timbres*

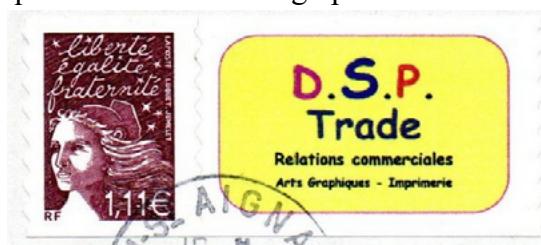


*Timbre commandé par l'entreprise Quadri Concept (figurines en étain),
1 feuille commandée, soit 30 timbres*



*Timbre commandé par l'entreprise Infogest,
5 feuilles commandées, soit 150 timbres*

Très récemment, un cinquième timbre avec logo privé a fait son apparition.



*Timbre commandé par l'entreprise D.S.P. Trade, nombre de feuilles commandées inconnu,
ce timbre a été utilisé sur une enveloppe postée le 25 novembre 2004*

Le nombre total de timbres à 1,11 prune avec logo privé est donc de 1230, plus ceux de DSP. Bon nombre de ces timbres ont servi sur le courrier, en particulier ceux de Phila 2000 et de la CNEP. Il est possible que d'autres timbres avec logo privé puissent apparaître sur le marché.

Le timbre Marianne de Luquet autocollant avec logo privé à 1,11 euro prune est toujours très recherché par les philatélistes. Étant donné son tirage, c'est un des timbres de France parmi les plus rares. Bien que ce timbre résulte d'une erreur d'impression, ce timbre n'est pas un non émis comme l'avaient initialement mentionné la plupart des catalogues. Il a été commandé, livré et utilisé de la manière la plus officielle. Il aurait mérité de se voir attribuer un numéro à part entière dans les catalogues.

Le Luquet autocollant à 1,90 prune

Ce timbre a suscité bien des questionnements depuis son apparition sur le marché et, comme dans le cas de celui à 1,11 euro prune, bien des inexactitudes ont été rapportées à son sujet dans les catalogues pendant de trop nombreuses années.

À l'été 2004, comme nous l'avons mentionné plus haut, La Poste a mis en vente sur son site Internet réservé aux entreprises deux timbres autocollants au type Luquet, le 0,75 euro bleu ciel et le 1,11 euro rose. Ils étaient disponibles uniquement en feuille de 30 timbres, chacun attenant à un logo privé fourni par le client. Ces deux timbres n'ont été émis que sous cette forme.

Jusqu'au début de l'année 2005, ces deux timbres ont fait l'objet de nombreuses commandes tant d'associations philatéliques et que d'entreprises commerciales. Ces deux timbres servaient respectivement à l'affranchissement des lettres du 2^e et du 3^e échelon du service intérieur. Le timbre à 1,90 euro utilisé pour l'affranchissement des lettres du 4^e échelon du service intérieur n'a semble-t-il pas fait, dans un premier temps, l'objet d'une émission similaire. Il se pourrait bien que son émission ait été retardée en raison de ce qui s'était passé avec l'impression du timbre à 1,11 euro qui devait être imprimé en rose, mais qui avait été imprimé par erreur dans la couleur prune du 1,90 euro.

La date de mise en service du 1,90 euro prune autocollant n'est pas connue, mais il semble qu'elle soit assez tardive par rapport à celle des deux autres timbres à 0,75 et 1,11 euro, probablement à la fin de 2004. Il est aussi des plus probables que la mise en service de ce timbre n'ait pas fait l'objet d'une annonce très publicisée par La Poste et que la quasi-totalité des clients habituels de ce type de timbre en ait ignoré l'existence. Il est aussi plus que probable que ce timbre ait été retiré de la vente assez rapidement, les tarifs postaux changeant dès le 1^{er} mars 2005 et le tarif à 1,90 euro disparaissant et étant remplacé par le

tarif à 1,98 euro. Quand le public a eu connaissance de l'émission et de la vente du timbre à 1,90 euro, il déjà était trop tard pour pouvoir en commander.

Il est surprenant de constater que la plupart des grandes maisons commandant à cette époque ce type de timbre pour leurs clients n'en ont pas commandé, alors qu'elles ont pour la plupart commandé les timbres 0,75 et 1,11 euro. Ces timbres étaient commandés avant tout pour être revendus à des philatélistes et peu ont servi à affranchir du courrier. C'est le cas, entre autres, d'Yvert et Tellier, de la SOCOCODAMI (Société des collectionneurs de coins datés et millésimes), de Phila 2000, de la CNEP et même du Cercle des amis de Marianne, une association spécialisée dans l'étude des timbres d'usage courant. Toutes ces associations ou entreprises ont proposé à leurs clients des timbres à 0,50 (TVP), 0,75 et 1,11 euro personnalisés avec leur logo, mais pas celui à 1,90 euro.



