

CP JDT
77

SOCIETE BELGE DE L'ENTIER POSTAL

Les Cartes postales de Belgique avec publicité dites :

PUBLIBEL

1933 - 1977

En 1933, le Comité central d'Assistance et de Prêts, organisme créé en faveur des Employés Chômeurs fit faire des démarches auprès du Ministre des PTT pour en obtenir le privilège d'éditer des cartes postales, officielles, avec publicité qui devait occuper le quart inférieur gauche du RECTO de la carte. Le bénéfice de cette publicité devait aller à la Caisse des Employés chômeurs.

Les solliciteurs invoquaient, à l'appui de leur demande, des précédents qui avaient été créés au profit de la Croix-Rouge et de la Ligue Nationale contre la Tuberculose, sur cartes de 1922 - 1924 et 1935, cartes devenues assez rares, mais qui sont bien connues par tous les collectionneurs d'Entiers postaux.

- Le ministre de l'époque, - M. POULLET - par décision du 12 mars 1933, donna satisfaction aux intéressés et, le Philatéliste belge du 30 septembre 1933 publia la note suivante : "En exécution d'une déclaration ministérielle il a été émis dernièrement une série de 20.000.000 de cartes postales avec réclames.
- Pour réaliser le projet on décida de recourir à une soumission publique et ce fut M. FERTOMMEN, déjà concessionnaire des Pulis en Carnets, promoteur et grand organisateur des Timbres antituberculeux, qui fut déclaré adjudicataire.
- La poste, dans le but de réunir une bonne documentation, contacta Monsieur FERTOMMEN qui répondit avec empressement aux diverses questions qui lui furent posées.
- Voici tantôt 45 ans que ces cartes furent émises et il semble que leur succès n'est pas près de s'épuiser; d'abord ce furent les employés chômeurs qui bénéficièrent des profits réalisés et plus tard, les oeuvres sociales de la Poste en retirèrent des ressources appréciables.
- Dans quelles conditions ces cartes ont-elles été émises ?
Il n'y eut pas, à proprement parler, de cahier des charges ni de règlement, mais, comme pour les cachets d'oblitération de propagande et de publicité, il existe un ensemble de directives traditionnelles et jurisprudentielles, qui sont de bon sens et qui s'imposent.

- C'est ainsi qu'il ne pourrait être question de faire servir ces émissions à des fins politiques; il faut éviter également, par exemple, que l'acquéreur d'une carte avec publicité soit choqué par certains textes dans sa sensibilité ou sa pudeur; telles certaines annonces médicamenteuses où une certaine prudence s'impose et, lorsque cet écueil semble se présenter, le concessionnaire a bien soin de soumettre la question en haut lieu, de façon à se mettre à l'abri de ce parapluie contre une bourrasque redoutable.
- Il y a aussi la question des langues qui joue un certain rôle en la matière. Dans les régions du Nord de la Belgique les cartes doivent avoir des textes flamands, en Wallonie au contraire des textes français et à Bruxelles des textes bilingues et en fait c'est l'annonceur qui désigne, lui-même, d'après l'intérêt de sa propagande quels sont les bureaux de poste qui doivent délivrer à leurs guichets SES cartes réclames.
- Il y a eu des cartes de petits et de grands formats. Pourquoi ?
- Au début l'adjonction d'un texte publicitaire avait réduit la place mise à la disposition de la correspondance, ce qui avait soulevé certaines protestations. De là l'adoption d'un format plus important. Cependant, au cours des périodes difficiles que notre pays a traversées, la raréfaction du papier a imposé le petit format pendant certaine période actuellement largement dépassée.
- Cette question des formats nous amène à aborder le problème technique de la production de la carte Publibel. L'impression en est assurée par des firmes d'Édition privées et non par l'Atelier du Timbre de Malines qui se borne à fournir la matière première : le carton.
- L'impression se fait en typographie, en héliogravure, ou, et c'est le cas le plus fréquent, en deux couleurs Offset; trois ou quatre couleurs peuvent être obtenues, mais cela nécessite des tirages supplémentaires et une augmentation de tarif en conséquence. On doit éviter d'ailleurs la superposition des couleurs des procédés polychromes car, étant donné la composition et la texture des cartons, très lisses et peu perméables, de la carte postale ces procédés sont contre-indiqués et ne donneraient que des résultats défectueux.
- C'est donc l'Atelier du Timbre qui fournit à l'éditeur le carton nécessaire à l'impression. Supposons pour une émission - devant satisfaire divers clients - de 1.000.000 de cartes grand format, ou de 1.444.000 cartes du petit format. L'atelier du Timbre livre 20.000 feuilles de carton, soigneusement comptées car il ne faut pas que des feuilles s'égarerent, par conséquent un contrôle sévère est exercé.
- Sur chacune de ces feuilles on imprimera donc ou 50 cartes grand format ou 72 cartes petit format. Le concessionnaire doit s'arranger et tirer son plan pour fournir les clichés nécessaires - 50 ou 72 - de façon qu'il n'y ait pas de carton perdu. Il lui faut en conséquence répartir le million ou les 1.444.000 cartes postales entre ses différents clients suivant les tirages commandés.

