

Dieci anni di prêt-à-poster in Francia

Come la posta francese ha rilanciato gli interi postali inventando il prêt-à-poster. Le grandi tappe e le particolarità di questo innovativo prodotto, sempre più apprezzato dai collezionisti, che festeggia i suoi dieci anni.

Traduzione di un articolo uscito su *L'Echo de la Timbrologie* n. 1788, settembre 2005, per gentile concessione, di cui *Qui Filatelia* ringrazia.

BERTRAND SINAIS

Apparsi nel 1878, alla fine del XX secolo gli interi postali sono all'agonia: rimangono ancora solo qualche cartolina commemorativa (emessa per far piacere ai filatelisti ma senza uso reale) e qualche aerogramma. Le cartoline speciali per la posta pneumatica sono scomparse dopo che il servizio è stato soppresso a Parigi il 30 marzo 1984. I saggi di cartoline e di buste postali emessi nella regione dell'Isère nel 1984 non hanno prodotto risultati.

Quando la faccenda sembrava ormai chiusa, la direzione delle poste decide improvvisamente, per rilanciare i miseri scambi epistolari, di reinventare l'intero postale sotto il nome di «prêt-à-poster», cioè «pronto da impostare», con un'evidente suggestione della formula del mondo della moda «prêt-à-porter».

Una prima busta, con un francobollo tipo «Marianna di Briat», con un fregio azzurro a «guilloche» che contornava la vignetta è distribuita come test in 14 uffici francesi. Le edizioni Farcigny prepararono anche con un *repiquage*, cioè una stampa aggiuntiva posteriore, una busta primo giorno, il 16 giugno 1994.

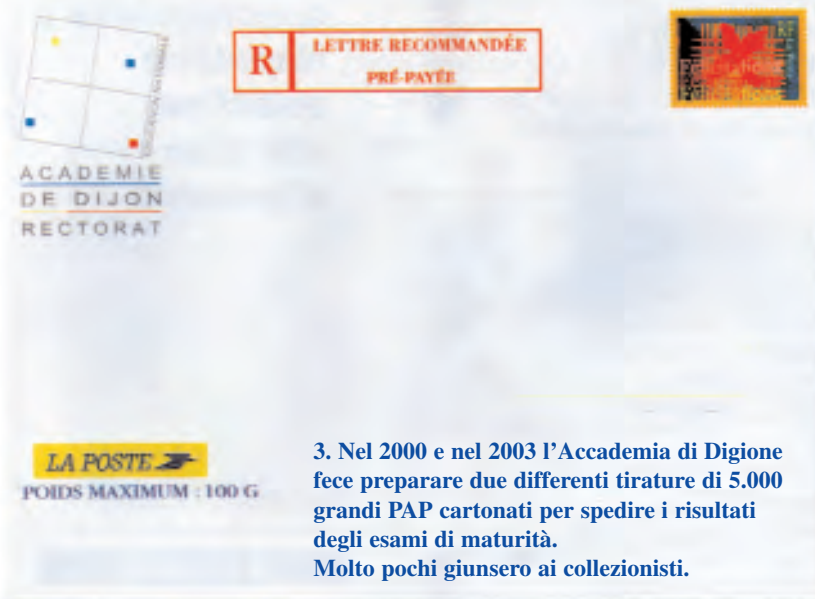
Ma si può dire che l'era dei PAP (questa è la sigla con cui sono noti) inizia veramente con la serie di sei cartoline e sei buste dedicate alle favole di La Fontaine, messe il 25 giugno 1995 a Chateau-Thierry (1). I PAP vedono una crescita esponenziale, segnata da un grande avvenimento: la coppa del mondo di calcio del 1998, quando vengono emessi diversi PAP del tipo «giocatore» oppure «pallone» ed una «maxi-carta» (2). Le celebrazioni per il nuovo millennio videro anch'esse molti PAP.



1. La serie di sei PAP per le favole di La Fontaine non è rara ma segna la nascita dei PAP.



2. Questa «maxicarta» fa parte dell'importante produzione legata alla coppa del mondo di calcio del 1998.



3. Nel 2000 e nel 2003 l'Accademia di Digione fece preparare due differenti tirature di 5.000 grandi PAP cartonati per spedire i risultati degli esami di maturità. Molto pochi giunsero ai collezionisti.

