

Numéro 59 – mars 2018

INFO... PHIL

Bulletin d'information du Club philatélique de Bulle

Le mot du président

2018 est une année qui a débuté à toute allure pour le club philatélique de Bulle. D'abord nous avons eu la chance d'être l'invité d'honneur de la brocante de Plumett, qui s'est déroulée à Espace Gruyère du 26 au 28 janvier. Comme toujours, beaucoup de curieux ont visité notre stand. Nous gardons bon espoir d'avoir conquis quelques futurs membres.

En tout les cas, je tiens à remercier les nombreux membres du club qui se sont prêtés au jeu et qui ont participé activement à cette aventure. Bien sûr la place attribuée gracieusement ne fut pas la meilleure, mais elle a permis de nous rendre visible à plusieurs milliers de fureteurs.

Le deuxième grand défi de cette année est sans aucun doute la journée du 14 avril, Jacques, notre moniteur de la jeunesse nous prépare depuis longtemps cette journée dédiée à la jeunesse. Cette fête se déroulera l'après-midi à l'Hôtel de Ville de Bulle. Le comité compte tout naturellement sur une forte affluence de jeunes collectionneurs et bien sûr du soutien de ses membres.

Enfin, cette année les philatélistes suisses pourront admirer de très belles collections lors de l'exposition nationale 2018, qui se déroulera à Lugano du 17 au 20 mai. Cela vaut la peine de s'y rendre, car de nombreuses collections de prestige y seront exposées. N'oubliez pas qu'une telle exposition n'a lieu que tous les 5-6 ans.

Au plaisir de vous revoir et philatéliquement vôtre.



Les membres du club en pleine analyse des trésors présentés.

Bon à savoir : la maladie de l'œil de lune.

Cette maladie se nomme également cécité lunaire.



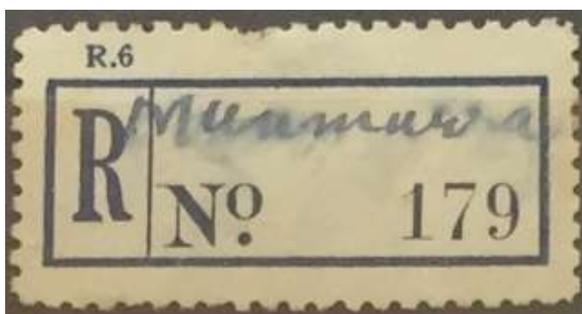
L'uvéite récurrente équine (ERU), également connue sous le nom de cécité lunaire, iridocyclite récurrente ou ophtalmie périodique est une inflammation aiguë et non proliférante du tube uvéal de l'œil, qui se produit couramment chez les chevaux de toutes races, dans le monde entier (merci Wikipédia !).

Le facteur causal n'est pas connu, mais plusieurs agents pathogènes ont été suggérés. C'est la cause la plus fréquente de la cécité chez les chevaux. Chez certaines races, un facteur génétique peut être impliqué.

Au cours des stades avancés de la maladie, l'œil devient opaque et recouvert d'un film blanc donnant l'apparence, la couleur et la forme d'une "lune".

Cette affection, décrite pour la première fois au quatrième siècle après Jésus Christ par Vegetius, porte comme synonyme ophtalmie périodique, fluxion périodique, moon blindness, Mondblindheit, mal de lune, morbus lunaticus, autant de noms qui mettent en avant son caractère récurrent, autrefois attribué au cycle lunaire.

Mais comment transcrire ces informations dans une collection philatélique ? D'abord on trouve un timbre présentant cette maladie, bien entendu il faudra la décrire sur une ligne et bien faire le lien avec la lune, puis on recherche du matériel plus rare, comme une étiquette de recommandé.



Les aborigènes de Nouvelle Zélande ont donné des noms à leurs villages, encore utilisés de nos jours. La traduction du nom de Munmurra est "natif de la lune aveugle".

Étiquette de recommandé de remplacement de Munmurra. Le postier commandait des feuilles de 25 étiquettes et inscrivait le nom du village, car l'office de poste était très petit et aucun sceau n'a été livré.

Jean-Marc Seydoux

Un logo des plus intéressants...