- Un client, par exemple doit avoir un tirage de 200.000, son dessin publicitaire devra donc être reporté 10 fois; un autre en a commandé 80.000, c'est quatre vignettes à reporter et ainsi de suite jusqu'à épuisement des 50 ou 72 emplacements.
- Pour atteindre ce but et éviter en même temps un nombre excessif de tirages qu'imposerait la fantaisie des clients, exigeant tous des couleurs différentes, il fallait que le concessionnaire fasse adopter par tous ses clients deux couleurs d'impressions les mêmes pour tous. Il devait donc y mettre toute son habileté manoeuvrière et toute sa diplomatie persuasive pour atteindre ce but très important pour lui. Son action est puissamment appuyée par l'intervention de ses dessinateurs qui possèdent du reste un réel talent. Ils ignorent, et pour cause, toutes les couleurs en dehors des deux seules choisies et s'ingénient à tirer de ces deux nuances adoptées l'effet le plus heureux pour tous et chacun des clients. Le dessin proposé plaît généralement d'emblée et le cap des difficultés est doublé.
- Il est à remarquer que toute cette organisation, tous ces résultats ne sont possibles qu'avec l'initiative privée. L'action personnelle du concessionnaire est décisive en la matière. Il a une action directe sur l'imprimeur privé et en obtient ce que jamais il n'obtiendrait d'une imprimerie gouvernementale.
- Et voici le bout de la filière. Lorsque l'impression des vignettes publicitaires est terminée, les 20.000 feuilles retournent à Malines et font l'objet d'une surveillance très stricte : recomptage des feuilles de carton, recontrôle sévère. Suit enfin l'impression sur les presses officielles du timbre et des inscriptions normales.
- Les feuilles définitivement imprimées passent au découpage à l'Atelier, puis à l'emballage et les liasses sont envoyées aux bureaux postaux auxquels ils sont destinés avec cette recommandation imprimée sur la bande d'envoi "A vendre en premier lieu".
- Il est à remarquer que par suite des multiples changements de tarifs imposés au cours des années, nombre de ces cartes furent surchargées pour en modifier la valeur du timbre. Ces modifications, très nombreuses, furent appliquées soit typographiquement, soit au moyen des timbreuses électriques se trouvant dans les perceptions importantes.
- Ces cartes ainsi modifiées présentent une notable plus value par rapport aux cartes normales.

La collection des cartes publicitaires belges sont une des particularités de la collection des Entiers Postaux.

