



Initiation à la philatélie

Grégoire Teyssier, courriel : gteyssier@videotron.ca



Les marques postales... Tout un univers !

Introduction générale/Objectif

Le but de cet article n'est pas de faire du néophyte un expert, ni d'explorer la myriade de marques postales existantes, mais simplement de démysterifier cet univers fascinant qui peut paraître très complexe et aride aux yeux du non initié bien qu'il ne le soit pas tant que cela en réalité.

À l'aide d'exemples (car une image vaut mille mots, surtout en ce domaine), nous tenterons de nous familiariser avec cet univers, de comprendre les finalités des marques postales, de réaliser l'importance qu'elles peuvent revêtir en philatélie, d'expliquer la façon de les collectionner et de les évaluer... Bref, nous verrons ce que les marques postales peuvent bien manger en hiver !

Et ce qui est intéressant, c'est que, quel que soit le pays concerné, même si les types de marques postales, les langues, les formes, etc. varient énormément d'un pays à l'autre, les principes fondamentaux que nous allons aborder sont généralement semblables : leur finalité, les grandes familles et usages des marques postales étant souvent quasiment les mêmes, quelles que soient leurs origines.

Plan

1. Définitions
2. Comment et pourquoi les marques postales sont-elles apparues
3. Les principales catégories de marques postales
4. Les marcophilistes
5. Sélection naturelle : Critères/Collection
6. Comment déterminer la valeur marchande d'une marque postale ?
7. Leurs relations avec la philatélie
8. Une espèce menacée...
9. Ressources : Pour en savoir plus
10. Conclusion

1. Définitions

Marque postale : Toute indication, qu'elle soit manuscrite, apposée avec un instrument manuel, appliquée mécaniquement ou électroniquement, que l'on peut trouver sur un objet ayant transité par un service postal afin d'attester de son traitement et de son parcours.

Marcophilie : L'étude spécialisée et la collection des marques postales.

Marcophiliste : Une personne presque normale... si ce n'est qu'elle consacre une partie de ses temps libres et... de son argent, à ce type de collection.

2. Comment et pourquoi les marques postales sont-elles apparues ?

Tout simplement parce que dès la création des premiers services postaux et surtout des premiers tarifs postaux, il est devenu évident qu'il fallait :

- Indiquer ledit tarif sur l'article posté afin que chacun puisse s'assurer qu'il est justifié (surtout qu'à l'origine et pendant près d'un siècle, du moins au Canada, la majorité du courrier était expédiée en port-dû, donc payable sur réception par le destinataire une fois le service rendu) ;
- Indiquer — un peu plus tard dans l'évolution que les tarifs — le nom de la ville de départ (et plus tard encore, d'arrivée), pour vérifier encore une fois que le tarif est justifié ;
- Indiquer, encore un peu plus tard dans l'histoire, les dates de départ, puis d'arrivée, afin de garantir que le délai de livraison soit normal/acceptable.
- Enfin, indiquer sur l'article expédié toute mention justifiant d'une prestation particulière, d'une anomalie ou d'un retard dans la livraison.

3. Les principales catégories de marques postales

3.a Les familles

- **Manuscrites : Plumes, crayons, stylos...**



Fig. 1 Tarif manuscrit, à la plume d'oie, « 2.16 » soit 2 pence et 16 grains d'argent (Monnaie « Avoir du poids » ou Penny-Weight) pour une lettre d'une feuille parcourant une distance comprise entre 61 et 100 miles selon le tarif en vigueur depuis 1765, sur lettre au départ de Québec pour Montréal datée de 1775.

