

QUELQUES VÉRITÉS PREMIÈRES  
oo

La voix de la raison est celle qui se fait le plus difficilement entendre. Les collectionneurs expérimentés peuvent constamment le vérifier. Ils ont beau multiplier les avis les plus sages, rares sont ceux qui les écoutent et ils ne font le plus souvent que prêcher dans le désert. Bizarrement, les vérités premières, celles qui sont les plus évidentes, les plus logiques, les plus claires, sont celles qui sont le moins entendues. Et tout aussi bizarrement, ce sont précisément ceux qui auraient le plus besoin de conseils qui forment le public le plus inattentif.

Mais il paraît qu'à force de frapper sur le clou, on finit par l'enfoncer. Aussi, à l'intention de cet auditoire dédaigneux, prenons le risque de répéter quelques-unes de ces vérités premières qui font le bon philatéliste.

On a, par exemple, affirmé des centaines de fois que les joies et les profits de la philatélie étaient surtout réservés à ceux qui étudient le timbre sous tous ses aspects et qui font l'effort d'acquérir une forte somme de connaissances.

Nulle science n'est plus accessible que la philatélie. Il n'existe aucun autre passe-temps qui ait donné naissance à une aussi abondante littérature, et tout un étage de l'Albertine suffirait à peine à abriter tous les livres spécialisés qui ont été publiés dans le monde. La quantité de revues et de publications éditées chaque semaine n'est pas moins impressionnante. Elle s'élève à plusieurs milliers. Et que constate-t-on ?

La plupart de ces livres n'ont été tirés qu'à deux ou trois cents exemplaires. Quant aux revues, la plus populaire d'entre elles, imprimée aux Etats-Unis, n'atteint qu'un tirage de 70.000 numéros, nombre qui fait cependant rêver tous les autres éditeurs du globe qui, dans le meilleur des cas, ont quelque peine à franchir le cap des 10.000. Si l'on relève la fréquentation des sociétés philatéliques, on en arrive aux mêmes constatations décevantes. Il faut encore une fois franchir l'Atlantique pour découvrir que la plus importante association mondiale, l'American Philatelic Society, ne compte que 50.000 membres. Elle est suivie par la Society of Philatelic Americans avec ses 20.000 adhérents. Ces nombres sont minimes par rapport à la population. Ce sont pourtant deux sociétés géantes si on les compare à toutes les autres et surtout à celles de l'ancien continent où un cercle qui réunit plus de deux cents participants peut être considéré comme exceptionnellement florissant.

Il existe pourtant dans tous les pays des centaines de milliers de collectionneurs et, dans le monde, plus de trente millions de personnes achètent régulièrement des timbres de collection. Moins de cinq pour cent d'entre eux lisent assez et fréquentent des cercles. Où donc les autres recherchent-ils leurs informations ? La seule réponse possible est qu'ils n'en cherchent pas !

C'est ainsi qu'il existe bien des gens qui ne placeraient pas cent francs en valeurs boursières sans prendre l'avis

(suite de la page 3)

d'un agent de change, mais qui n'hésitent pas à investir aveuglément en timbres-poste des capitaux considérables. Ces gens-là sont plus nombreux qu'on pourrait le croire et on les rencontre fréquemment.

La dernière en date de ces rencontres que j'ai faites est celle d'un industriel qui, depuis vingt ans, achète à chaque apparition de nouveaux timbres de Belgique, de France, de Luxembourg et des Pays-Bas, cinquante séries complètes et vingt enveloppes premier jour. Il m'a fièrement exhibé sa "collection" en me vantant longuement l'excellence de son placement, "car la cote de tous ces timbres atteint aujourd'hui plusieurs centaines de milliers de francs".

Questionné au sujet des raisons qui l'avaient poussé à accumuler une telle quantité de timbres modernes et au sujet de la personne qui lui avait suggéré ces achats, il m'a fait cette réponse surprenante : "Mais je n'avais pas besoin qu'on me les suggère, chacun sait que le timbre-poste est le meilleur des placements !"