De nombreux pays ont utilisé le procédé à des fins similaires, mais en Belgique ce genre de collection représente actuellement plusieurs milliers de pièces et dès lors des "SPECIALISTES" les ont groupées par genre, à savoir : publicité touristique officielle faite par des offices de tourisme régionaux,

Exemple : Grottes de Han, Blankenberghe, Binche, Bruges, Le Cocq-De Haan, Duinbergen, Albert plage, Huy, Mariemont, etc..

Par ailleurs ces réclames diverses et multiples ont trouvé leur place dans les collections thématiques au point que certaines, communes autrefois, sont introuvables actuellement.

Du point de vue strictement artistique il en est de très jolies, par contre il en est parmi elles qui sont quelconques et mêmes détestables. Il y en a donc pour tous les goûts.

R. MARLER
Secrétaire de la Société
belge de l'Entier Postal.

Bibliographie

- 1) Notes de Monsieur BRUCK (archives)
- 2) Catalogue de la Soc. Belge de l'Entier Postal. Ed. 1949 et 1969.
- 3) Documents de l'auteur.

Complément au texte relatif aux cartes publibel

Un siècle de publicité avec les cartes postales de Belgique.

C'est en 1873 que nous voyons apparaître un ou des textes publicitaires sur la carte n° 3.

A) Emission de la "Carte correspondance annonces" sans mention du prix de vente ; six textes sont connus à ce jour :

- 1) Bartier ; 2) Delabarre ; 3) Gécele ; 4) Vanleynseele ; 5) Vandeputte
- 6) Violet (carte exposée)

En 1912, sur la carte n° 42, GRATIS, Emission Van Godtsenhoven

Vu : 2e série, 9e émission (carte exposée)

En 1923, Emissions de la Gen. International Trading Co.

Vendue 10 c. au profit de la Croix-Rouge ; avec ou sans numéro de série :

15 c lilas, carte n° 66

- | | |
|--------------------------------------|--|
| a) Cie Belge d'Assurance | g) série A. 55: A l'Innovation |
| b) Série A : pneu Russel | h) série A 56 : Société Générale |
| c) Série A. 51: pâtisserie Tavernier | i) série A 58 : Assurances Générales |
| d) Série A. 52 : Au Bon Marché | j) série A 59 : Bque Belg. pour l'Etranger |
| e) Série A. 53 : Banque d'Outremer | k) série A. 61 : Royale Belge |
| f) Série A. 54 : Cigarettes Enfi | l) série A. 62 : A l'Innovation |

15 c lilas, carte n° 68 ; série A. 64 : Au Bon Marché

En 1924 carte n° 68 vendue 10 c. au profit de la Ligue contre la tuberculose

15 c lilas a) Michelin ; b) Crédit général Liégeois ; c) Oméga
carte n° 70 vendue 15 c au profit de la même oeuvre en 1926; 15 et 5 c lilas :

a) Crédit Général Liégeois

En 1938, carte n° 117 vendue 30 c au profit de la même ligue

35 c vert : Réclame Méa (très rare : exposée)

Par ailleurs des firmes privées imprimèrent sur les cartes postales officielles des En-Têtes, avec ou sans vignettes se rapportant à leur commerce et nous avons rencontré :

- A) la firme V. Gevaert, Rue digue de Brabant 36 à Gand "Fabrique de pianos, orgues-harmoniums, Editeur et M de Musique" avec au recto 1 piano et 1 harmonium, impressions en brun foncé sur carte n° 3, oblitérée 4 mars 1875
- B) idem, mais impressions en brun, oblitérée 4 juin 1875
- C) idem, mais sur carte n° 6, impression au verso en brun rouge, oblitérée 7 décembre 1876
- D) idem C. oblitérée 23 mars 1877
- E) idem, mais sur carte n° 9, oblitérée 26 juillet 1877
- F) idem E, oblitérée 7 juin 1878
- G) idem, oblitérée 21 octobre 1878
- H) idem, mais avec 1 piano à queue, 1 piano buffet et 1 harmonium.