Timbres à 0,75 et 1,11 euro commandés par Yvert et Tellier, pas de commande du timbre à 1,90 euro



Timbres à 0,75 et 1,11 euro commandés par la SOCOCODAMI, pas de commande du timbre à 1,90 euro



Timbres à 0,75 et 1,11 euro commandés par Phila 2000, pas de commande du timbre à 1,90 euro



Timbres à 0,75 et 1,11 euro commandés par la CNEP, pas de commande du timbre à 1,90 euro



Timbres à 0,75 et 1,11 euro commandés par le CAM, pas de commande du timbre à 1,90 euro

Avant que les conditions de l'émission de ce timbre ne soient éclaircies, ce timbre était rapporté dans les catalogues, quand il l'était, en tant qu'erreur, non émis ou comme tirage d'essai (catalogue Maury 2013/2014, page 725). Le catalogue Yvert et Tellier de 2013 (page 856) mentionne à ce sujet que le timbre à 1,11 euro existe avec logo privé et également avec faciale à 1,90 euro. Dans l'édition de 2016 (page 1025), un numéro lui a été attribué (YT 3729Ca), mais avec la mention que ce timbre a été imprimé par erreur. Ce n'est plus le cas dans les dernières éditions de ce catalogue.

Jusqu'à récemment, tous les catalogues rapportaient l'existence de deux commandes passées pour ce timbre, toutes les deux provenant d'associations philatéliques importantes.

Logo Astrophilatélie



*Timbre autocollant à 1,90 euro avec logo Astrophilatélie,
10 feuilles commandées, soit 300 timbres*

Cette commande a été passée par l'association philatélique Astrophil (Association philatélique du CE SNECMA Moteurs Bordeaux), une association créée en 1979 qui est aujourd'hui liée au CSE ArianeGroup Le Haillan. Cette association a fait une commande groupée à La Poste en janvier 2005. La commande était pour 3000 timbres TVP à 0,50 euro rouge (100 feuilles) et 300 timbres à 0,75 euro bleu ciel, 1,11 euro rose et 1,90 euro prune (10 feuilles de chaque valeur). Comme on peut le voir sur la figure ci-dessus, il semble que ceux à 1,90 euro aient été imprimés le 9 février 2005. Ils ont été livrés à Astrophil à la mi-février. L'existence de ce timbre a été clairement annoncée dans le Bulletin d'informations n° 2 d'Astrophil de novembre-décembre 2007¹. Il est clairement indiqué que ces timbres

¹ « En février 2005, notre association avait fait réaliser une série de 4 timbres autocollants personnalisés : TVP Valeur 0,54 rouge - 0,75 bleu - 1,11 parme et 1,90 brun. Ces timbres destinés à l'affranchissement de nos courriers et colis ont été proposés à tous nos adhérents dans le compte rendu de l'AG. Les derniers exemplaires ont été vendus lors du 33e Congrès Philatélique Aquitaine en 2006 (extrait du Bulletin informations n° 2 d'Astrophil disponible à l'adresse suivante : <http://www.astrophil-philatelie.fr/wp-content/uploads/2018/04/Bulletin-02.pdf>) ».

étaient destinés à l'affranchissement des lettres et des colis de l'association, mais qu'ils ont aussi été proposés aux adhérents. D'après les renseignements que j'ai pu obtenir auprès de cette association (courriels échangés en janvier 2021 avec Luc Delmon, trésorier de l'association), la grande majorité des timbres à 1,90 euro prune a été utilisée au premier semestre de 2006 pour l'affranchissement du courrier de l'association relatif à la préparation d'un congrès régional qu'Astrophil organisait pour la FFAP (Fédération française des Associations Philatéliques). Ces timbres avaient aussi été proposés à tous les adhérents de cette association dans le compte rendu de leur assemblée générale de 2005, et les timbres encore disponibles après l'affranchissement du courrier ont été vendus lors du 33^e congrès du Groupement philatélique d'Aquitaine tenu en 2006.



Pour le timbre à 1,90 euro, il est estimé qu'Astrophil a utilisé de 80 à 90 % de ces timbres sur son courrier et que seulement 10-20 % ont été vendus à des philatélistes. La plupart de ceux-ci sont probablement restés à l'état neuf.

Logo Philapostel



*Timbre autocollant à 1,90 euro avec logo Philapostel,
3 feuilles commandées, soit 90 timbres*

Cette commande a été passée par l'association philatélique Philapostel (Association des collectionneurs de La Poste et d'Orange, anciennement les PTT), une association créée en 1952 regroupant des philatélistes, des cartophiles, des numismates et d'autres collectionneurs de toutes les régions de France. Le secrétariat national de cette association a proposé à ses adhérents de toutes les régions de France l'achat de timbres autocollants avec logo personnalisé. Les demandes d'achat par les adhérents ont été très limitées et

seulement 3 feuilles de timbres à 1,90 euro ont été commandées, soit 90 timbres. Ces timbres ayant été achetés pour des collectionneurs, il est probable que la plupart de ces timbres sont toujours dans leurs collections et qu'ils sont restés à l'état neuf.

