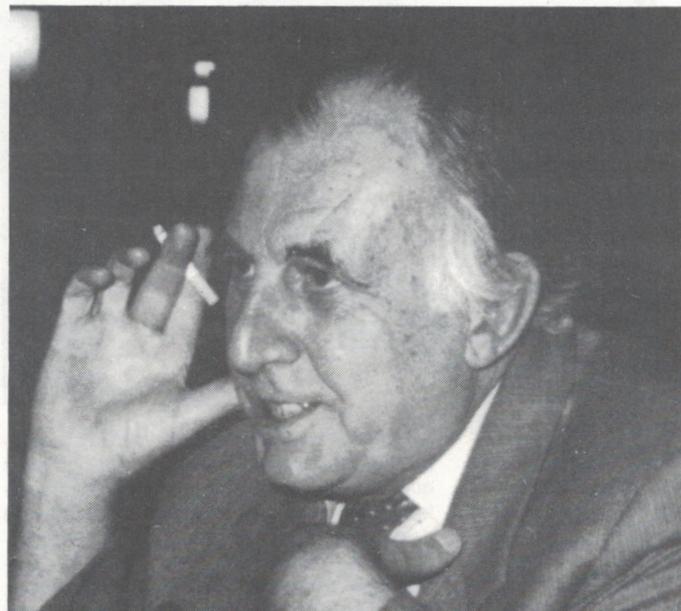


# Comment se porte la philatélie au Québec?

NORMAND CARON

Il y a quelques semaines, *Philatélie Québec* rencontrait quelques intervenants importants dans le domaine de la philatélie au Québec dans le but de faire le point sur l'état de ce passe-temps chez-nous et sur ses perspectives d'avenir. Pour ce faire nous avons réuni un groupe composé de madame Lyse Darnell, présidente de l'A.Q.P.P. (Association québécoise des professionnels de la philatélie — chapitre québécois de la Canadian Stamp Dealers' Association); monsieur Alain Hétu de la section mise en marché de la Société canadienne des postes, division de Montréal; monsieur Denis Masse, journaliste et auteur de la rubrique hebdomadaire de philatélie dans le quotidien montréalais *La Presse*; monsieur Richard Gratton, président de la Fédération québécoise de philatélie et monsieur François Brisse, philatéliste, rédacteur de *Philatélie Québec*.

On ne sait pas exactement combien il y a de philatélistes chez-nous. Le centre philatélique de la S.C.P. (Société canadienne des postes) à Antigonish possède plus de 38 000 inscrits à son programme de nouveautés au Québec. Si on ajoute à ce chiffre les philatélistes qui achètent leurs timbres canadiens ailleurs et tous ceux qui n'achètent pas de timbres ou ne collectionnent pas les timbres canadiens, on s'en-tend assez bien pour dire qu'on devrait compter



Monsieur Denis Masse, auteur de l'article controversé *Le déclin de l'empire philatélique* publié dans *la Presse* en juillet dernier, n'a reçu qu'une dizaine de lettres à ce sujet... dont plus de la moitié pour le féliciter!



Tous les domaines de la philatélie étaient représentés; de gauche à droite, François Brisse de Philatélie Québec, Richard Gratton de la F.Q.P., Lyse Darnell, de l'A.Q.P.P. et Alain Hétu de la S.C.P.

au Québec environ 80 000 collectionneurs de timbres sur les 200 000 que comporte le Canada.

Pour l'A.Q.P.P., le tableau semble favorable. On y diagnostique la philatélie comme étant saine. Le film *Les Aventuriers du timbre perdu* et les promotions de la Société canadienne des postes ont créé un nouvel intérêt et Montréal, avec ses trois maisons d'encans, ses

maisons d'éditions, a tous les atouts de devenir le centre philatélique du Canada. La S.C.P., elle, est satisfaite de ses ventes philatéliques qui ne représentent toutefois que de 1,5 à 2% de ses revenus.

Toutefois, du point de vue de la presse, de la F.Q.P. (Fédération québécoise de philatélie) et du point de vue même des philatélistes, il semblerait qu'il existe un certain malaise.