Par ailleurs, nous avons rencontré la carte n° 3 oblit. le 3 mars 1875, avec en-tête sur 6 lignes de Bleton-Aubert, Bruxelles ainsi que la carte n° 6, en-tête Libraire Emile Fonteyn, Louvain oblit. du 28 février 1876, arrivée à Anvers le 29 février.

R. MARLER

Œuvre Nationale Belge de Défense contre la Tuberculose

Service de Prophylaxie Générale

LIGUE NATIONALE BELGE CONTRE LA TUBERCULOSE

Sous le Haut Patronage de LL. MM. la Reine Elisabeth et le Roi des Belges

SECTION DU BRABANT

Association sans but lucratif

15, RUE DES PRÊTRES, BRUXELLES

CARTE POSTALE OFFICIELLE PUBLICITAIRE

portant une annonce de 65 × 50 mm. dans le coin inférieur gauche du recto des cartes postales officielles. Les cartes se vendent au public au prix de

30 cent, au lieu de **35 cent**.

Les cartes éditées par nos soins sont très recherchées. Elles procurent aux usagers un avantage direct qui les font préférer à d'autres éditions similaires.

10.000 cartes de nos éditions portant votre publicité feront mieux connaître vos produits que des centaines de milliers de prospectus que le lecteur n'a pas d'intérêt à conserver. De l'expéditeur au destinataire, l'annonce sera vue et lue par plusieurs personnes que l'originalité de la présentation et de la ristourne directe intéressera. Votre but sera atteint par cette présentation.

Faites un essai. Nous garantissons que l'édition que vous aurez souscrite sera écoulée avec fruit en un temps record, dans toutes les classes de la société.

Prix de l'annonce : 1.500 fr. (quinze cents), sur une série de 10.000 cartes postales officielles.

Présentation : dimensions : largeur 65 mm. × hauteur 50 mm. Impression noire, encadrement rouge.

Un modèle de notre dernière édition est soumis sur simple demande.

Vendue **30 cent**, au profit de la
Section du Brabant, 15 r. des Prêtres
Bruxelles

CARTE POSTALE

Ligue Nationale
belge contre la
TUBERCULOSE POSTKAART

Nom
et adresse de
l'expéditeur

Naam
en adres van
den afzender

IXELL
17-
L
1 L

**BONNE MARGARINE
AU LAIT FRAIS**

ME A

Monsieur le Directeur
de l'Imprimerie "EFBE"
Rue Vanderhaegen, 32,
BRUXELLES

POUR RECEVOIR UN ÉCHANTILLON GRATUIT,
ÉCRIVEZ VOTRE ADRESSE A MEA FLEURUS

Reproduction d'une carte éditée par notre œuvre
LA DERNIÈRE



VENDU 10 CENTIMES au profit
de la Section du Brabant de la

Ligue Nationale
belge contre la
TUBERCULOSE

ÉTABLISSEMENTS PIRANDONVAL & Cie

Société Anonyme

Fabrique de Chapeaux

Gros Paille et Feutre Détail

Maison principale :

42, Rue longue de la Station

BRUXELLES

Succursales à ANVERS, LIÈGE et LOUVAIN.

BISCUITS FABRICATION NATIONALE

Sont en vente dans toutes les maisons sérieuses. Dépôts dans toutes les provinces.

LES CHAUSSURES ALBERO

Les meilleures. — Les plus souples. — Les plus solides. — Les moins chères.

Tarif des annonces

IMPRESSION AU RECTO DE LA CARTE

Surface de l'emplacement : 30 centimètres carrés. Texte noir, encadrement			
		rouge, sur 10.000 cartes postales.	frs. 1.200
		le précédent, texte 2 couleurs, rouge et noir.	1.300
id.	id.	15 centimètres carrés. Texte noir.	700
id.	id.	id. id. noir et rouge	750

IMPRESSION AU VERSO DE LA CARTE

Bande de 14 centimètres carrés, sur 10.000 cartes			650
Les deux bandes, (supérieure et inférieure)			1.250