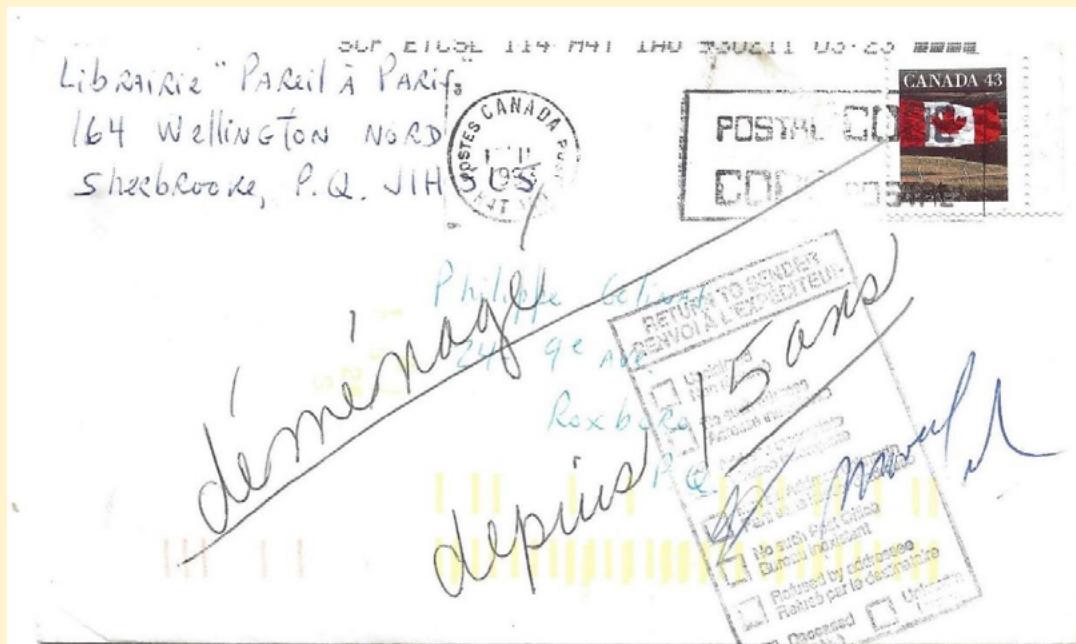


Fig. 2 « déménagé depuis 15 ans » — Marque manuscrite du facteur sur lettre moderne afin de justifier l'impossibilité de livraison.

- **Au tampon manuel**

Bien vite, afin d'alléger le travail des employés des postes, le volume de courrier à traiter ne cessant d'augmenter, des timbres manuels (tampons) furent fabriqués (d'abord localement, souvent par des imprimeurs de journaux locaux) puis, plus tard, de manière plus officielle par des entreprises spécialisées recevant des commandes spécifiques des administrations postales (Berri, Pritchard-Andrews, etc.).



Fig. 3 Marque de départ apposée à l'aide d'un tampon QUEBEC et une seconde marque, dite marque Bishop 23 MA (date) elle aussi apposée avec un tampon, au verso d'une lettre de Québec pour justifier du lieu et de la date de départ de cette lettre datant de 1779.

