



PHIL@POSTE

Monsieur Eric JUILLARD
166 Allée de la Pointe Genète
91190 GIF-SUR-YVETTE

N/Réf : Cabinet de la Directrice

Gentilly, le

03 SEP 2013

Monsieur,

Par votre courrier du 25 juillet dernier, vous avez fait part à M. Jean-Paul BAILLY, Président Directeur Général du Groupe La Poste, de vos remarques et de votre désaccord concernant la conception du nouveau timbre d'usage courant, la Marianne.

Le Président du Groupe La Poste m'a demandé de vous apporter les explications suivantes.

Depuis le début de la Vème République, il est de tradition que le timbre d'usage courant – la Marianne – soit choisi par le président de la République.

Le Président François HOLLANDE a souhaité que le thème de la jeunesse, qui est l'une des priorités de son quinquennat, illustre le nouveau timbre « Marianne ». Pour représenter ce thème, La Poste a organisé un concours d'artistes de décembre 2012 à janvier 2013. Les artistes appelés à concourir ont alors présenté leurs projets artistiques complétés d'une note d'intention explicitant leurs partis pris créatifs. Les différents projets présentés par les artistes ont alors fait l'objet d'une consultation auprès de 30 classes de lycéens, pour permettre à la jeunesse de notre pays d'exercer leur regard critique sur les créations de ces artistes.

A l'issue de cette consultation auprès des lycéens de toutes les académies, qui s'est terminée en mars dernier, les trois projets qui ont remporté le plus de suffrages de la part des lycéens, ont été soumis à l'appréciation du président de la République.

Le projet de MM. CIAPPA et KAWENA, dont la note d'intention artistique ne fait aucunement référence à des personnes ou à des mouvements engagés, est arrivé largement en tête des suffrages des lycéens. Lors de leur choix, qui s'est effectué principalement sur la qualité des projets artistiques des auteurs, les lycéens se sont donc appuyés sur les illustrations et la représentation symbolique créées par les artistes, qui ont expliqué, dans leur note d'intention artistique, les principes de leur création : « *Nous avons voulu lui donner un côté international et intemporel, en mélangeant les mains réalistes et gracieuses, spécifiques à la Renaissance, les yeux qui sont un mélange du réalisme de la bande dessinée française d'aujourd'hui, du manga asiatique des années 80 et de l'animation américaine des années 50* ».

.../...



PHIL@POSTE

Toutes les déclarations relatives aux sources d'inspiration des auteurs, et faisant notamment référence au tableau d'E. DELACROIX (la liberté guidant le peuple) ou encore à des œuvres de Walt Disney ou à des personnalités vivantes de tout horizon, sont tenues en dehors de tout contexte de choix du timbre Marianne et ne peuvent donc engager que leurs auteurs.

De ce fait, l'article 7.1 des conditions générales de vente d'IDtimbre Prestige qui précise que le client s'engage à ce que le visuel : *« n'inclut pas de message représentant une action revendicatrice, militante. L'image de La Poste étant associée au timbre-poste, le visuel ne doit ainsi pas comporter sous quelque forme que ce soit (ex : textes, photos, illustrations), de message politique explicite péjoratif et contestataire »* ne s'applique pas au contexte qui a prévalu au choix du timbre d'usage courant - la Marianne.

Je vous prie de croire, Monsieur, à l'assurance de ma considération distinguée.

La Directrice

Christèle FONTAINE