37

Déjà, la série d'articles de Denis Masse, *Le déclin de l'empire philatélique*, publiée dans *La Presse* du 22 au 25 juillet dernier a fait pousser de hauts cris. «Je n'ai pourtant curieusement aucune vision de la philatélie» déclare monsieur Masse. «Je ne suis qu'un témoin. Je me contente de rendre compte de ce que je vois, de ce que j'entends. Je ne suis pas dans le commerce et je ne suis pas placé pour connaître l'état de la philatélie. Je suis journaliste». Malgré le tollé qu'ont déclenché ses textes, il ne s'explique pas pourquoi il n'a reçu qu'une dizaine de lettres, dont plus de la moitié pour le féliciter... Pourtant les marchands ne sont pas contents. Lyse Darnell constate même une baisse dans ses ventes depuis la publication des articles alors que le marché de la monnaie, lui, est resté stable. Alors que dans *la Presse* est dénoncé le triste sort qui attend ceux qui veulent revendre leurs timbres, tous les intervenants, y compris l'A.Q.P.P. et la S.C.P. s'entendent pour dire que la philatélie n'est définitivement pas un investissement mais plutôt un hobby. Tous insistent là-dessus! «On ne voit plus de clients qui achètent du timbre pour l'investissement. Si on a un client qui parle investissement au comptoir, on le décourage. Si vous voulez collectionner des timbres, ce n'est qu'un passe-temps. C'est, je pense une politique commune à tous les membres de l'A.Q.P.P. et la plupart des marchands voient ça de la même façon» ajoute même Lyse Darnell. Information prise, le phénomène semble à peu près identique du côté des comptoirs philatéliques de la S.C.P.

Comme le souligne François Brisse, l'article de Denis Masse ne parlait pourtant pas de la philatélie mais plutôt d'un point de vue sur la philatélie et il souhaite y voir une suite qui expliquerait tous les plaisirs que les gens peuvent retirer de ce

Entre Lyse Darnell, présidente de l'A.Q.P.P. et Alain Hétu de la S.C.P., la discussion a surtout porté sur les politiques de mise en marché des produits philatéliques à la Société canadienne des postes.

38



passe-temps. «La philatélie c'est aussi les thématiques, le plaisir, la satisfaction, la connaissance. Beaucoup de gens collectionnent les timbres simplement pour s'amuser, pour se divertir, pas pour faire des sous...même si on en dépense beaucoup.» Comme le mentionne d'ailleurs très justement Richard Gratton: «On va tous mourir avec nos timbres!».

Richard Gratton est quand même d'avis que la philatélie se porte mieux qu'il y a quelques années. «Regarde la qualité de Philatélie Québec, la participation accrue des bénévoles à la F.Q.P., les ouvrages publiés au Québec, l'Académie québécoise d'études philatéliques. Toutes ces personnes et associations produisent et s'impliquent en philatélie. On constate qu'il y a une relève au Québec, qu'il y a des gens qui veulent travailler ensemble, qui désirent faire marcher la philatélie. À Philexfrance, par exemple, toute la participation jeunesse était assurée par des jeunes québécois de Saint-Roch-de-l'Achigan. L'avenir c'est les jeunes.» On peut peut-être attribuer ce fait à la position privilégiée du Québec puisque la F.Q.P. est subventionnée par le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, alors que les organisations philatéliques des autres provinces ne le sont pas, mais il n'en demeure pas moins qu'on dirait qu'ici la relève soit plus importante.

Et François Brisse, le philatéliste, de s'inquiéter cependant de la difficulté d'attirer de nouveaux collectionneurs. «La situation devient pire chaque année. D'une part, on observe que tout le monde fait des efforts: les marchands, la F.Q.P.; il y a eu le film, des brochures qui sortent, tout ceci pour relancer la philatélie mais d'un autre côté, je pense à la S.C.P. qui pour améliorer son image et la qualité de son fonctionnement, en arrive à offrir des services qui n'utilisent plus

de timbres... La poste prioritaire, les enveloppes pré-affranchies, les livraisons par camions qui se font par des entrepreneurs privés, les affranchissements mécaniques. On dit à un jeune de collectionner les timbres qu'il reçoit à la maison et quand je regarde mon courrier, je constate qu'il n'y a quasiment plus de timbres. Quand avez-vous reçu la dernière fois un colis avec un timbre à 1\$, 2\$ ou 5\$? La source de timbres est en train de s'amenuiser et les sources de timbres à bon marché deviennent rares pour les jeunes débutants.»