L'histoire de l'entreprise Henkel commence avec Fritz Henkel, un marchand de 28 ans passionné de sciences. Le 26 septembre 1876, Fritz Henkel et ses deux associés fondent l'entreprise Henkel & Cie à Aix-la-Chapelle. Le premier produit commercialisé est un détergent pour textile à base de silicate de sodium appelé "Universal-Waschmittel". À la différence des produits similaires de l'époque, qui sont commercialisés en vrac, ce détergent haute performance est conditionné de manière pratique en paquets, ce qui donne le premier succès avec ce produit de marque Bleich-Soda (soude blanchissante).



Fort de cette réussite grâce à cette soude blanchissante, fruit de la recherche de Fritz Henkel lui-même, composée de silicate de sodium soluble et de soude calcinée (anhydre), Henkel commence également à exporter ses produits dans la même année : 200 boîtes de Bleich-Soda et 200 livres d'Universal-Waschmittel sont vendues en Suisse.

Déménagement à Düsseldorf.

Fort du succès de son premier produit de marque - Bleich-Soda (soude blanchissante) - Fritz Henkel installe son entreprise à Düsseldorf en 1878. Il loue d'abord une usine dans le quartier de Flingern, puis construit sa propre usine à Düsseldorf-Oberbilk en 1880. En 1899, il achète un terrain à Holthausen, situé alors en banlieue de Düsseldorf. La même année commence la construction d'une usine de soude blanchissante, d'une usine de silicate de sodium, d'une chaufferie avec des ateliers et d'un bâtiment pour les bureaux. Dès mars 1900, la production peut commencer sur le nouveau site.

En avril 1878, deux ans après la fondation de la société, apparaît sur l'emballage du produit de détergent "blanchissement Soda de Henkel" le premier logo de Henkel. Le symbole du lion est toujours considéré comme un symbole de force, de courage et de persévérance - attributs



qui peuvent être en prise avec l'esprit d'entreprise du fondateur Fritz Henkel. Mais le lion a été choisi non seulement pour cette raison, comme une image de l'entreprise : il est aussi présent dans les armoiries de Düsseldorf.

Le lion, devant le soleil, trône en maître et représente la marque Henkel.



Tarif longue distance des lettres < 20 grammes depuis le 15.01.1932 : 12 pfennige.



Diverses EMA de Henkel existent, souvent accompagnées du lion et du soleil.

Petite astuce

L'exposition du linge et des vêtements au soleil à l'extérieur est une méthode naturelle de blanchiment. On comprendra pourquoi le soleil est également présent dans le logo Henkel. Mais attention, n'exposez pas du linge et des vêtements en matière naturelle comme le coton, car c'est le contraire qui se produira : apparition de taches jaunes, qui seront, en plus, difficiles à faire partir.

Les agents alcalins, tels que le silicate de sodium, sont toujours utilisés dans les lessives

Les agents alcalins introduits dans les produits lessiviels permettent de :

- neutraliser les salissures acides ;
- transformer les graisses animales et végétales en savon soluble dans l'eau ;
- faire gonfler les fibres cellulosiques pour une meilleure pénétration des produits ;
- augmenter l'efficacité des tensioactifs.



Silicate de sodium en poudre.

Voilà une pièce qui pourra s'intégrer facilement dans une collection thématique sur le lion, la lessive ou pourquoi pas le soleil ...

Jean-Marc Seydoux

Dossier pratique : la marque d'Apple.

La philatélie permet la découverte d'histoires extraordinaires, c'est le cas de la marque Apple. Mais quelle est l'origine du nom Apple ? Et pour certaines personnes qui ne s'intéressent pas au développement de l'informatique, ce sera une bonne occasion de développer ses connaissances...



Les origines de la troisième pomme...

Dans son histoire de la société Apple intitulée "La Troisième Pomme", Jean-Louis Gassée cite trois pommes historiques : le fruit de l'arbre de la connaissance, la pomme de Newton, et enfin la pomme d'Apple.

Le premier logo de la marque était un hommage appuyé à Newton, le représentant au pied de son arbre... Ce logo étant jugé par Steve Jobs trop complexe à reproduire, il fut demandé à un graphiste d'en trouver un plus simple. Et ce fut la célèbre pomme !



Le premier logo d'Apple avec Isaac Newton sous un pommier (dessiné par Ronald Wayne).



Logo d'Apple de 1977 à 1998 (dessiné par Rob Janoff).



Pomme monochrome utilisée dès 1998.