Outre les deux timbres avec logo Astrophil et Philapostel, connus des philatélistes depuis 2007, deux autres timbres ont fait leur apparition sur le marché, ceux avec les logos Salon de Provence et Mariage au Carrousel.

Logo Salon de Provence



*Timbre autocollant à 1,90 euro avec logo Salon de Provence,
1 feuille commandée, soit 30 timbres*

Ce timbre n'est apparu sur le marché que très récemment. La commande a été faite par l'Amicale philatélique Nostradamus, une association créée en 1959 et basée à Salon de Provence dans les Bouches-du-Rhône. Une commande groupée des timbres à 0,50, 0,75, 1,11 et 1,90 euro a été faite par cette Amicale. Une seule feuille de 30 timbres à 1,90 euro a été commandée. Comme dans le cas de Philapostel, ces timbres ont été proposés aux adhérents de l'Amicale et sont donc pour la plupart probablement restés à l'état neuf et toujours dans les collections de ceux les ayant commandés.

Logo Mariage au Carrousel



Ce timbre n'a jamais été signalé dans aucun catalogue. Je ne possède aucun renseignement sur ce timbre en dehors de l'image ci-dessus que j'ai téléchargée depuis le site Delcampe. Ce timbre se présente sur un fragment d'enveloppe de l'entreprise Mariage au Carrousel. Il a été mis en vente sur le site Delcampe en avril 2013 et acquis pour 6,10 euros ! Cette entreprise d'organisation de salons professionnels créée en 2000 a cessé ses activités en 2017. Le nombre de feuilles commandées est inconnu, tout comme le devenir de ces timbres.

Pour l'instant, voici donc les nombres approximatifs de timbres autocollants au type Luquet à 1,90 euro prune.

Logo privé attenant	Neuf	Oblitéré
Astrophil	30-60*	240-270
Philapostel	90	
Salon de Provence	30	
Mariage au Carrousel	?	?

*Renseignements obtenus auprès de Luc Delmon, trésorier d'Astrophil.

Il est possible que des timbres avec les logos Philapostel et Salon de Provence aient été utilisés pour affranchir du courrier.

Ce sont donc probablement un total de 450 à 500 timbres-poste au type Luquet autocollants à 1,90 euro prune qui ont été imprimés. Tous ces timbres ont été imprimés attenants à un logo privé et n'existent que sous ce format. La plupart de ceux avec le logo Astrophil ayant été utilisés sur le courrier, il est probable que le nombre total de ces timbres restés à l'état neuf est de l'ordre de 150-180. Il est également possible que d'autres timbres avec de nouveaux logos privés fassent leur apparition.

Ce timbre a longtemps été ignoré des catalogues. Dans le catalogue Maury, Cérès et Dallay de 2009 pour la France, il est mentionné en tant que tirage d'essai non émis, dans celui de 2014 il est toujours mentionné ainsi. Dans son catalogue de France de 2013, Yvert et Tellier

indique toujours que ce timbre est une erreur. L'erreur c'était le 1,11 euro imprimé en prune, la couleur du 1,90 euro, et cette erreur a été livrée à plusieurs clients avant que sa production ne soit arrêtée. Ce n'est donc pas non plus un non émis.

Dès 2007, l'association Astrophil signalait pourtant dans son Bulletin d'informations n° 2 l'existence du timbre autocollant à 1,90 euro prune acquis de la manière la plus officielle auprès de La Poste et utilisé pour affranchir son courrier. Il est aujourd'hui reconnu à part entière dans les catalogues, il porte dans le catalogue Yvert et Tellier le numéro 3729Ca, et non plus comme un non émis ou un essai comme cela avait été le cas initialement et pendant bien trop longtemps.

2004 Type Marianne du 14 Juillet. Type du T.-P. de 2003. Grande vignette "Cérès" ou "T.P.P.". Autoadhésif. Deux bandes phosphorescentes. Dentelés Prédécoupe verticale en ligne ondulée. Emis en feuille de 30 timbres.



3729C 1,11 € brun-prune (3574) 8 » 6 »

3729CC 1,11 € personnalisé 300 » 300 »

Ce tirage a été fait par erreur. (tirage 1150)



3729CA 1,90 € brun-prune 1750 » » »

Il existe 300 timbres avec logo Astrophilatélie

et 90 timbres avec logo Philapostel. 2 300 »

Extrait du dernier catalogue Yvert et Tellier 2024 pour la France (page 810).

Le timbre à 1,11 euro est bien signalé émis par erreur et non plus comme non émis.

Le timbre à 1,90 euro n'est plus annoncé comme émis par erreur ni comme tirage d'essai.