▼ 4. Una spettacolare busta con tre francobolli Marianna azzurri.



▼ 5. Il PAP “Jean Jaurès” del Consiglio generale di Tarn ha avuto due tirature diverse.



I PAP diventano concorrenziali anche ai biglietti commerciali d’auguri con i «prêt-à-souhaiter» (pronti da augurare): buone feste, buon compleanno, e così via.

Il 12 aprile 1997 appariva la “maxicartolina” “Paperino postino”, curioso prodotto che si presentava sotto forma di un intero postale con francobollo stampato da un lato e bollo illustrato dall’altro. La maxicartolina fu anch’essa uno scacco commerciale, e l’ultima apparve nel 2001.

I prêt-à-poster su misura

Così la Posta definisce le realizzazioni speciali per un’impresa, un’amministrazione, un organismo... Il cliente deve ordinarne almeno 50.000 esemplari, secondo un capitolato stabilito dalla Posta. Tutto è specificato: la carta, il formato, l’illustrazione, spesso anche la vignetta del francobollo. Ce ne sono alcuni esempi, fra cui due grandi buste cartonate dell’Accademia di Digione (3) o il centenario del Tour de France o altri.

La banca BNP Paribas fa realizzare un’appariscente busta con tre vignette di francobolli della Marianna di Luquet azzurri, di facciale differente (4).

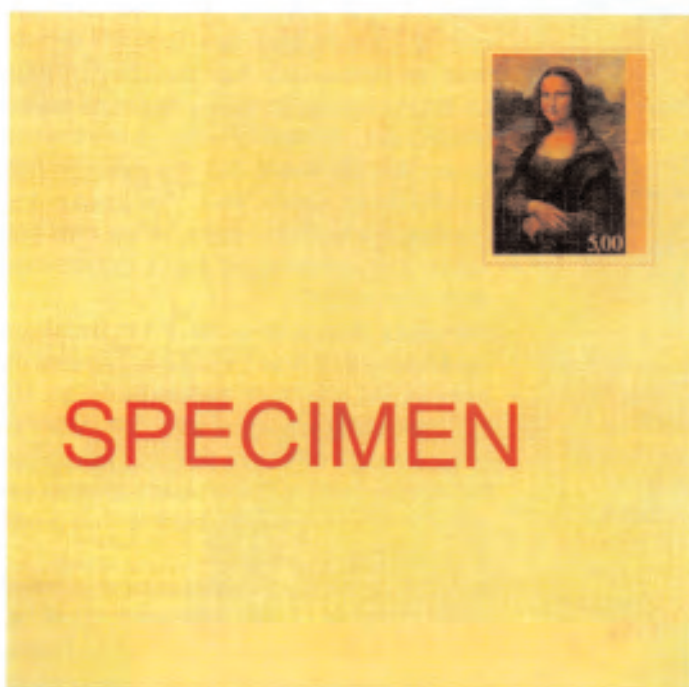
Si risuscitano anche dei francobolli di molto tempo prima, come il “Jean Jaurès” del 1936 (5) per il Consiglio generale di Tarn, il “Jean Bart” del 1958 (6) per la Comunità di Dunkerque, o il francobollo per il rugby del 1982 per France Telecom. E vi sono le rarità, di cui la più importante è il PAP su misura di Canal+ (7).

Un’epoca rigogliosa, quando si realizzarono sia saggi poi non adottati, come la Gioconda

▲ 6. Il PAP “Jean Bart” esiste anche con repiquages.



▲ 7. La star dei PAP: il PAP su misura Canal+, stampato in 50.000 esemplari per una campagna d’abbonamenti.



◀ 8. Un saggio non adottato, probabilmente legato alla mondiale Philexfrance 99.