Variante Aqua utilisée entre 2001 et 2007 en même temps que la pomme monochrome.



Variante chromée, utilisée entre 2007 et 2013, en même temps que la pomme monochrome.



Remise au goût du jour de la pomme monochrome de 1998 depuis 2013, selon la tendance flat design.

Mais au fait, pourquoi une pomme ?

Le choix du logo fruitier s'inspire du nom de la société Apple (pomme) adopté notamment car cela le plaçait dans l'annuaire téléphonique avant Atari. Steve Jobs explique à son biographe Walter Isaacson : "J'étais dans ma phase 'pommes' de mon régime [végétalien]. Je revenais de la plantation de pommiers. Je trouvais ce nom sympathique et pas intimidant", à la différence des acronymes comme IBM ou HP.



Une autre réponse classique est un hommage aux Beatles dont Jobs est un grand fan. Apple Corps est une entreprise fondée en janvier 1968 par le groupe britannique The Beatles. Ils venaient en effet de dissoudre leur première société Beatles Ltd. pour former un conglomérat.



Lorsque les Beatles apprennent que leur "capital" peut être soit investi dans la création d'une entreprise soit dilapidé en impôts divers, ils choisissent la première solution, débouchant sur la naissance d'Apple Corps. Ce nom est un jeu de mots car l'homonyme anglais "apple core" signifie "cœur de pomme".

Le nom et le logo ont été inspirés du célèbre tableau "Le Fils de l'Homme" de René Magritte (dont le dernier acquéreur est Paul McCartney) et le design est complété par le graphiste britannique Gene Mahon.



Originellement, la pomme verte que l'on voyait sur l'étiquette du disque de la face 1 ne devait pas avoir d'écriture tandis que la pomme coupée de la face 2 accueillerait le texte de cette face à gauche sous le titre "This Side" et à droite, le texte de l'autre face marquée de "Other Side". L'idée a dû être abandonnée, car la loi sur le copyright exigeait d'avoir l'information sur chaque côté du disque.



Symboliquement, la pomme c'est aussi le fruit défendu...



McIntosh Apple
Pommier «McIntosh»

McIntosh est le nom d'une variété de pommes (renommé Macintosh pour ne plus avoir de problèmes de droit).

Pourquoi les couleurs de l'arc-en-ciel ?

On dit qu'à l'origine, les couleurs ont été ajoutées au logo pour marquer les capacités couleur de l'Apple II, et comme on était alors en pleine période hippie, on a choisi les couleurs de ce mouvement.

On peut aussi y voir une allusion à Newton à propos de la décomposition de la lumière.

Pour renforcer l'hypothèse de l'hommage à Alan Turing, celui-ci était homosexuel, et l'arc-en-ciel est l'étendard des Gays. Et puis, symboliquement, ça représente l'espoir, après la pluie.



A ce propos, il faut quand même remarquer que les couleurs de l'arc-en-ciel sont en désordre...

Qui a croqué la pomme ?

On dit que la pomme serait croquée pour ne pas la confondre avec une tomate cerise ; mais la pomme croquée symbolise aussi la connaissance. Le premier slogan de Apple apporte une autre explication "Byte into an Apple" (byte = bite), donc croque dans une pomme.

On peut y voir aussi que le ver n'est plus dans le fruit... Voilà donc une bien belle histoire...



Timbre-poste en ligne.

Jean-Marc Seydoux

Les timbres publicitaires de Nouvelle Zélande.

Dans les années 1880 à 1890, la Nouvelle Zélande connut une période de crise économique.

Le 11 novembre 1891, le département de la poste et Télégraphe a tenté une nouvelle aventure : placer de la publicité au dos des timbres-poste. L'idée était bien entendu de percevoir de l'argent pour cette publicité. Les protagonistes de cette nouveauté ont pensé émettre de la publicité spécifique aux quatre districts du pays.

L'adoption de ce projet a été obtenue grâce aux efforts d'Henry Truebridge, William Miller et Georges Johnston Reich. Le contrat publicitaire, prévu pour trois ans, devait rapporter 800 £ par publicité. Les premiers timbres émis ainsi sont apparus au nord du pays. Ils ont été produits sous contrat par une entreprise privée, qui a également placé sa propre publicité. D'autres timbres annonçaient des cornichons, du charbon, des vêtements, des pilules de Beecham, du savon, du café, des machines à coudre, des thés et même un dentiste qui déclarait qu'il épargnerait à ses patients des souffrances grâce à l'utilisation de gaz d'oxyde nitreux pour des extractions indolores.