Il faut admettre pourtant que la Société canadienne des postes, dans un premier temps, est là pour donner un service; les timbres qu'elle produit le sont pour accommoder les gens qui travaillent au service. La philatélie c'est un à-côté que les gens ont découvert et se sont approprié. La S.C.P. s'est pliée à l'usage et a commencé à proposer toutes sortes de produits: les PPJ, les blocs de coins, les timbres commémoratifs. «On en émet un peu plus que les besoins» avoue Alain Hétu. «On ne changerait peut-être pas aussi souvent de design si ce n'était pas des philatélistes». Il semble, toujours, selon Alain Hétu, que le nombre total de timbres de 0,38\$ (d'usage courant et commémoratifs) émis dans un année couvre tous les besoins. «Mais si ce n'était des philatélistes, les postes ne changeraient peut-être pas aussi souvent de design. On a embarqué dans la philatélie. Les gens s'intéressent à la philatélie? On va leur en faire des timbres et ainsi répondre à leurs besoins». Il est évident qu'avec un pauvre 1,5% des revenus (la seule augmentation enregistrée est de 4,5% par année soit une augmentation correspondant à l'augmentation du coût de la vie), la philatélie ne peut quand même pas parler aussi fort que les autres services de la poste. Toutefois, un chan-

gement récent de structure au niveau de l'administration jette une prometteuse lueur sur l'avenir de la philatélie à la S.C.P. Maintenant, quatre personnes ont été nommées pour s'occuper particulièrement de la philatélie. Auparavant ce poste n'existe pas et c'était la section des *Produits des détails*, incluant tous les produits des postes, qui s'occupait de la philatélie. Espérons que ces nouveaux responsables seront à l'écoute des collectionneurs.

Tous les intervenants semblent cependant se liguer contre la S.C.P. quand on en vient à mentionner ses politiques d'émission et de mise en marché.

«La S.C.P. a une mission plus grande que le simple service postal, elle doit faire connaître au monde entier nos gloires nationales. Tous les pays se servent de la philatélie pour se faire connaître» de lancer Denis Masse. On s'entend finalement sur le fait que le nombre d'émissions par année est relativement raisonnable, surtout lorsqu'on le compare au nombre d'émissions de pays comme l'I.U.R.S., les États-Unis ou même la France. C'est plutôt sur les tirages, la durée de vie du produit et sur l'élimination des stocks restants que le bâ blesse.

En effet, par rapport à la population et au nombre de collectionneurs, les émissions semblent trop importantes. Si on compte une quinzaine de millions de timbres pour chaque nouvelle émission et qu'on admet qu'il y ait environ 200 000 collectionneurs au Canada, si on ajoute que chacun garde une, deux ou trois copies, il en reste tout de même des millions qui flottent partout. En France, par comparaison, on émet en moyenne 8 millions de timbres pour 50 millions d'habitants. La proportion de timbres émis au Canada par rapport à la population demeure de l'avis de tous trop importante. Si on coupe le nombre de moitié, les timbres augmenteront de valeur et les gens, pas seulement au Canada mais à l'étranger, seront intéressés à les collectionner. C'est quand il n'y en a pas pour tout le monde que les gens se jettent sur les produits disponibles. Malheureusement, si on veut, l'émission de timbres au Canada est basée sur une idée politique qui veut qu'il y ait un timbre pour chaque Canadien. Il en résulte donc que, même dans le cas des émissions se tenant où on divise les 15 millions par deux ou par quatre, le timbre n'est pas encore très difficile à trouver et donc, pas très recherché. Et si on réduit trop le nombre de timbres émis, on risque de voir disparaître les nouvelles émissions dans les collections de timbres neufs sans qu'il en reste pour la poste, donc par conséquent, pour les collectionneurs de timbres usagés. Cruel dilemme!