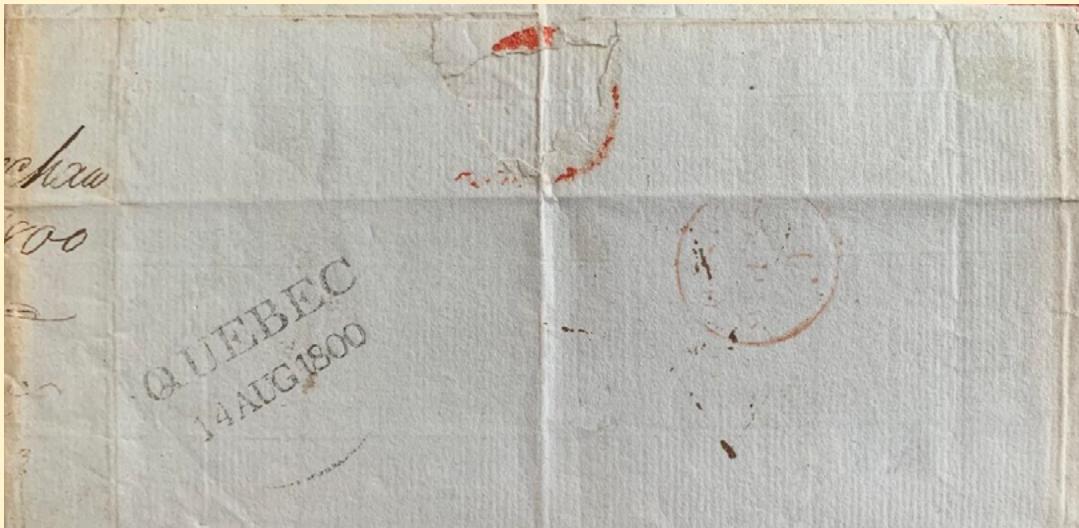


Fig. 4 Marque de départ combinée qui, en une même frappe au tampon, permettait d'apposer à la fois le lieu de départ (Québec) et la date : 14 AUG (August) 1800 (Indices interchangeables). Le travail du postier était alors simplifié et bien plus rapide que d'avoir à écrire le nom du bureau et la date, qui plus est à la plume d'oie.

- **Mécaniques — Appliquée à l'aide de machines (actionnées manuellement, puis électriques et électroniques)**

À partir de la fin du XIX^e siècle (1896 plus exactement pour le Canada), des machines d'abord manuelles, puis électriques ont été introduites. Ensuite, des machines électroniques ont été mises en service progressivement dans les bureaux de poste d'importance ; machines qui pouvaient à la fois trier le courrier et l'oblitérer.



Fig. 5 Oblitération mécanique dite « Drapeau », apposée à Toronto le 25 juillet 1901 par une machine *Bickerdike*.

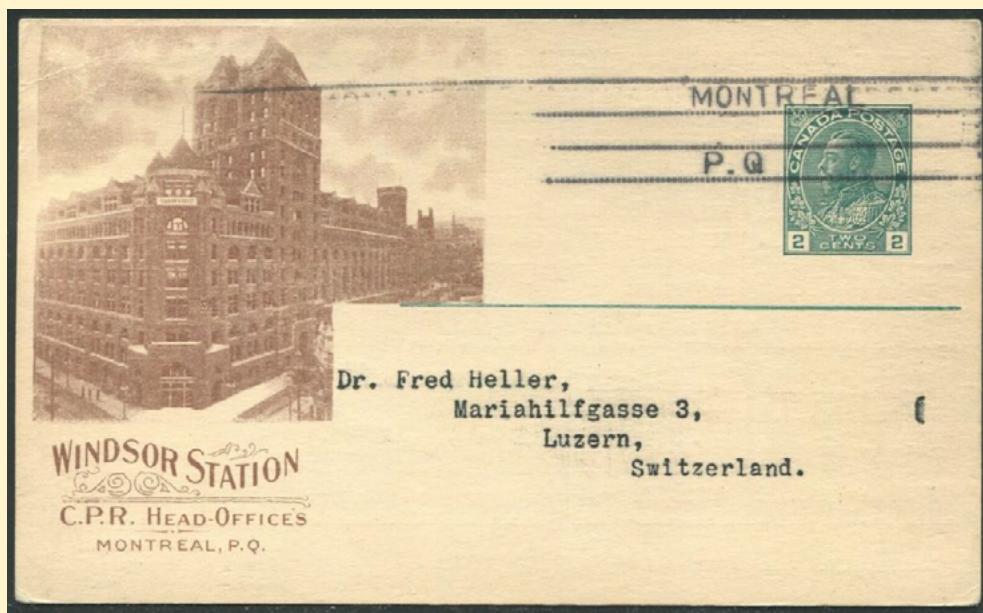


Fig. 6 Marque très particulière de Montréal apposée à l'aide d'une machine Lamoureux. Il s'agit d'une marque expérimentale dont la période d'usage a été très limitée et uniquement en service au bureau principal de Montréal.