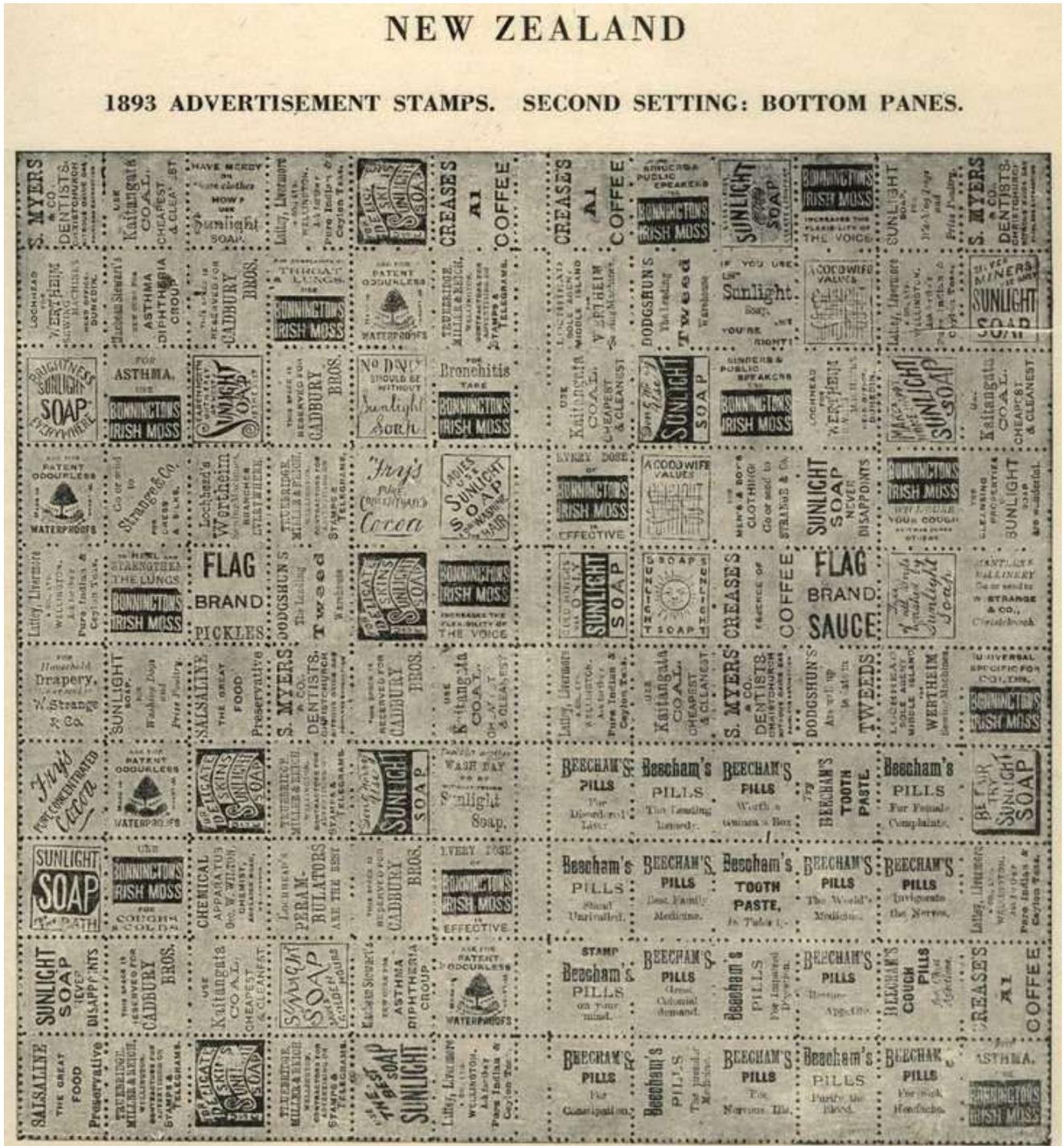


Différentes couleurs ont été utilisées : bleu, vert, rouge, brun, lilas/mauve, brun-rouge et noir.

