

LE MARCHÉ DU TIMBRE ET SON ÉVOLUTION

Entretien avec un expert

Jean VARGA, Directeur Général de Théodore Champion S.A.

Fondée en 1902, Théodore Champion mène une double activité commerciale dans le monde du timbre : le négoce traditionnel et, depuis trente ans, un secteur de diffusion des nouvelles émissions du monde entier auprès des professionnels français et européens grâce au statut de représentant officiel de plus de 40 administrations postales. Parallèlement, Théodore Champion assure les travaux de rédaction et de cotation du catalogue Yvert e& Tellier.

Comment s'établit la cote d'un timbre ?

Il faut distinguer cote et liste. La liste permet de savoir ce qu'il faut collectionner. La cote, ou le prix, autorise l'échange de timbres, la transaction entre négociants et collectionneurs. La liste est exacte et exhaustive. La cote, tout en finesse, apporte un ordre d'idées de la valeur d'un timbre. Dès qu'un timbre est émis, nous lui attribuons une cote. Notez que si taxes, frais et marge commerciale entrent en compte pour un timbre étranger, il n'existe pas de frais d'approche pour son équivalent français. Pourtant, le timbre courant à 2,80 F. est coté 5,50 F. dès sa sortie. Ainsi, les cotes des nouveautés françaises ne lèsent pas les collectionneurs mais les autorisent à mettre leurs timbres à parité avec les étrangers. C'est une condition indispensable aux échanges entre philatélistes.

Combien de timbres cotex-vous chaque mois ?

Nous recensons environ 1 000 timbres nouveaux chaque mois. Leur

valeur moyenne est de 6 à 7 francs par timbre, pour une valeur faciale généralement équivalente à trois francs. L'accès à ces nouvelles émissions n'est pas toujours facile : il faut se procurer certains timbres par l'intermédiaire de correspondants privés, vérifier leur origine, attendre l'évolution des pays émetteurs (pour les pays de l'ex-URSS, nous sommes très prudents), savoir si ces timbres jouissent d'un statut postal local ou international...

La cotation est beaucoup plus intéressante pour les timbres anciens. Quand le timbre quitte la poste (après six mois à un an de vente), il entre vraiment dans notre domaine.

Comment la cote évolue-t-elle par la suite ?

Dans les périodes prospères, les timbres prennent régulièrement de la valeur. Mais durant les moments de crise, nous n'aimons pas baisser les prix. Les timbres ne sont pas des actions et leur négoce n'est pas la bourse. La philatélie n'est pas un marché élastique, mais psychologique. De trop

grandes fluctuations dissuadent les collectionneurs, sensibles au prix des timbres, de continuer leur collection.

Il existe deux grands canaux de vente des timbres : la vente sur offre qui s'apparente à une vente aux enchères sans commissaire priseur, et la vente à prix nets.

Les grandes ventes influencent la cotation sans la bouleverser. Elles ne reflètent qu'une tendance à confirmer et le prix des timbres dépend étroitement du nombre et du désir des acheteurs présents. Prenons l'exemple des «Post Office» de l'île Maurice : leur cote a évolué régulièrement entre 1985 et 1991, passant, pour le Penny orange (le plus rare) de 3 à 4 millions de F., alors qu'aucune vente n'avait eu lieu.

Nous avons augmenté leur cote alors que certains possesseurs cherchaient vainement à vendre leurs exemplaires. Une politique collant aux événements aurait imposé une stag-



nation des cotes. Nous préférons nous projeter vers l'avenir.

En 1994, un Penny orange s'est vendu pour 8 millions. Nous avions donc eu raison. Remarquez qu'après cette vente, notre cote n'est pas passée à 8 millions pour 1995, mais à 5 millions.

Ainsi, lorsqu'une vente spectaculaire a lieu, nous ne répercutons pas intégralement les variations. Nous en tenons compte, mais avec mesure.

Comment définiriez-vous le marché du timbre aujourd'hui ?

Depuis 7 ou 8 ans le marché est assez mal orienté : la notion de rabais est forte et les cotes servent de repères aux négociants pour justifier d'importantes remises. Mais le marché retrouvera son équilibre. Songez qu'en 1933 les prix ont baissé de près de 90% à cause de la crise.

J'insiste sur le fait que le timbre ne favorise pas la spéculation, c'est un marché qui ne permet pas de contrepartie rapide. Les variations sont faibles, et il est rare qu'une cote évolue brusquement.

Quels événements provoquent des évolutions soudaines ?

Le plus souvent, ce sont des événements inattendus qui supposent que le timbre aura une émission très réduite. Parmi ceux-ci, le retrait subit des bureaux de poste pour cause d'erreur, ou d'évolutions politiques est le plus courant. L'histoire récente du Congo fournit à ce titre un exemple évocateur : les postes autochtones avaient émis un timbre à l'effigie de Fulbert Youlou, chef de l'Etat. Peu après l'émission, celui-ci est renversé, et le timbre immédiatement retiré. Devenu très rare, le timbre a pris une forte valeur.

A l'inverse, un timbre très bien coté perd de sa valeur si l'on en découvre un lot important, ce qui arrive parfois.

Comment le collectionneur devient-il spéculateur ?

Le timbre est un objet de collection avant d'être un sujet de spéculation. Reste que chez tout collectionneur se cache un calculateur. A cause de nous, en quelque sorte,

puisque nous introduisons des chiffres dans sa collection.

Les vrais investisseurs sont rares : ce sont souvent des collectionneurs qui disposent de moyens élevés, et parfois des spéculateurs qui jouent sur le timbre en attendant un placement plus rentable.

Les philatélistes fortunés, que l'on rencontre dans les grandes ventes, se battent moins pour obtenir des timbres susceptibles de plus values importantes que pour en être les possesseurs exclusifs. Pour eux, l'important est d'être les premiers, les seuls à avoir le timbre ■