



tranchées, il constate le manque de munitions de l'armée française. Il prend l'initiative de proposer au gouvernement la construction immédiate d'une usine d'obus. En quatre mois, il la bâtit, l'équipe, l'organise et, en juin 1915, la production massive démarre. 3 500 employés au début, 13 000 en 1918, qui bénéficient d'avantages sociaux inédits profitant en particulier aux femmes, qui constituent la majeure partie du personnel. La paix revenue, il transforme son usine afin d'y produire des automobiles à grande échelle, et donc à des prix accessibles, pour donner de la mobilité à la population. Après avoir observé les nouvelles méthodes industrielles (le taylorisme) aux États-Unis, il organise la production en conséquence, appliquant une politique sociale d'avant-garde. Partant de rien en 1919, il devient, en dix ans, le premier constructeur européen et le deuxième mondial. Pour vendre tant de voitures, il invente le marketing et crée la publicité moderne. Son nom inscrit sur la tour Eiffel pendant dix ans et les grandes expéditions à travers l'Afrique (Croisière noire) et l'Asie (Croisière jaune) sont des exemples de sa créativité. Objectif donné à ses équipes : avoir plus de cinq ans d'avance sur les concurrents. Un état d'esprit qui perdurera après sa disparition. Tant de voitures mythiques conçues ont fait de Citroën la marque la plus collectionnée au monde. Visionnaire, optimiste, charismatique, humaniste, déterminé, André Citroën a marqué l'industrie, l'économie, la société. « Citroën, un génie d'avance », selon la formule de l'un de ses biographes.

© La Poste – Henri-Jacques Citroën - Tous droits réservés

### *Les infos techniques*

**Création :** Antoine DORÉ

**Mise en page :** Antoine DORÉ

**Impression :** héliogravure

**Format du timbre :** 30 x 40,85 mm

**Format du bloc :** 110 x 160 mm

**Présentation :** un bloc d'un timbre

**Tirage :** 330 000 exemplaires

**Valeur faciale :** 2,25 € Lettre internationale

**Conception graphique timbre à date :** Antoine DORÉ

**Mentions obligatoires :** Bloc de timbre (héliogravure) : Création et mise en page Antoine Doré d'après photo DR.

### *Le souvenir philatélique*

**Impression :**

Feuillet : héliogravure

Carte : offset

**Tirage :** 20 000 exemplaires

**Prix de vente :** 5,00 €

(1 feuillet de 1 timbre)

**Mentions obligatoires :** Timbre-poste (héliogravure) et souvenir philatélique : Création et mise en page Antoine Doré d'après photo DR.



Réf. : 21 26 408

---

## *Les infos pratiques*

**Le timbre et le souvenir philatélique seront vendus en avant-première les vendredi 3 juillet et samedi 4 juillet 2026 à :**

▪ **PARIS (75)**

Le Carré d'Encre, de 10h00 à 19h00, 13 bis rue des Mathurins, 75009 PARIS (oblitération jusqu'à 17h).

- **Antoine Doré animera une séance de dédicaces vendredi 3 juillet de 10h30 à 12h30.**
- **Henri-Jacques Citroën animera une séance de dédicaces vendredi 3 juillet de 11h30 à 13h00.**

**Retrouvez ces informations et leur actualisation sur : [www.lecarrredencre.fr](http://www.lecarrredencre.fr), le site de référence de l'actualité philatélique.**

**À partir du lundi 6 juillet 2026**, le timbre et le souvenir philatélique seront vendus dans de nombreux bureaux de poste (hors souvenir), par abonnement ou par correspondance à Philaposte Service Clients Commercial Philaposte Z.I Boulazac, Avenue Firmin Bouvier, BP 10106 Boulazac, 24051 PÉRIGUEUX CEDEX 09, par téléphone au 05 53 03 19 26 et par mail [sav-phila.philaposte@laposte.fr](mailto:sav-phila.philaposte@laposte.fr) au Musée Postal, 34 boulevard de Vaugirard, 75015 Paris (hors souvenir), sur réservation auprès de votre buraliste (hors souvenir) et sur le site Internet [www.laposte.fr](http://www.laposte.fr).

**À partir du mardi 7 juillet 2026**, le timbre et le souvenir philatélique seront vendus à la boutique « Le Carré d'Encre » 13 bis rue des Mathurins, 75009 PARIS (du mardi au jeudi de 11h à 19h, vendredi et samedi de 10h à 19h).

---

### *Contacts Presse Philaposte*



@toutsurletimbre



toutsurletimbre

#### **Maryline GUILLET**

Chargée de communication  
éditoriale et presse  
[maryline.guilet@laposte.fr](mailto:maryline.guilet@laposte.fr)  
Tél. 06 32 77 39 65

#### **Ségolène GODELUCK**

Directrice de la communication  
et des relations institutionnelles  
[segolene.godeluck@laposte.fr](mailto: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



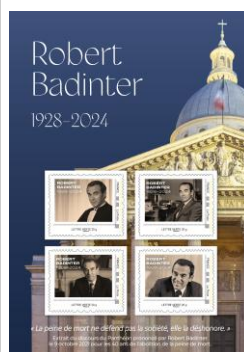
Hommage de la Nation à des personnalités, souvenir des grands événements, célébration du patrimoine naturel, architectural, culturel... ces timbres constituent le cœur de la philatélie.

### 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.