L'impression de la publicité d'effectuait avant le gommage.

Mais très tôt les réclamations fusèrent, les premières attaques provenaient de la ville de Napier, située dans la baie de Hawke. Les arguments portaient sur la dangerosité de l'encre que le public devait lécher (un mélange de dextrine et d'encre), les timbres collaient mal, de plus ils laissaient un mauvais goût dans la bouche. Et cela ne faisait qu'empirer avec le temps, principalement lors de l'introduction de l'encre de couleur verte et bleue.

En tout, trois différentes compositions ont été mises sur pieds. A chaque fois la planche comptait 240 timbres, divisée en quatre blocs de 60 timbres. Le nombre de publicité n'apparaissait pas de manière égale : certaines n'étaient présentent qu'une fois, alors que d'autres pouvaient être placées jusqu'à 13 fois. Au total 95 publicités différentes ont été imprimées de cette manière.



Le 29 septembre 1983, soit sept mois et demi après la vente des premiers timbres, la Poste signifia son intention d'arrêter l'aventure.

Très tôt les collectionneurs se sont intéressés à ces émissions, qui n'ont pas été utilisées fort longtemps. Bon nombre de collectionneurs ont tenté de reconstituer les planches, ce qui n'est pas toujours facile, il faut bien le reconnaître, surtout si on s'attaque à la première composition.



Planche gauche du dessus.

Voici un exemple de chaque composition :

Troisième composition. ↗

Première composition. ↖

Deuxième composition. ↖



D'autres collectionneurs se sont plutôt focalisés sur la recherche de variétés, et il y en a : décalage de l'impression, variété de perforation, etc.



Mais pour ma collection sur le soleil, j'ai trouvé un bloc de 6 timbres présentant au moins deux publicités Sunlight Soap. Je le placerai dans la rubrique traitant de l'utilisation du soleil pour blanchir et nettoyer le linge. Ces blocs ne sont pas si faciles à dénicher...

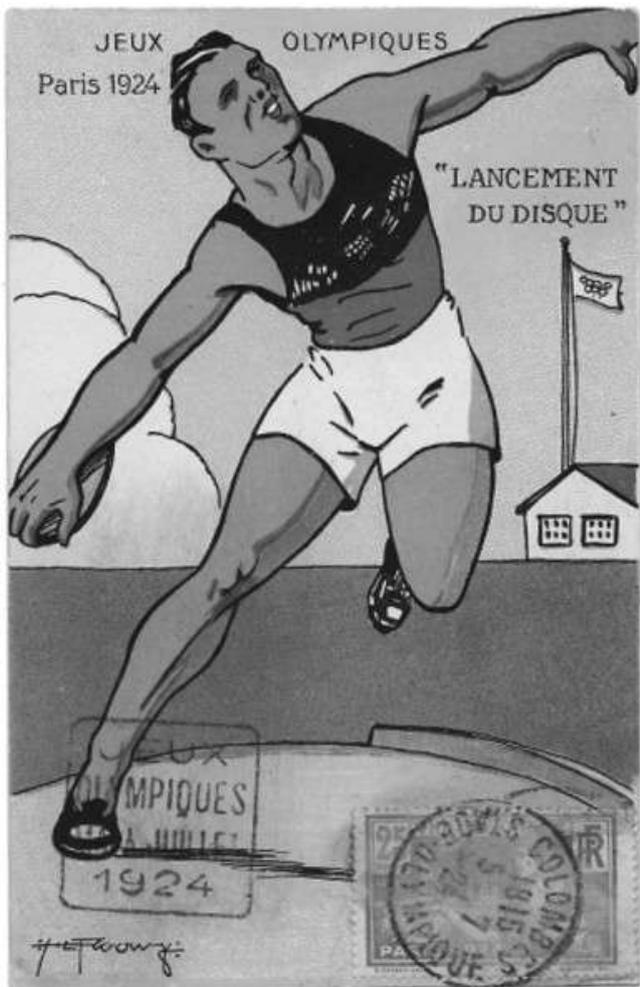


Bloc du 8d Bleu (émission de 1882), 3^{ème} composition.

La différence entre la 2^{ème} et 3^{ème} composition est le remplacement de la publicité Cadbury Bros par celle de Ponke.

Jean-Marc Seydoux

Le courrier des lecteurs : une Daguin un peu spéciale.