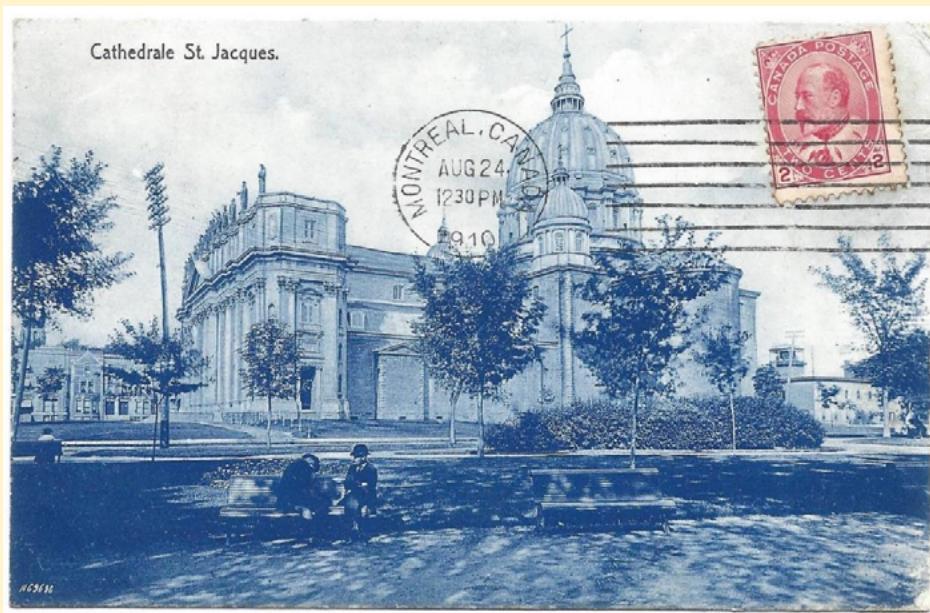


Fig. 7 Une oblitération mécanique d'Ottawa datée de 1913 sur une carte postale illustrée. Au demeurant bien ordinaire, il s'agit en fait d'un essai de la machine *Universal* dont l'usage est recensé à Ottawa du 25 juillet au 24 août 1910 seulement.

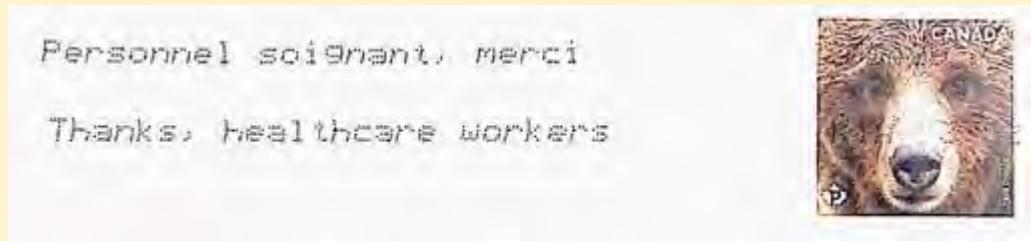


Fig. 8 Marque de machine électronique dite « Jet d'encre ou *Ink Jet* en anglais »



Fig. 9 Oblitération (bureau de poste militaire) mécanique manuelle de type « Rouleau » ou « Roller » en anglais.

3.b Les genres

Qu'elles soient manuscrites, apposées à l'aide d'un tampon manuel ou d'une machine, les marques postales existent par centaines de milliers, voire probablement par millions seulement pour le Canada. Chaque type ayant été créé et utilisé en vue de répondre à une finalité bien précise.

3.b.1 Marques de tarifs

Qu'elles aient été écrites ou apposées à l'aide de tampons, les marques de tarifs existent depuis 1763 au Canada et elles sont nombreuses dans leurs styles, leurs formes, et les monnaies utilisées (Penny-Weights, Pence Sterling, Pence Currency, Cents, etc.).

