

FOIRES-EXPOSITIONS

Valeur : 1,50 F

Couleurs : bleu vert, ocre jaune,
bleu marine

50 timbres à la feuille



Dessiné et gravé en taille-douce
par Jacques GAUTHIER

Format vertical 22 × 36
(dentelé 13)

VENTE

anticipée, le 20 novembre 1976, à PARIS;

générale, le 22 novembre 1976.

Ancienneté et permanence sont les deux caractères qui marquent l'histoire des foires. La forme primitive de ces rencontres s'est en effet organisée rapidement à Babylone, à Athènes, à Rome. Elles rassemblaient des marchands venus d'horizons les plus divers ou séjournant déjà dans ces agglomérations.

L'étymologie du terme hésite entre *forum*, place publique, et *feria*, festivité. Elle suggère donc que la foire, antique, médiévale ou moderne, se déroule en une ambiance de fête et dans un lieu privilégié.

La même ambivalence est traduite dans le graphisme symbolique du timbre : lettres apparemment diverses aboutissant à un sens cohérent, flèches d'inégale importance convergeant en un point concerté.

Les expositions d'aujourd'hui continuent ces hautes traditions. Ce sont des manifestations commerciales constituées par un groupement périodique d'exposants, qui présentent aux professionnels et au public des produits nouveaux ou des services inédits.

S'ils viennent lancer une nouveauté, en diffuser les qualités, en démontrer l'utilisation, ils visent à chercher des débouchés, à conquérir un marché, à couvrir une

région. Leurs motivations déterminent l'efficacité de l'entreprise, provoquent les commandes, amorcent et concluent la « transaction ».

Ce « média » moderne, à la réglementation stricte, est géré depuis 1925 par une amicale devenue peu à peu un organisme professionnel : la Fédération des foires-expositions de France.

Les foires fédérées s'étalent sur 180 jours, au printemps et à l'automne. Elles enregistrent, à elles seules, plus de neuf millions de visiteurs chaque année. Ce déploiement de forces, cette affluence, cette fête en un mot, débordent en définitive le cadre économique, pour servir la promotion professionnelle, culturelle, sociale.

La foire-exposition est donc le moyen de communication idéal, le phénomène essentiel de ce que l'on appelle les relations publiques.

Son titre signifie, dans les conditions économiques de notre monde moderne, rencontre entre le fabricant et l'utilisateur, dialogue entre l'exposant et le visiteur, trait d'union direct entre l'offre et la demande.