Lors d'articles précédents, nous avons bien déterminé la position des cachets Daguin. Or à première vue, il semblerait que cette pièce ait été fabriquée.

Mais il n'en est rien, notre membre Michel Bommottet nous précise que cette pièce est authentique, la preuve provenant de Monsieur René Christin, rédacteur et vice-président de l'AFCOS (*Association Française des Collectionneurs Olympiques et Sportifs*).

Voici sa réponse : la machine Daguin des Jeux Olympiques de Paris 1924 n'a pas fonctionné "normalement" sur les deux bureaux prévus : "stade Olympique" et "Village Olympique". Le rectangle de gauche a été utilisé com-

me marque postale (ou oblitération temporaire), voici pourquoi on le retrouve apposé en diverses positions. Merci à Michel pour ces précisions.

La rédaction.

Le coin nostalgique...

Pour les amoureux du vieux temps, voici un article publié dans le Journal La Gruyère du 2 octobre 1907.

Briefe

frankiert bis 30.6.1971

Gewicht	1.7.1875	1.7.1877
Mitgliedstaaten I UPU, je 15g	0.25	0.25
Mitgliedstaaten II UPU, je 15g		0.50
Vereins-Ausland, je 15g		
Deutschland, Oesterreich, Ungarn, je 20g		
Gewicht	1.10.1907	
bis 20g	0.25	
je weitere 20g	0.15	

Les données sont exactes, le rédacteur en chef les a contrôlées avec le Zack.

Modifications postales. —

Dès le 1er octobre, la taxe des lettres pour l'étranger sera de 25 cts. pour les premiers 20 grammes et de 15 cts. pour chaque 20 grammes en plus. Dans le rayon limitrophe de 30 km. (Allemagne, France, Autriche) 10 cts. par 20 grammes.

La taxe des mandats-poste pour l'étranger est de 25 cts. par 50 fr., sauf pour la Grande Bretagne et colonies, le Canada et la Russie.

Les coupons-réponse internationaux sont en vente au prix de 28 cts., innovation importante et avantageuse.

De nombreuses modifications sont apportées dans le service international. Consulter le nouveau tarif de poche, en vente dans les bureaux de poste au prix de 40 cts.

Oser montrer sa collection

Tout a commencé il y a une dizaine d'années quand j'ai décidé de me mettre à la recherche des "tête-bêche et se tenants" avec l'effigie de Guillaume Tell et son fils Walter. Initialement, c'étaient les couleurs qui m'ont fascinées et cette multitude de possibilités de découpes des feuilles initiales.



C'est cette sorte d'affranchissement si coloré qui m'a initialement poussée à connaître d'avantage cette partie de la philatélie suisse.

Ce thème assez mal connu par le commun des philatélistes est donc devenu une de mes passions. Et, ce n'est pas si négligeable, même si les timbres de ce thème ont une certaine valeur de catalogue, on arrive à les avoir encore assez bon marché, vu que la demande n'est pas trop forte. Par contre, ces timbres sont relativement rares et la recherche demande une grande patience.

Préparer sa collection en vue de la soumettre au regard des jurées, des autres collectionneurs et des visiteurs intéressés est une idée qui trottait déjà depuis des années dans ma tête et qui a abouti l'automne dernier avec l'exposition philatélique à Sainte-Croix.

Pour ne pas être stressée le dernier moment, je me suis donnée plusieurs mois pour préparer les planches à exposer et avec les bons con-

seils de plusieurs philatélistes (majoritairement des membres du Club de Bulle), j'ai pu aller sereinement à cette première exposition.

Par contre, j'ai dû vivre un moment plein d'émotions en entrant dans la salle d'exposition à la recherche de ma collection déjà jugée le jour précédent. Heureusement, quelques membres du Club "m'ont pris en charge" en me montrant l'endroit où se trouvait ma collection et en me félicitant pour le résultat. (Un grand merci spécial à Sylvie).

Les jurés m'ont donné la médaille de vermeil. Leurs critiques étaient plutôt clémentes : modifier un peu la mise en page, retravailler l'importance philatélique de mon thème, mettre en valeur les pièces clefs, essayer de trouver d'autres pièces...

Je garde un très bon souvenir de cette première participation à une exposition philatélique officielle. Il est fort probable que je la renouvelerai dans un futur proche.