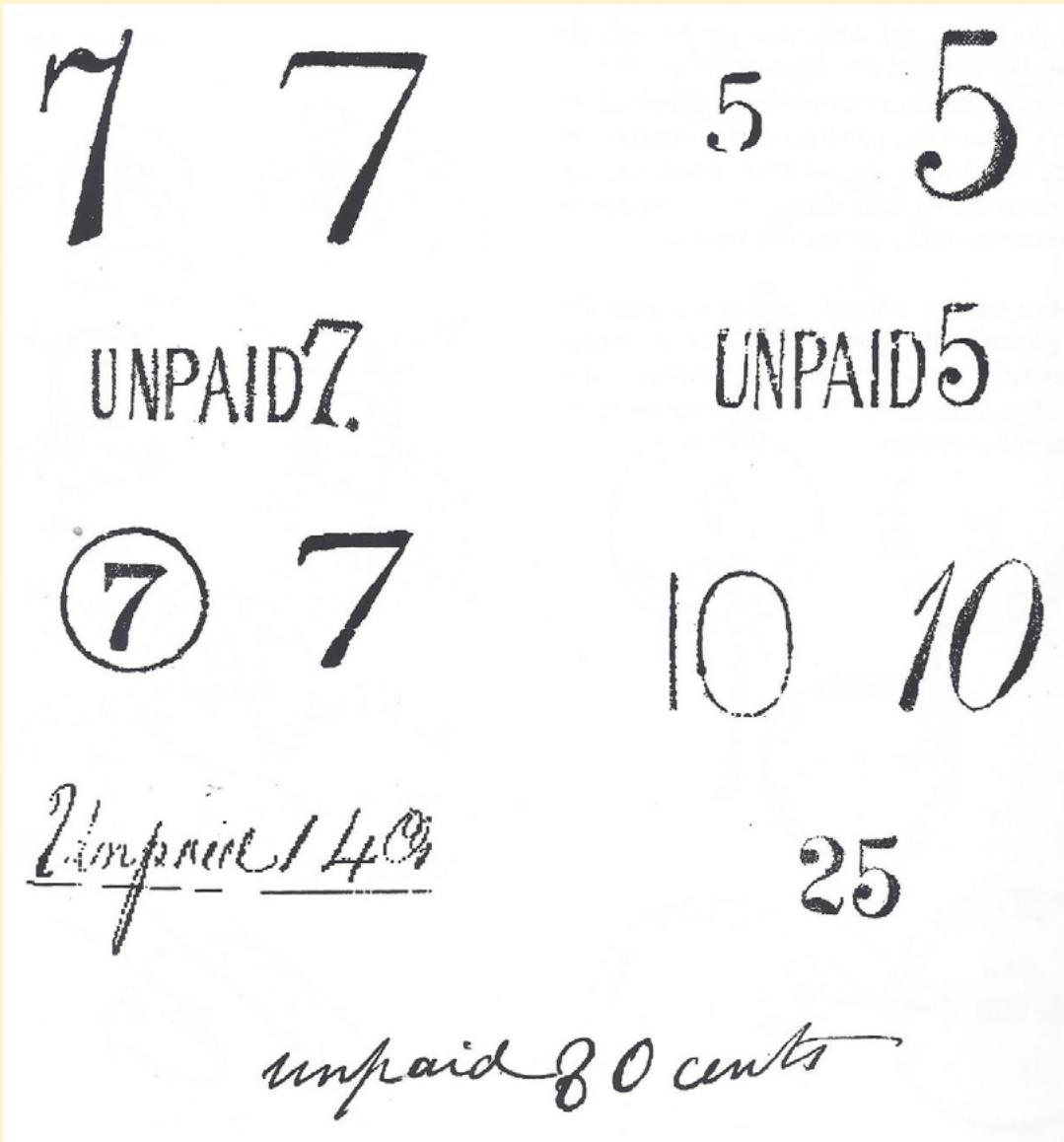


Fig. 10 Quelques marques anciennes de tarifs (manuscrites et au tampon)

3.b.2 Marques de départ ou d'arrivée — Timbres-à-date ou cachet-à-date

En indiquant la date et le lieu de départ sur le courrier, le but était de vérifier la rapidité et la régularité du service postal. Dès l'apparition de la datation, l'expression « le cachet de la poste fait foi » a pris tout son sens.