Peut-on comprendre que cet industriel, par ailleurs habile et prospère en affaires et qui prend certainement garde d'étudier le marché avant de lancer de nouveaux produits, ait ainsi entrepris une collection coûteuse et vaine en se basant uniquement sur un très vague "on-dit" ? Précisons qu'au moment de notre entretien, il ne savait toujours pas qu'existe une nette différence entre les cotes du catalogue et les prix d'achats effectivement pratiqués.....

Roger V E R V I S C H  
de l'Académie de Philatélie.

QUELQUES VERITES PREMIERES  
oo

(suite du N° 234)

S'ils est difficile de faire admettre à la grosse majorité des collectionneurs qu'ils doivent s'astreindre à une initiation précise, il existe une autre de ces vérités premières qu'ils admettent encore plus difficilement. Elle s'énonce pourtant simplement : les marchands de timbres-poste - les marchands sérieux, bien entendu - sont non seulement indispensables, mais sont les plus sérieux alliés des philatélistes et, souvent même, leurs meilleurs amis. Ce sont, en tout cas, les conseillers les plus indiqués.

En règle générale, les négociants en timbres-poste sont des mal-aimés. Parce que leur profession, comme toutes les professions, est encombrée de quelques brebis galeuses, il est assez fréquent de leur attribuer plus de vices que de vertus. Il faut cependant constater, encore une fois, que leurs détracteurs se recrutent surtout dans la catégorie des collectionneurs mal informés, donc ceux qui connaissent des déboires et qui rendent les autres responsables d'erreurs dues uniquement à leur propre ignorance.

Le philatéliste averti sait, lui, que collectionneurs et marchands sont solidaires, qu'ils ne peuvent se passer les uns des autres et que la collection de timbres-poste n'aurait jamais connu la vogue qui est la sienne s'il ne s'était créé, par l'existence même des négociants, un marché fort actif et international. N'oublions pas non plus que c'est en grande partie grâce à eux qu'existent la plupart des revues et des catalogues. Certes, les négociants en timbres-poste ne sont pas des philanthropes. Ils sont là pour faire des bénéfices. Mais n'est-ce pas légitime ? Il ne viendrait à l'idée de personne de contester le profit que réalise l'épicier ou le marchand de chaussures. Dans le domaine qui nous occupe, l'idéal serait, pour certains, que les marchands de timbres vendent uniquement à perte. On cite évidemment pour crier haro sur les marchands telle ou telle collection pour laquelle "on" n'a offert que vingt ou trente pour cent de la cote et même moins. Dit-on de quel genre de collection il s'agit ou à quel marchand on s'est adressé, on s'aperçoit qu'il s'agit d'une collection à peu près invendable ou d'un marchand en qui on ne pouvait avoir confiance. Il n'y a, par contre, pas d'exemple de collection bien tenue, proposée par un collectionneur qui sait exactement ce qu'elle contient et ce qu'il peut en espérer, qui n'ait pas fait l'objet, chez un négociant réputé, d'une transaction satisfaisante.

Et l'on revient toujours à la même constatation : le savoir paye. Il s'agit ici de savoir, non seulement la valeur exacte de ce qu'on possède, mais aussi de savoir à qui exactement ont peut, en toute tranquillité, s'adresser. Soulignons ici l'avantage qui existe à établir des relations suivies avec un ou deux marchands bien choisis.

Papillonner comme le font beaucoup de collectionneurs qui portent leur clientèle au hasard, tantôt ici, tantôt là, n'est pas la bonne méthode pour parvenir à des relations heureuses. Tous les commerçants apprécient les clients

fidèles et, dans le négoce du timbre-poste, plus que partout ailleurs, la fidélité mène rapidement à des contacts amicaux. La récompense s'obtient en d'agréables conversations, en de judicieux conseils et, accessoirement, en quelques bonnes pièces cédées à un tarif de faveur. Est-ce une vision idyllique des choses ? Je ne le crois pas. Deux négociants me sont devenus, au fil du temps, de véritables amis. Je n'ai qu'à m'en féliciter.