Carte entier postale, avec poste aérienne de Saint Gall à Vaduz pour Berschis, affranchi avec 15 centimes supplémentaire avec un exemple de Tell / fils de Tell se tenant.

En sortant du domaine de la philatélie proprement dite, cette carte est un témoignage d'une mœurs propre à la région "Sarganserland /Werdenberg" dans le canton de Saint Gall : Les gens n'ont pas seulement leur prénom et leur nom, ils reçoivent également un surnom, qui peut surpasser le nom. Ici, nous nous trouvons devant le surnom "Vollmond" (pleine lune), qui a été noté au lieu du nom.

Susanne Maugère

Bon à savoir : les aliments qui nous protègent contre le cancer.

Des aliments sains peuvent aider notre corps à lutter contre les méfaits du soleil, en nous protégeant des cancers. Les aliments riches en oméga 3 ont un pouvoir très bénéfique contre le cancer.



Empreinte de machine à affranchir, type NA12. Francotyp "Cm7000/Cm10000".

Les noix et les amandes sont riches en oméga 3, sous toutes leurs formes, en lait pour le corps ou comme nourriture, parfois on peut les appliquer comme crème nutritive et réparatrice.



Empreinte de machine à affranchir, type NA8, Postalia.

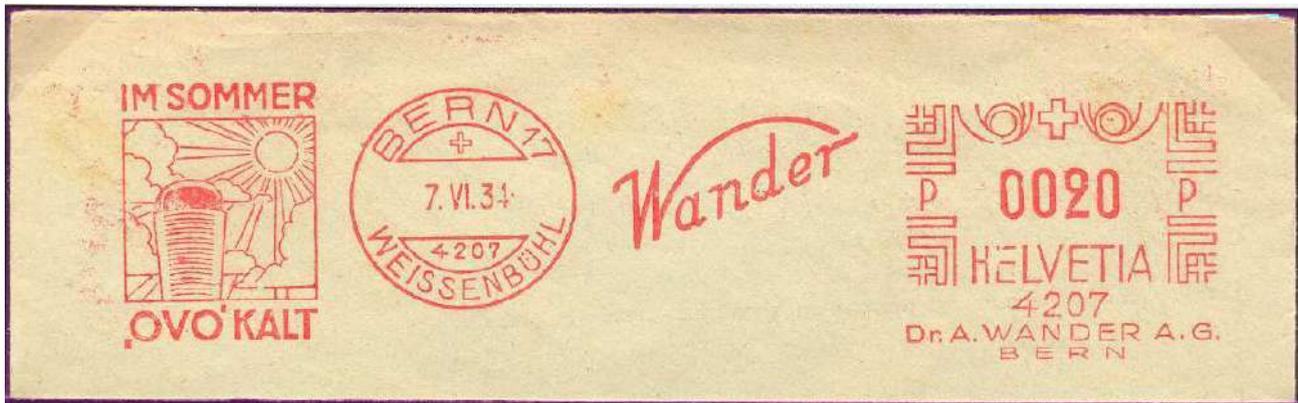


Le maquereau, le hareng et le saumon sont riches en oméga 3.

Mais aussi des aliments riches en antioxydants, polyphénols ou caféine.

D'autres aliments sont riches en oméga 3, c'est le cas des poissons gras.





EMA 4207, type 2 Hasler F22, couronne type D, éloignée du cadre. Chiffres valeurs 0000, centrés, avec raison sociale ou publicité en dessous (label "y").

Le cacao est connu pour son abondance en polyphénols d'où sa grande capacité antioxydante.



Plusieurs recherches indiquent les effets protecteurs de la caféine contre les ultraviolets par la neutralisation de la protéine ATR (Telangiectasie d'ataxie) durant le stade précancéreux, avant que la tumeur de la peau ne se développe totalement.



Empreinte de machine à affranchir, Francotyp-Postalia, type S3 (Ultimail 120).

Les agrumes, comme les citrons, contiennent des molécules antioxydantes qui auraient un effet sur les cellules cancéreuses.



Empreinte de machine à affranchir, Satas, type AB2, préfixe SR.

Le thé vert est principalement consommé par les patients atteints de cancer pour les effets anti-cancer et de renforcement des défenses naturelles qu'on lui prête. Il pourrait ralentir la progression de la maladie, principalement dans les cas de leucémies lymphatiques chroniques ainsi que de cancers du sein, de la peau et de la prostate.