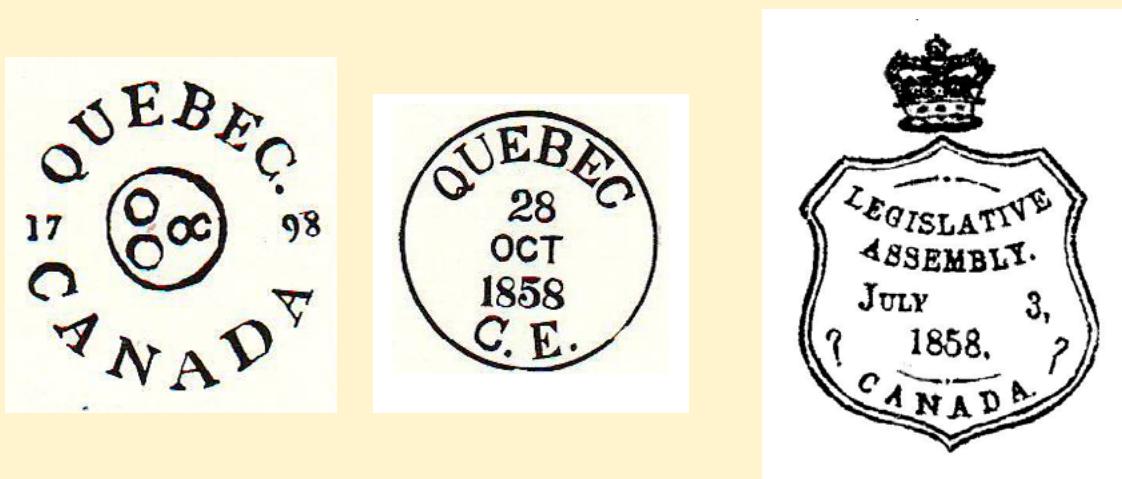


Fig. 11 Quelques « Cachets-à-date » de formes et de types variés. Leur point commun : ils indiquent tous le nom du bureau de poste ainsi que la date. Depuis leur apparition jusqu'à nos jours, leur variété est prodigieuse.