Et si c'était le seul problème...

«Auparavant, avoue Alain Hétu, la durée de vie d'un produit était de deux ans. Au bout de deux ans, on détruisait les stocks restants. On a changé la politique et aujourd'hui on essaie par tous les moyens d'écouler complètement le produit».

Les marchands trouvent naturellement nuisible pour le commerce, nuisible pour le collectionneur et nuisible pour la philatélie que l'on puisse encore, après trois ou quatre ans, se procurer certains timbres canadiens sous forme de collections-souvenirs dans les comptoirs philatéliques de la S.C.P. «S'il n'y avait plus de marché secondaire dans les bureaux de poste, les gens viendraient chez les marchands pour acheter leurs timbres, les marchands s'approvisionneraient au bureau de poste de quantités importantes avant que les timbres ne soient retirés de la vente: cela ferait boule de neige. Comme la S.C.P. ne détruit pas les stocks invendus, les marchands ne sont pas obligés de les stocker et on les achète au fur et à mesure. Pensons seulement qu'on vient tout juste de retirer les collections-souvenirs 1984 des comptoirs philatéliques. La valeur des timbres ne monte pas car ils restent simplement trop longtemps sur le marché».

Si on observe, par exemple, la politique d'émission des timbres-canards (timbres fiscaux pour les permis de chasse), leur cote a rapidement évolué car ils ont eu une vie très courte sur le marché. Ceux qui les ont achetés au début sont contents de voir les prix qu'ils réclament aujourd'hui et ceux qui les achètent aujourd'hui paient le prix sans discuter car la cote monte toujours et ils ne peuvent se le procurer ailleurs que chez les marchands.

Richard Gratton pour sa part avance que ce serait bien si les marchands se liguaient pour vendre au prix du catalogue. «Ainsi, quand vient le temps d'acheter une collection, ils l'achèteraient à un prix raisonnable pour faire un profit raisonnable et cela serait intéressant pour tout le monde. On peut facilement acheter un peu partout des timbres neufs à 20% sous la valeur faciale. Si l'association des marchands se tenait les coudes et décidait: "À partir d'aujourd'hui, on ne fait plus cela et si quelqu'un le fait, il n'est plus dans notre association", les prix seraient plus réalistes. Les marchands se tiennent beaucoup plus en Europe!»

Il faut cependant donner raison à Lyse Darnell lorsqu'elle fait remarquer que l'achat et la vente sous la valeur faciale a commencé avec les investisseurs et non pas avec les marchands. Ce n'est en effet pas leur intérêt de faire ça. Pourtant, il semblerait bien que certains le fassent quand même, les Postes entre autres...

«Si ce sont des timbres de collection, on refuse carrément de les reprendre», réplique monsieur Hétu. On rachètera des timbres dans certains cas très particuliers comme, par exemple, dans le cas où un client a acheté des timbres en quantité (des timbres d'usage courant ou des commémoratifs récents et en feuilles) et vient de s'acheter une machine à affranchissement mécanique. Il ne faut absolument pas que ce soit des timbres de collection ou d'investisse-

ment et les cas demeurent quand même assez rares. On charge 10% de frais pour ces achats».

Il est à remarquer comment, dans tous les milieux concernés, il est difficile de dissocier l'investissement et la philatélie. On en revient toujours aux mêmes notions, aux mêmes mauvaises habitudes de prêcher la philatélie-hobby et de toujours parler d'argent. Que le monde est plein de contradictions!

Pourtant la principale préoccupation devrait être l'avenir de la philatélie. La F.Q.P. mise beaucoup sur la formation des jeunes. Elle propose des stages, essaie d'inciter les gens à collectionner les timbres. L'A.Q.P.P. elle, de son côté appuie les jeunes et essaie d'aller vers eux. Elle est, en même temps, bien consciente que le jeune représente un pouvoir d'achat important. «Il n'est pas rare de voir à un comptoir de timbres, des jeunes de 9 -10 ans avec 25\$ à 30\$ dans leurs poches.» nous confie Lyse Darnell. Il semble que plusieurs marchands soient maintenant plus sensibilisés aux jeunes.