Quasiment tous les timbres portent la publicité du Thé MIKADO.

Feuillet émis par la poste privé fondée le 25.10.1888 par le Dr. L. W. Schaufuss à Oberspaar, activée seulement le 27.03.1889. Le service officiel de la Reichpost était défectueux pour l'acheminement du courrier entre les petites villes saxonnes d'accès difficile et l'approbation exceptionnelle de transiter des lettres jusqu'au plus proche bureau de la Reichpost fut accordée suivant un tarif assez bas en sus de la taxe normale : 2pf. pour les lettres, 1 pf. pour les cartes postales et échantillons, 20 pf. pour les paquets, etc. L'office fut fermé le 01.07.1889 après trois mois de service.



La panoplie des aliments anticancéreux ne s'arrête pas là, des extraits de raisins et de grenade peuvent bloquer l'inflammation des cellules cutanées provoquée par les rayons UVB et combattre le développement de lésions cutanées résultant.



Lettre de franchise envoyée par le maire de Vetralla (appartenant à la province de Viterbo).

La légende locale dit que Vetralla remonte à la figure biblique de Noé, qui a dirigé l'arche échoué ici sur les hauteurs de Valle Cajana et a profité des excellents vins trouvés là pour se rafraîchir des inondations épiques, d'où les raisins dans les armoiries municipales.

Les tomates sont considérées comme les plus efficaces pour neutraliser les radicaux libres provoqués par les rayons UV. Certains légumes, comme l'oignon et le brocoli, peuvent éluder le cancer de la peau, de même que les carottes et les piments.



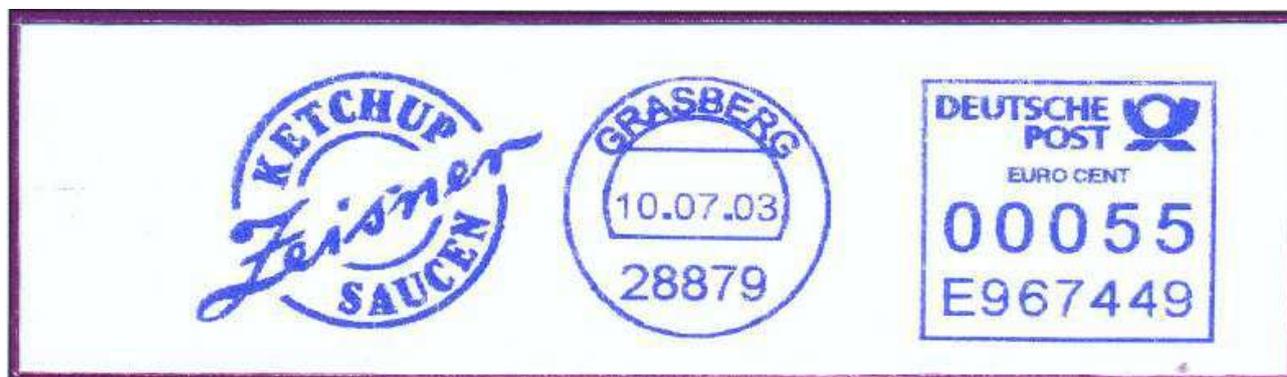
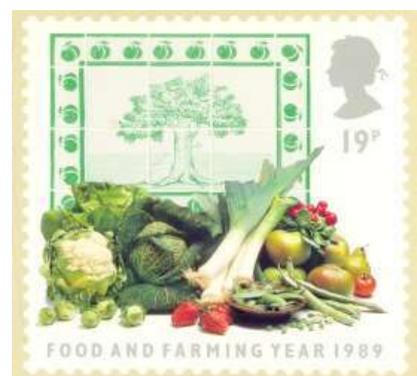
Carnet de 12 timbres à validité permanente pour les lettres < 20 g à destination de la France.



Les piments restent très importants pour la lutte contre le cancer de la peau



Pourquoi pas manger une bonne soupe, bien entendu avec beaucoup de légumes, tels que carottes, oignons, poireaux...



Empreinte de machine à affranchir, Pitney Bowes "EasyMail", type RB4.5

Buvons du concentré de tomates, comme par exemple du ketchup.

Jean-Marc Seydoux