

ALMANACH VERMOT

Le 5 janvier 2026, La Poste émet un timbre sur le célèbre Almanach Vermot à l'occasion de ses 140 ans !



Visuels d'après maquettes - Couleurs non contractuelles/disponibles sur demande

L'Almanach Vermot : 140 ans d'humour, de savoir et de traditions

L'*Almanach Vermot*, témoin de l'évolution des mentalités et de la culture populaire, est une institution. Les spécialistes de la paralittérature se sont penchés sur son cas avec le plus grand sérieux.

Créé en 1886 par Joseph Vermot, il s'inspire des almanachs ruraux nés après les guerres napoléoniennes, comme *Le Grand Messager boiteux de Strasbourg*. Mais les origines du genre remontent au XVI^e siècle : des villes aux campagnes, une littérature de colportage se développe grâce à l'essor des routes commerciales. Le catalogue de la « Bibliothèque bleue » de Troyes en est un exemple notoire ; « bleue » en référence à la couleur de ses couvertures. On y trouve aussi bien de la poésie, fables et contes, romans courts, que des éphémérides et des guides pratiques.

Le *Vermot* est reconnaissable à sa couleur rouge et à son logotype, un phylactère tournoyant en corne d'abondance. Ce volume de 384 pages accompagne les lecteurs chaque jour de l'année, fourmillant d'anecdotes, de conseils et astuces pour le quotidien, de proverbes... et surtout de blagues.

Ce mélange de savoir utile et de légèreté fait le succès de l'*Almanach Vermot*. Après la mort de Joseph en 1893, son fils Maurice en reprend l'édition et en développe considérablement la diffusion. Preuve de son ancrage, sous la direction de Georges Ventillard, l'*Almanach* atteint un tirage d'un million d'exemplaires par an. Seule la Seconde Guerre mondiale interrompt sa publication. Depuis, il est édité chaque année – aujourd'hui par les éditions Hachette.

Vermot transmet un autre héritage, celui de la caricature, de l'image satirique et du dessin de presse. Dans la seconde moitié du XIX^e siècle, la presse illustrée connaît un essor fulgurant grâce aux progrès techniques. La mise en page des journaux change au profit de colonnes de texte dans lesquelles s'insèrent des images. L'identité visuelle de l'*Almanach* s'adapte.

Dès les premières éditions, des dessinateurs talentueux y contribuent, ainsi que de grands noms de la caricature française du XX^e siècle – mention particulière pour Claude Turier et Jacques Faure, rédacteurs en chef successifs jusqu'en 2014. Aujourd'hui, d'autres perpétuent le ton *Vermot*, entre satire sociale et regard critique. L'*Almanach* s'adapte aux sensibilités, révélant les formes d'humour acceptées ou contestées, et se fait l'écho des grandes causes qui animent la société française.

© La Poste – Hachette Livre - Tous droits réservés

Les infos techniques

Mise en page : Valérie BESSER

Impression : offset

Format du timbre : 30 x 40.85 mm

Présentation : 15 timbres à la feuille

Tirage : 702 000 exemplaires

Valeur faciale : 1,52 € Lettre Verte

Mise en page timbre à date : Valérie BESSER

Mentions obligatoires : mise en page Valérie Besser d'après photos ©Hachette Livre

Les infos pratiques

Le timbre sera vendu en avant-première les vendredi 2 et samedi 3 janvier à :

▪ **PARIS (75)**

Le Carré d'Encre, de 10h à 19h, 13 bis rue des Mathurins, 75009 PARIS (Oblitération jusqu'à 17h).

Retrouvez ces informations et leur actualisation sur : www.lecarredencre.fr, le site de référence de l'actualité philatélique.

À partir du 5 janvier 2026, il sera vendu dans de nombreux bureaux de poste, par abonnement ou par correspondance à Philaposte Service Clients Commercial Z.I Avenue Benoît Frachon, BP 10106 Boulazac, 24051 PÉRIGUEUX CEDEX 09, par téléphone au 05 53 03 19 26 et par mail sav-phila.philaposte@laposte.fr au Musée de La Poste, 34 boulevard de Vaugirard, 75015 Paris sur réservation auprès de votre buraliste et sur le site Internet www.laposte.fr

À partir du 6 janvier 2026, il sera vendu à la boutique « Le Carré d'Encre ».

Contacts Presse Philaposte



@toutsurletimbre



toutsurletimbre

Maryline GUILLET

Chargée de communication
éditoriale et presse
maryline.guilet@laposte.fr
Tél. 06 32 77 39 65

Sékolène CODELUCK

Directrice de la communication
et des relations institutionnelles
segolene.godeluck@laposte.fr
Tél. 06 50 10 93 63

À propos de Philaposte

Premier imprimeur de marques d'affranchissement en Europe, Philaposte a acquis, par son savoir-faire et sa politique d'investissements, une expertise sur les imprimés de sécurité depuis plus de 30 ans. Au sein du groupe La Poste, Philaposte conçoit, imprime et diffuse également les timbres du programme philatélique de France.

Chiffres clefs :

- Une imprimerie à Boulazac (Dordogne) et deux points de vente à Paris et à Boulazac
- Plus d'1 milliard de marques d'affranchissement dont 500 millions de timbres issus des carnets de timbres de correspondance ou du programme philatélique.
- 200 millions de timbres sont réalisés pour de nombreux acteurs postaux.
- Plus de 300 millions d'imprimés de sécurité : chèques, fiches d'état civil, passeports, traçabilité, ...
- 1 service clients et des canaux de ventes variés en France comme à l'étranger (Carré d'Encre, Abonnements, Catalogue, bureaux de poste, facteurs, boutique laposte.fr, buraliste.
- En 2023, 5 600 vitrines philatéliques ont été installées en bureaux de poste pour la commercialisation des émissions philatéliques.

Des timbres pour tous les usages

La Charte de la philatélie, signée en 2009 et revue en 2018 par La Poste et ses partenaires, propose **six familles de timbres** :

Le timbre d'usage courant : la Marianne



Traditionnellement représenté par la Marianne, le timbre d'usage courant est choisi par le président de la République à chaque nouveau mandat.

Timbres du programme philatélique



Hommage de la Nation à des personnalités, souvenir des grands événements, célébration du patrimoine naturel, architectural, culturel... ces timbres constituent le cœur de la philatélie.

Timbres de correspondance



Pour faciliter les échanges et promouvoir l'écrit auprès du grand public, La Poste met en vente des carnets de beaux timbres autocollants.

Les Collectors de timbres



Sur tous les thèmes, toutes les régions, tous les événements : ces créations de beaux timbres donnent de la visibilité aux événements. Les timbres sont regroupés sur un feuillet comportant une illustration du sujet.

Timbres spéciaux à tirage limité



Produits spéciaux destinés aux collectionneurs : réédition de timbres marquants, déclinaisons nouvelles de certains timbres, entiers postaux, timbres NFT...

Timbres personnalisés



Ces timbres sur-mesure permettent aux particuliers, aux associations, aux entreprises de créer leur propre timbre avec le choix du visuel, du tirage et de la diffusion.