9. Un saggio che non ebbe seguito, del 1999.



10. Un altro saggio non adottato per una “lettre suivie” con un bel francobollo “Vermillon”.

(8) o gli “Champs Elysées” (9) o l’1 franco “vermillon” (10) per la nuova “lettre suivie” (lettera seguita), un prodotto poi impostosi con una più tradizionale vignetta della Marianna di Luquet.

I prêt-à-poster locali

Alla fine del 1994 il signor Duc, direttore dell’ufficio postale di Saint-Maur (Val-de-Marne) sperimenta un’idea che conquista rapidamente tutta la Francia: su un’austera busta tipo “Briat” (nei due formati in cui era distribuita, quello quadrato ed quello lungo) fa stampare una piccola illustrazione a colori che rappresenta un postino in un paesaggio innevato.

In dieci anni, dozzine di migliaia di PAP locali hanno visto la luce. Il PAP locale può riguardare manifestazioni regionali, luoghi turistici, ricorrenze, monumenti, feste e tradizioni. Come i francobolli, però, non può servire per la promozione di un marchio o di un’azienda. Si può domandare un PAP locale indirizzando la richiesta al direttore dell’ufficio postale locale preposto: viene sottoscritto un contratto con la Posta, e la stampa viene svolta presso una tipografia di fiducia di questa. Il PAP locale viene poi venduto negli uffici postali del dipartimento o della regione.

Le imprese ed i privati possono anche far stampare, con o senza l’aiuto della Posta, i PAP per il loro uso personale: ma questi non saranno venduti negli uffici postali e sono quindi semplici *repiquages*, non PAP locali.

François Mennessiez, collezionista francese molto impegnato ed infaticabile ricercatore di PAP, diffonde da due anni il bollettino *PAP Infos* (Philapostel, BP 849, 85021 La Roche-sur-Yon Cedex, www.pap-infos.net), che si sforza di catalogare i PAP locali editi da ciascun dipartimento.

I prêt-à-poster di risposta

Nel 1995 apparvero due buste con francobollo “Briat” con indirizzi stampati, Afibel e Médecins du monde. Sono i precursori dei “PAP réponse”, i “PAP risposta”. Poco tempo dopo si aggiunse Handicap International, un’organizzazione volontaristica con sede a Lione. La Posta, conscia del fatto che esisteva una domanda specifica, crea nel 1999 i PAP risposta.

Lo scopo del prodotto è quello d’indurre chi riceve una busta preaffrancata a rispondere grazie all’impatto del francobollo, che egli crede stampato a spese del mittente: un obbligo morale a rispondere. In effetti, solo le buste effettivamente spedite al mittente del PAP gli saranno fatturate dalla Posta. Per il resto della tiratura, sono conteggiate solo le spese di stampa.

Occorre far stampare almeno 50.000 PAP risposta: ogni busta contiene a sinistra una vignetta antifalsificazione con la dicitura «prêt-à-poster réponse». I primi PAP risposta del tipo “Luquet La Poste” apparvero nell’ottobre 1999; nell’ottobre 2001 quelli del tipo “Luquet RF”. Dalla primavera del 2002 si possono utilizzare anche francobolli commemorativi sui PAP risposta, se l’ordine è di almeno 100.000 pezzi. Alcuni esempi: Magritte (11), “Meilleurs voeux” (i migliori auguri) (12) e altri. I PAP risposta sono stati usati soprattutto dalle organizzazioni volontaristiche e caritatevoli: Handicap International o Médecins du monde hanno realizzato in cinque anni una ventina di tirature. Le imprese commerciali, invece, hanno utilizzato poco i PAP risposta, e quindi è fra queste che si trovano le rarità.

Dall’inizio del 2005 la nuova Marianna di Lamouche, esclusa dai PAP nazionali, è riservata ai PAP risposta (13). I PAP risposta con questa vignetta sono già più di una ventina.

1° aprile 2004: entra la filatelia

Questa data è importante: segna il collegamento dei PAP allo SNTP, il *Service National des timbres-poste et de la Philatélie*, cioè la filatelia della posta francese. La direttrice, Françoise Eslinger, ha già impresso il suo marchio sui PAP con i blocchi “La Francia da vedere” e “la Francia da vivere”, che si sono visti anche su PAP dipartimentali (cioè provinciali) o regionali. Una produzione che sembra aver recentemente attenuato il proprio ritmo sostenuto.

