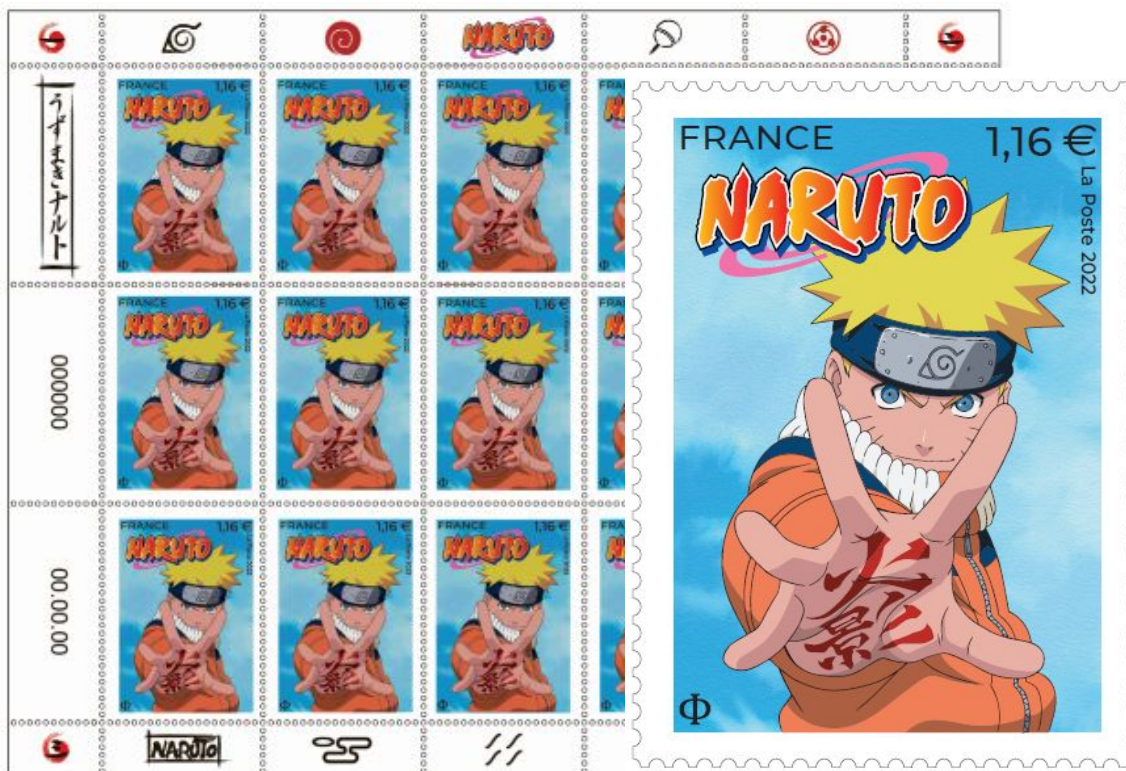


NARUTO

Le 10 octobre 2022, La Poste émet un timbre dans la série jeunesse à l'effigie de Naruto, célèbre héros du dessin-animé issu du Manga éponyme pour célébrer les 20 ans de la série animée et de l'arrivée du manga en France.



Réf. : 11 22 010

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

Le timbre et la feuille Naruto bénéficient de différents procédés « effets matière » : un marquage à chaud rouge reflète sur le Kanji dans la main de Naruto, un vernis sélectif sur le logo Naruto du timbre et du bord de feuille ainsi qu'un vernis effet mouvement animant le fond du timbre.

Naruto le petit ninja...

Pour l'orphelin Naruto, le chemin sera long et parsemé d'obstacles pour assouvir son ambition de devenir le plus grand des ninjas et le chef de son village. Dès son plus jeune âge, il est craint et mis à l'écart par ses pairs car un démon destructeur a été enfermé dans son corps, sous la forme d'un renard à neuf queues. Malgré un destin tragique, le plus turbulent garnement de l'académie des ninjas, toujours partant pour faire les quatre cents coups, gagnera peu à peu l'estime de tous, surmontant les épreuves par sa bravoure, sa persévérance et son empathie.

Depuis sa création en 1999, *Naruto* règne sans partage sur cette autre forme de bande dessinée qu'est le manga. Bien au-delà du Japon, le petit ninja est devenu un phénomène planétaire (250 millions d'exemplaires vendus). Arrivé en France il y a vingt ans, ce manga a battu dans notre pays un record historique : se hisser à la première place des meilleures ventes pendant plus de... dix ans ! La quête initiatique de Naruto a ainsi tenu en haleine, 72 tomes durant, les jeunes Français avec 20 millions d'exemplaires écoulés en vingt ans, et la diffusion de la version animée sur les chaînes de télévision a contribué à ancrer le héros dans leur cœur (plus de 5 millions de DVD achetés depuis 2006).

La clé du succès tient autant à la qualité du dessin qu'au talent narratif de son auteur, le mangaka Masashi Kishimoto. La richesse psychologique des personnages, même secondaires, tient le lecteur en haleine au rythme des antagonismes. Les adolescents s'identifient à Naruto, cet enfant joyeux qui ne renonce jamais. Son énergie et son espoir inépuisables, sa capacité à créer des liens donnent envie de le suivre, puis une fois devenu grand, de transmettre son univers à une autre génération.

© La Poste – Fabienne Azire -Tous droits réservés

Les infos techniques

Impression : offset

Format du timbre : 30 x 40,85 mm

Présentation : 15 timbres à la feuille

Tirage : 705 000 exemplaires

Valeur faciale : 1,16 € Lettre Verte

Conception graphique timbre à date : Valérie BESSER

Mentions obligatoires : mise en page Valérie Besser

©2002 MASASHI KISHIMOTO

Les infos pratiques

Le timbre sera vendu en avant-première les vendredi 7 et samedi 8 octobre à :

▪ **PARIS (75)**

Le Carré d'Encre, de 10H à 19H, 13bis rue des Mathurins, 75009 PARIS.

(Oblitération jusqu'à 17h).

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

À partir du 10 octobre 2022, il sera vendu dans la boutique « Le Carré d'Encre » dans certains 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-philaposte@laposte.fr sur réservation auprès de votre buraliste et sur le site Internet www.laposte.fr



Maryline GUILLET

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

Ségolène GODELUCK

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 100 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, buralistes...).

Des timbres pour tous les usages

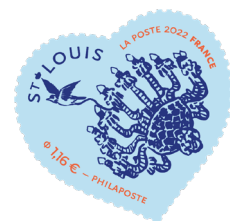
La Charte de la philatélie, signée en 2009 et revue en 2018 par La Poste et ses partenaires, propose **six familles de timbres** :

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



Opérations spéciales destinées aux collectionneurs : réédition de timbres marquants, déclinaisons nouvelles de certains timbres, etc.

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.