

# Savoir poser la bonne question

Quel avenir pour la philatélie ? Cette question est de plus en plus souvent proposée comme thème de débats tant en France qu'à l'étranger. A croire que beaucoup de collectionneurs s'interrogent sur la finalité de leur hobby mais oublient les conditions dans lesquelles ils le pratiquent.

On notera tout de suite que ce ne sont pas les collectionneurs isolés qui sont inquiets mais bien les autres, ceux qui appartiennent aux structures associatives. Et qui ne sont pourtant pas les plus nombreux !

Si problème il y a, celui-ci est sans doute mal posé et la question mentionnée plus haut est indéniablement mal formulée. La philatélie, quoi que certains en disent, existera toujours. Elle a un passé suffisamment riche et dense, son histoire est intimement mêlée à la grande Histoire, celle qui s'écrit avec un grand H. Elle fait incontestablement partie de notre patrimoine. Alors pourquoi les collectionneurs du futur ne s'intéresseraient-ils pas à elle ?

Les appréhensions des philatélistes se fondent sur plusieurs faits. Ce sont d'abord les comportements de certaines administrations postales devenues de véritables entreprises affairistes avec des politiques commerciales agressives. Elles veulent vendre de plus en plus de timbres aux collectionneurs néophytes, augmentent leurs chiffres d'affaires en commercialisant des produits philatéliques dérivés, comme les enveloppes Premier jour, les encarts, les gravures, les tee-shirts, les cravates, etc., toutes sortes d'objets qui n'ont de « postal » que le nom et dont l'intérêt philatélique est plus que discutable. Tout cela en se contrefichant de savoir si ces collectionneurs en herbe seront effectivement intéressés.

Il y a ensuite les associations, souvent incapables de dispenser les conseils qu'on attend d'elles. Dans la majorité des activités, prati-

quer la compétition est généralement stimulant et crée l'émulation. En philatélie, c'est tout le contraire : les difficultés pour exposer, les rigueurs des réglementations sont telles qu'elles sclérosent plus la philatélie qu'elles ne l'encouragent. D'ailleurs si tout le monde constate la désaffection patente des visiteurs devant certains panneaux d'exposition, personne ne réagit pour remédier à ce mal qui sévit depuis nombre d'années.

Il faut également citer les négociants, qui estiment bien remplir leur rôle en se souciant plus de réaliser immédiatement la bonne affaire que de choyer leur clientèle. Et si beaucoup se plaignent de l'époque actuelle peu propice, selon eux, au commerce, ils oublient simplement que leurs clients pourraient être plus nombreux s'ils les conseillaient mieux, s'ils les guidaient judicieusement dans leurs achats, s'ils les aidaient mieux à constituer de bonnes collections.

Pour vivre heureux, vivons cachés, dit le proverbe. C'est effectivement le choix auquel arrivent de nombreux collectionneurs qui, en s'isolant, ont la sensation de se sentir mieux protégés contre les agressions philatéliques des uns et des autres. Mais ce n'est peut-être – et sans doute pas la meilleure – des solutions. Si la philatélie est un « sport » de solitaire, elle peut aussi s'exercer dans la convivialité car elle se nourrit des recherches des uns et des autres.

Alors au lieu de s'interroger sur son devenir, les différents intervenants devraient peut-être poser le problème en d'autres termes : il ne s'agit pas uniquement de se demander comment faire pour gagner de nouveaux clients à la philatélie, mais aussi et surtout comment faire pour qu'ils deviennent durablement des collectionneurs.

**Michel MELOT**