Cela on le remarque non seulement chez les marchands mais aussi chez plusieurs autres groupes rattachés au monde des timbres. Les résultats se font sentir et les marchands constatent que, depuis un peu plus d'un an, la philatélie remonte. «C'est déjà beau qu'on parle de l'avenir; il y a trois ans, il n'y en avait même

39



## Association québécoise des professionnels de la philatélie

Un groupe dynamique de négociants en timbres-poste  
à votre service pour vous faire plaisir  
avec confiance et satisfaction

Lyse Rousseau-Darnell: présidente  
Maria Botman: vice-présidente

Angelo Komatsoulis, secrétaire  
Rolland Arsenault, trésorier

A.Q.P.P.  
B.P. 1104, Succ. A  
Montréal (Québec) H3C 2X9  
Tél.: (514) 397-1502

**PHIL-EX** Canada

La tradition continue...

## EXPOSITION DE TIMBRES

HÔTEL ROYAL YORK

CANADIAN ROOM

100, rue Front Ouest, Toronto (Ontario) Canada

**12, 13 et 14 janvier 1990**

Vendredi le 12 janvier de 10h à 20h

Samedi le 13 janvier de 10h à 18h

Dimanche le 14 janvier de 10h à 17h

- 85 marchands internationaux
- Agences postales représentant 70 pays
- Conférences sur l'histoire postale, la collection thématique et l'initiation à la philatélie
- Stand-jeunesse: un endroit pour apprendre en s'amusant pour tous les jeunes philatélistes
- Présence des grandes sociétés philatéliques
- Oblitération spéciale et événements spéciaux
- À ne pas manquer!

**PHIL-EX Canada, Franck J. Buono**

Suite 030, C.P. 120, 65 rue Front Ouest  
Toronto (Ontario) Canada M5J 1E6  
(607) 724-4444

pas!» constate Lyse Darnell. Il y a de grosses améliorations: la Fédération fait face à une demande grandissante de ses services, les Postes ne fournissent pas à la demande avec le *Club des Aventuriers du timbre perdu*, tout le monde est sollicité de toute part.

Là où il n'y avait pas un jeune, on en a vu arriver deux, trois, puis sept et huit et maintenant c'est à la douzaine qu'ils font de la philatélie. Mais il faut s'adapter à eux, leur fournir de l'information à leur mesure et accessible via les médias qui les intéressent. Il faut maintenir l'élan, s'impliquer, les impliquer, les encadrer, les guider, il faut que tout le monde fasse son effort. Il faut sensibiliser ces adultes responsables de clubs qui n'acceptent même pas de jeunes à leurs réunions ou ces marchands qui tolèrent mal les jeunes dans leur commerce. À date on n'a pas vu de résultats bien concrets de ce côté. On n'a pas vu beaucoup d'argent investi pour faire ça non plus. Il est pourtant vital de faire une bonne publicité pour la philatélie aujourd'hui, sinon il n'y aura pas d'avenir!

40

Bien sûr plusieurs professionnels de la philatélie investissent beaucoup de temps, donnent toutes sortes de choses pour les jeunes. Malheureusement ce sont presque toujours les mêmes personnes ou les mêmes associations qui le font. Il est primordial de faire comprendre aux marchands qu'ils doivent bien accueillir les jeunes parce que présentement il n'est pas conseillé d'envoyer des jeunes seuls chez certains marchands ou dans une exposition de timbres. C'est pourtant là, après avoir rencontré tous les intervenants de la philatélie, qu'ils se retrouvent pour se procurer la matière première nécessaire à leur passe-temps: les timbres.

«Espérons que les gens qui nous liront auront le goût de s'impliquer» ajoute Richard Gratton. Depuis le temps qu'on demande des bénévoles et des budgets à la F.Q.P., on se sent souvent comme des «quêteux».



### LA TIMBROLOGIE

TIMBRES-ACCESSOIRES  
VENTE-ACHAT  
CANADA ET MONDE ENTIER  
THÉMATIQUES

1304, Bélanger Est, Montréal  
(Québec) H2G 1A1  
Tél.: (514) 495-3193

Guy Lafortune

# Les enveloppes aussi appelées plis

**YVETTE GAGNÉ**

(Société de Philatélie des Bois-Francs Inc.)