* * *

Nonostante questa attenuazione, oggi sono mantenute certe produzioni nazionali, come quelle augurali di privati, d'impresе, dei postini, o “Babbo Natale”. Al contrario, i PAP su misura per alcune imprese sono in via di sparizione, salvo qualche eccezione come la straordinaria PAP dell'azienda dell'acqua del Lionese (14) di cui Claude Del Vito, presidente dell'ACEP, l'associazione francese di collezionisti d'interi postali, ha potuto far beneficiare tutti i propri abbonati al servizio novità.

Da segnalare un'iniziativa interessante: le due serie di PAP in calcografia messi in vendita per qualche euro al Salon du Timbre di Parigi del 2004, con le impronte di francobolli calcografici d'un tempo (15). Speriamo ci sia un seguito nel Salon du Timbre 2006 con altri importanti francobolli francesi d'un tempo, sino a, perché no, la Cerrere del 1849, il primo francobollo francese.

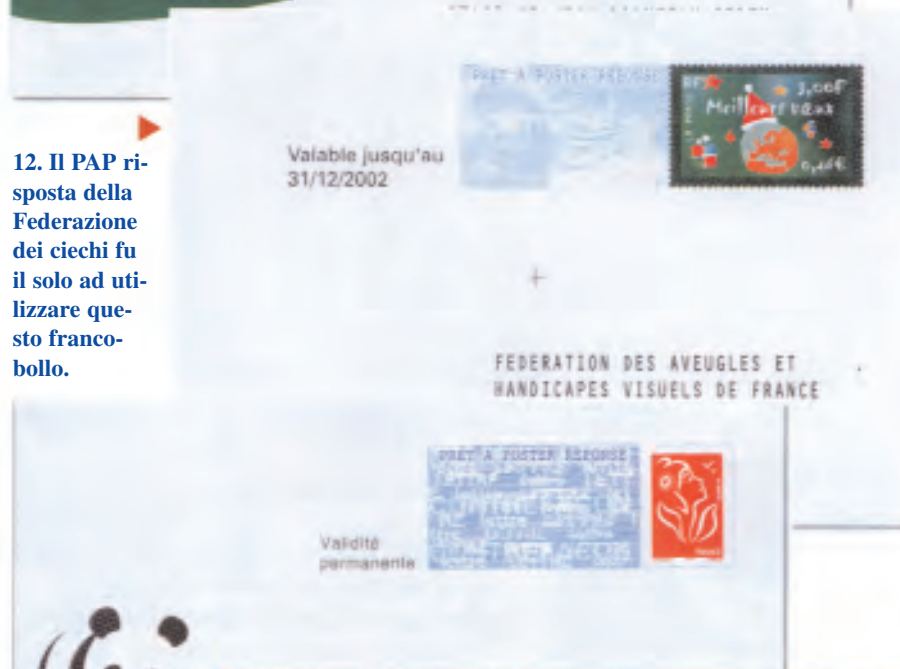
1° marzo 2005: nuove tariffe

Un avvenimento in apparenza di scarsa rilevanza ha invece portato un nuovo brio alla collezione di PAP. All'inizio del 2005 la tariffa interna per la Francia

11. I PAP risposta delle imprese sono molto più rari di quelli delle organizzazioni umanitarie



12. Il PAP risposta della Federazione dei ciechi fu il solo ad utilizzare questo francobollo.



13. All'inizio del 2005 comparvero i primi PAP con la vignetta Lamouche, oggi riservata ai PAP risposta.

14. Anche se, dopo la metà del 2004, i PAP delle imprese sono meno numerosi, si hanno ancora realizzazioni spettacolari come questa.





▲ 15. I PAP calcografici presentati al Salon du Timbre 2004.



▲ 16. Le due differenti versioni del PAP Champagne.

(0,50 e) valeva anche per i paesi dell'Unione Europea. Ora, le attuali vignette dei francobolli nei PAP non portano l'indicazione di valore in cifre in euro, ma l'indicazione del servizio reso. Il PAP per l'interno portava l'indicazione «Lettre 20 g», cioè valevole per una lettera sino a 20 grammi.

