

Estimer le timbre à sa juste valeur

Philippe PUFFET - "La Libre Belgique" 10.12.91

Voici un an déjà, on nous annonçait que les deux catalogues belges de timbres-poste voulaient unir leurs efforts. On sait que la cotation fut l'objet de discussions très soutenues. ... Qui des deux catalogues allait finalement se voir confirmer dans son appréciation du passé ? Comment garantir une certaine santé au marché en fixant un indice de prix ?

La réponse vint en septembre et montra que les prix du catalogue NET se trouvaient confirmés dans leur justesse sans pour autant discréditer la notoriété du catalogue COB qui a toujours offert une cotation plutôt qu'un indice de prix à prendre au pied de la lettre.

Après quelques mois d'utilisation, bien des collectionneurs poussent des cris de désespoir. Ils se perdent dans le nouveau catalogue et ne parviennent plus à s'y retrouver....

... Autrefois, le catalogue COB affichait des cotations plus élevées. ... Dans la pratique, les transactions qui prenaient appui sur celui-ci s'établissaient à un prix de départ calculé à 50 %, voire 60 % de la cote.... L'utilisation du Net établissait un prix de base fixé à 80 %, voire même 90 %, de la cote, quand tout simplement on ne l'appliquait pas telle quelle.

Le nouveau catalogue est ce qu'il est. Il vient bousculer certaines habitudes, certes, mais à l'analyse il ne gangrène pas le marché. Il suffit de relever quelques timbres au hasard du catalogue et de tenter une estimation à divers pourcentages. Il apparaît ainsi bien souvent qu'un prix fixé à 50 % de la cote ne permet pas souvent pour beaucoup de timbres de ces quelques trente dernières années de se vendre au prix de la valeur faciale. L'expérience montre que la sagesse serait de fixer un prix qui puisse varier, selon le cas, de 60 % à 75 % de la cotation. Rien n'empêche, bien sûr, de monter plus haut selon les pièces vendues.

D'une manière plus générale, on ne peut vraiment prétendre fixer un pourcentage fixe pour tous les timbres du catalogue. Au passage, signalons qu'il en a toujours été ainsi. Le plus manifeste, c'est surtout le fait que des habitudes se trouvent dérangées. On aurait pu croire que le nouveau catalogue pouvait ressérèner le marché en lui insufflant un courant nouveau. Il ne semble pas que ce soit le cas. Et pourtant on se plaint partout d'une stagnation évidente du marché. C'est manifestement oublier qu'on ne peut avoir le beurre et l'argent du beurre.

En conclusion, nous osons croire qu'il faut confier au temps l'œuvre invisible de l'ébauche de nouvelles habitudes. Les éditeurs, lors de la conférence de presse à la sortie du catalogue, ont proposé une marge de travail variant de 70 à 80 % de la cote affichée. Si on se donne la peine d'appliquer ce coefficient, on découvre qu'il est permis de conclure à un optimisme que la prochaine édition du catalogue devrait confirmer, même si demain nous ne deviendrons pas tous des millionnaires du timbre. Il convenait de retrouver un climat de confiance. beaucoup d'éléments du nouveau catalogue vont dans ce sens et rappelle que la poule aux œufs d'or n'est pas pour une discipline aussi précise et suivie que la philatélie.

Philippe PUFFET