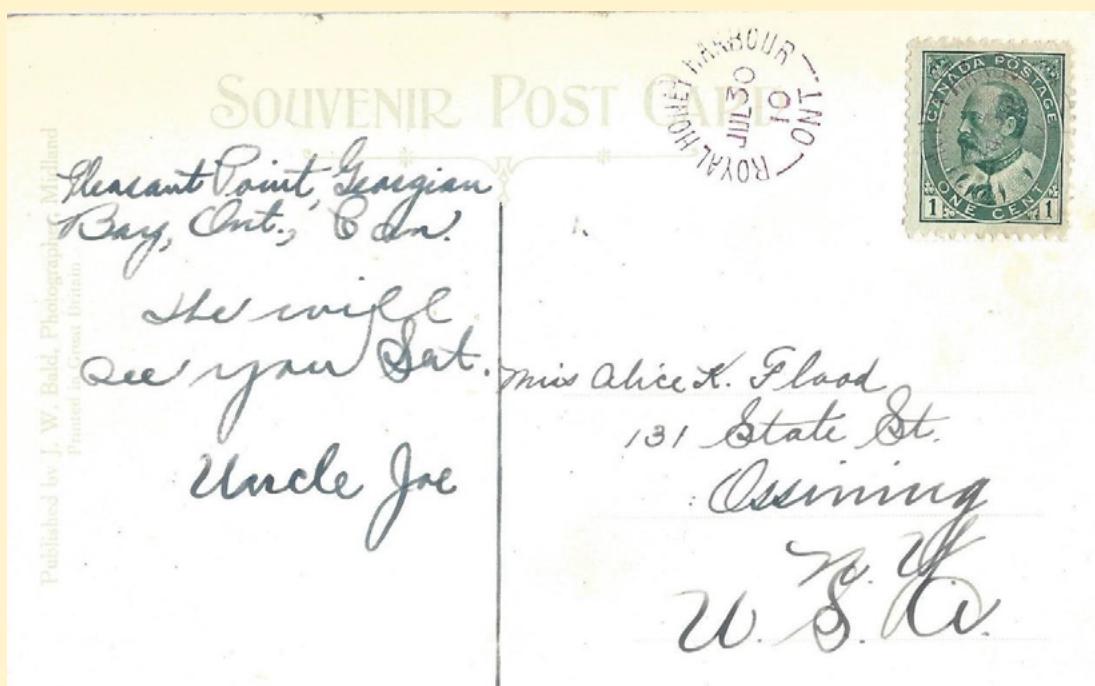


Fig.12 Cachet-à-date dit « Simple cercle interrompu ou brisé » du bureau de poste de ROYAL HONEY HARBOUR, Ontario daté du 30 juillet 1910 et apposé à l'encre mauve.



Fig. 13 Exemple datant de 1870 d'un « Duplex ». Un instrument manuel qui permettait, en une seule frappe, d'oblitérer le timbre tout en apposant, à sa gauche, le dateur du bureau de départ : un gain de temps pour les postiers, car un seul instrument servait pour deux opérations.

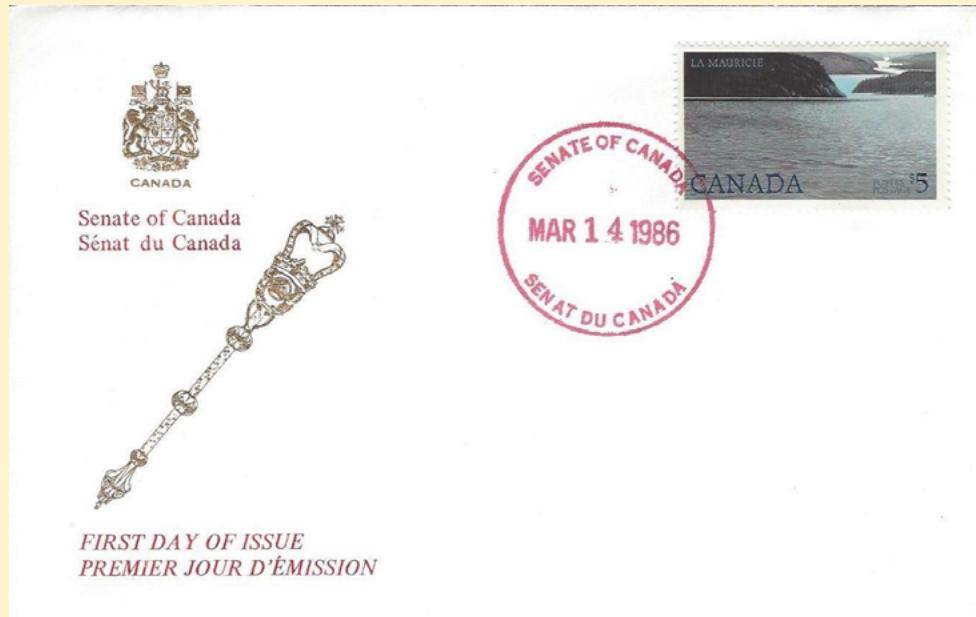


Fig. 14 Un cachet-à-date manuel oblitérant un timbre. Celui-ci est en caoutchouc et a été utilisé, en mauve, au bureau de poste du Sénat le 14 mars 1986.



Fig. 15 Un exemple d'une belle oblitération circulaire du bureau de poste de Calgary Centre (Alberta) apposée au tampon de caoutchouc, en noir.