Roger V E R V I S C H  
de l'Académie de Philatélie

QUELQUES VÉRITÉS PREMIÈRES



(suite du N° 235)

Il n'y a pas d'occasion en philatélie. Voici encore une de ces vérités qui n'atteignent pas le grand public. La cote n'est qu'une indication approximative, la valeur d'un timbre étant surtout déterminée par sa rareté, son état, ses qualités ou ses défauts, les modes, les tendances du marché et, avant toute autre chose, par la demande. Un timbre peut être superbe, à peu près unique et fortement coté, sa valeur restera nulle si personne n'est disposé à l'acheter. Par contre, certains timbres qui ne sont pas vraiment très rares, comme le franc vermillon par exemple, atteignent des prix fort élevés parce qu'un grand nombre d'amateurs souhaitent se les procurer.

La qualité joue également un rôle important, le prix d'un timbre pouvant varier dans des proportions considérables selon qu'il est impeccable ou affligé de petits défauts. Par ailleurs, certains timbres à défauts gardent toute leur valeur parce qu'on ne les rencontre pas autrement. Tout est donc relatif.

Cependant, malgré tout et compte tenu de cette relativité, chaque timbre possède sa valeur propre, bien précisée. Cette valeur est connue et tous les philatélistes quelque peu expérimentés - et a fortiori les marchands - savent à quel prix minimum tout timbre peut être vendu. Les fluctuations autour de ce prix minimum ne varient que dans une marge étroite et, si des surprises peuvent se produire lorsqu'il s'agit d'une pièce de qualité, elles s'enregistrent plus souvent vers le haut que vers le bas. Les résultats obtenus dans les ventes publiques le prouvent à suffisance.

Ceci veut dire qu'il n'y a absolument aucune raison de vendre un timbre au-dessous de sa valeur réelle. Pourquoi le ferait-on ? Pour les beaux yeux de l'acheteur ? Ceci veut également dire que tout timbre vendu à un cours très inférieur à celui du marché est un timbre qu'il faut suspecter. Faire, comme certains collectionneurs le font, la chasse constante aux occasions est le meilleur moyen de placer dans ses albums une quantité de timbres défectueux, faux, réparés ou trafiqués d'une façon quelconque.

Les seules occasions qui peuvent être réellement réalisées - celles qu'en jargon philatélique on appelle des "chopins", sans doute parce qu'elles sont réservées à ceux qui "connaissent la musique" - les seules véritables occasions donc sont celles qu'on peut acquérir grâce à des connaissances spéciales qui donnent à celui qui les possède un avantage sur celui qui ne les possède pas. Les variétés, les oblitérations, l'histoire postale, les pays négligés sont des domaines où le "chopin" existe. Il peut aussi arriver que, par exception, un bon timbre n'atteigne pas en vente publique son prix usuel. Mais, hors de quelques secteurs privilégiés et de quelques coups de chance, l'"occasion" profite surtout au vendeur. En abaissant ses prix bien en deçà de ceux qui sont habituellement pratiqués, il fait rarement autre chose que de tenter de se débarrasser d'une marchandise défectueuse ou autrement invendable.

(suite page 4)

Entendons-nous bien, je ne condamne pas l'occasion qui dit ouvertement ce qu'elle est, c'est-à-dire le timbre vendu à prix réduit parce qu'il présente l'un ou l'autre défaut ou parce qu'il est peu recherché. Mais ceci à condition que soit affirmée la raison qui motive le rabais. C'est un procédé de vente admissible qui peut même parfois être utile aux collectionneurs et c'est celui que pratiquent la plupart des négociants.

Mais peut-on vraiment parler ici d'occasion ? Ne faudrait-il pas plutôt dire qu'il s'agit de l'ajustement d'un prix en fonction de la qualité ou de la demande, c'est-à-dire, tout compte fait, d'un prix exact ? Non, en philatélie, l'occasion n'existe pas.

Roger V E R V I S C H

de l'Académie du Philatélic

Extrait du "Balasse Magazine N° 261"