On se rappelle que le mois passé, dans la caisse à Médé, il y avait des accumulations d'enveloppes et de cartes postales. Aujourd'hui, le moment est venu pour lui, d'en faire le tri.

Sur l'entrefait, Francis arrive chez son grand-père.

**FRANCIS:** Hé Médé! Tu as commencé à trier tes enveloppes. Est-ce que je peux t'aider?

**MÉDÉ:** Certainement. Comme tu vois, j'ai déjà commencé à former deux piles: la pile des enveloppes que je veux conserver telle quelle et celle dont on pourra décoller les timbres.

**FRANCIS:** Comme cela, tu ne les décolles pas tous?

**MÉDÉ:** Certainement pas. Beaucoup de plis ou de cartes postales ont avantage à rester intacts. Regarde cette carte, par exemple. À première vue, tu y vois un timbre courant de la série *Edouard VII*. Enlève ce timbre de la carte. Il ne reste plus qu'un timbre bien banal, avec des lignes noires comme oblitération. Ça ne dit pas grand chose, comme tu vois (même si ça peut être tentant pour certains débutants de l'avoir pour boucher un trou dans leur album). Maintenant, regarde la carte plus attentivement, dans son ensemble.

**FRANCIS:** Je n'y vois pas grand chose de bien spéciale. J'ai hâte que tu m'expliques.

**MÉDÉ:** Porte d'abord attention à la date d'oblitération: 2 décembre 1903. C'est en pleine période d'utilisation soit de 1903 à 1908. Et

chose encore plus intéressante, c'est au début de la sortie de ce timbre émis le 1er juillet 1903. Quelques fois, on y retrouve la date exacte de la journée d'émission: ce qui fait un PLI PREMIER JOUR qui a réellement circulé. Un autre aspect encore plus intéressant: regarde le nom de l'endroit où il a été oblitéré.

**FRANCIS:** THREE RIVERS. Ah! Trois-Rivières en anglais! Mais ça n'existe plus sous ce nom-là!

**MÉDÉ:** C'est justement ce qui rend cette carte encore plus intéressante.

**FRANCIS:** Regarde, cette enveloppe-ci n'a même pas de timbre.

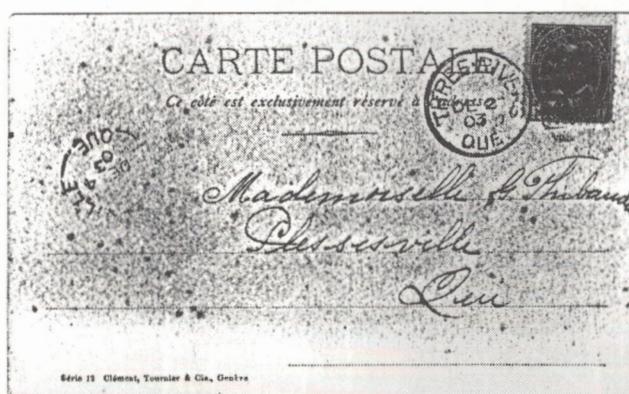
**MÉDÉ:** Ah! Je ne croyais pas trouver un «STAMPLESS» dans ce lot.

**FRANCIS:** Un «stampless»...?

**MÉDÉ:** Au Canada, le 1er timbre n'est apparu qu'en 1851. Cependant, la distribution du courrier se faisait bien avant cette date. Ce serait long à tout t'expliquer... Disons qu'à cette époque, on marquait les plis d'un cachet d'oblitération. Et cette coutume s'est maintenue quelques années après l'apparition des timbres. Ce sont ces PLIS SANS TIMBRES qu'on appelle en anglais des «stampless».

**FRANCIS:** Et ça vient d'Arthabaska, juste à côté de Victoriaville.

**MÉDÉ:** Là tu te trompes. En 1857, Arthabaska désignait un autre petit village voisin d'Arthabaska aujourd'hui nommé Norbertville. Depuis,



Three Rivers! Mais ça n'existe plus sous ce nom-là!