Il 1° marzo 2005 entrò in vigore una nuova tariffa differenziata: 0,53 e per le lettere per l'interno, 0,55 e le lettere per l'Unione Europea. Quindi i nuovi PAP videro cambiare l'indicazione «Lettre 20 g» in «France 20 g», perché non potessero essere utilizzati per le

destinazioni estere. Certi PAP di successo vennero ristampati con la nuova dicitura, ma la Posta non li segnala, e quindi i collezionisti devono essere vigili. È stato così individuato qualche PAP commemorativo (16).

All'inizio del 2005, la Posta ha deciso di rinnovare la sua gamma di PAP d'uso corrente. Ormai, con dispiacere dei filatelisti, la Marianna è stata sostituita da un marchio «prêt-à-poster» che indica chiaramente peso e destinazione ammessa, e ciò perché la Posta aveva riscontrato diversi usi impropri. Il 1° marzo 2005 la dizione «20 G» diventa anche cui «France 20 G», seguita da una terza versione «20 g» con la «g» minuscola. Di quest'ultima versione, al contrario della seconda, esiste tutta la gamma dei diversi scaglioni di peso, da 20 sino a 500 grammi. Tre cambiamenti in pochi mesi (17), nessuno segnalato dalla Posta, non facili a trovarsi.

Su L'Echo de la Timbrologie, da cui è stato tratto questo articolo, vi è una rubrica mensile «Florilège de PAP» che presenta le nuove scoperte e le nuove emissioni.

Per i PAP sino al 2002, vi è il catalogo a colori, molto dettagliato, di Storch, Sinais e Monottoli, Catalogue des entiers prêt-à-poster de France et de Monaco, di 504 pagine.



17. Tre i tipi dell'ultimo PAP d'uso corrente.

E in Italia?

Nell'ultima Consulta per la filatelia, tenutasi a febbraio, Guido Salerno, Capo di Gabinetto del ministero, ha parlato dei PAP francesi, proponendoli come un'innovazione da raccogliere. È vero; ma occorre tenere presente che i PAP non sono concettualmente un prodotto postale nuovo, ma uno molto antico (buste postali, cartoline postali, biglietti postali) semplicemente proposti in forma nuova. In Francia sono offerti in evidenza in tutti gli uffici, venduti anche in confezioni multiple, con sconti reali (non risibili) per quantità; sono venduti anche fra la cartoleria dei supermercati! Se in Italia si introducessero con le stesse tecniche con cui si offrono i francobolli commemorativi e soprattutto le cartoline postali (cioè tenedole chiuse nei cassetti e non proponendoli al pubblico) sarebbero destinati ad un sicuro insuccesso, perché il pubblico non ne sarebbe a conoscenza. Occorre invece un'attiva campagna promozionale negli uffici postali ma non solo lì, ed il pubblico riprenderebbe ad usare le cartoline postali di cui i magazzini rigurgitano. Su istanza dei collezionisti interofili, sempre nell'ultima riunione della Consulta Bruno Crevato-Selvaggi ha chiesto l'emissione della cartolina ordinaria da 0,45, per i *repiquages* e per i bolli speciali. La risposta, ovvia, è stata: ma nessuno le chiede. Certo, chi le può chiedere se solo pochi collezionisti ne ricordano ormai l'esistenza? Non si sa se una prova con una campagna promozionale di manifesti, volantini, espositori da banco e offerte nei PT Shop darebbe riscontri importanti: quello che è sicuro, però, che questi sarebbero comunque superiori all'anonimo stoccaggio nei magazzini ed alla pratica di star seduti ad attendere che qualche cliente venga improvvisamente folgorato da sfumati ricordi di gioventù e chiedo nuovamente una cartolina postale. Ed invece oggi, per gli uffici postali che offrono negli espositori da banco confezioni di buste e carta da lettere bianche, non sarebbe più vantaggioso, nonché comodo per il cliente, offrire cartoline o buste già affrancate, compreso il cartoncino per scrivere?