Pendant longtemps il a été obligatoire pour les maîtres et maîtresses de poste d'apposer également le cachet-à-date de leur bureau lors de la réception/remise du courrier, généralement au dos des lettres. Ainsi, le parcours entier de la lettre était facilement repérable et « prouvable ». À l'exception du courrier recommandé, de livraison expresse ou de services du même genre, cette datation à l'arrivée est progressivement abandonnée à partir des années 1920-1930.



Fig. 16 Deux exemples de lettres (un recto, l'autre verso) ayant été visées par des marques de transit ou d'arrivée, permettant de retracer facilement le parcours compliqué de ces deux lettres. Une pratique qui s'est malheureusement peu à peu perdue au fil du temps.



3.b.3 Cachets de la poste spécifiques à un service postal particulier.

Ainsi, au fur et à mesure de l'introduction de nouveaux services postaux (Lettres d'argent, recommandation, livraison par exprès, poste restante, poste militaire, etc.), des marques spécifiques à ces services ont été créées et utilisées, afin de justifier le service.

Enfin, certains modes de transport comme le courrier par bateaux à vapeur sur le Saint-Laurent, le courrier maritime, ferroviaire ou aérien, pour ne citer que ceux-là, ont vu eux aussi la création de marques et d'oblitérations particulières.

Ces marques spécifiques à un service postal ou à un mode de transport postal ont été utilisées jusqu'à l'abolition du dit service ou bien, si le service est toujours en activité, elles ont souvent été remplacées par des étiquettes.

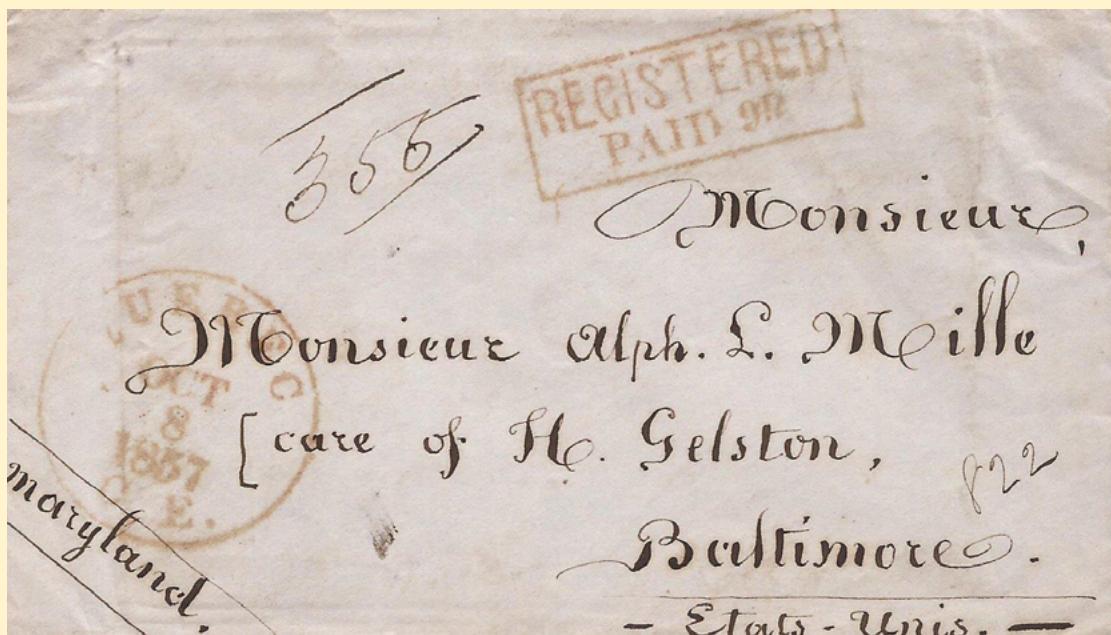


Fig.17 Marque rectangulaire du service des lettres recommandées, apposée à Québec 18 octobre 1857. Usage de l'encre rouge. Pour la petite histoire, il s'agit du seul usage connu à Québec de la marque REGISTERED PAID 9D.

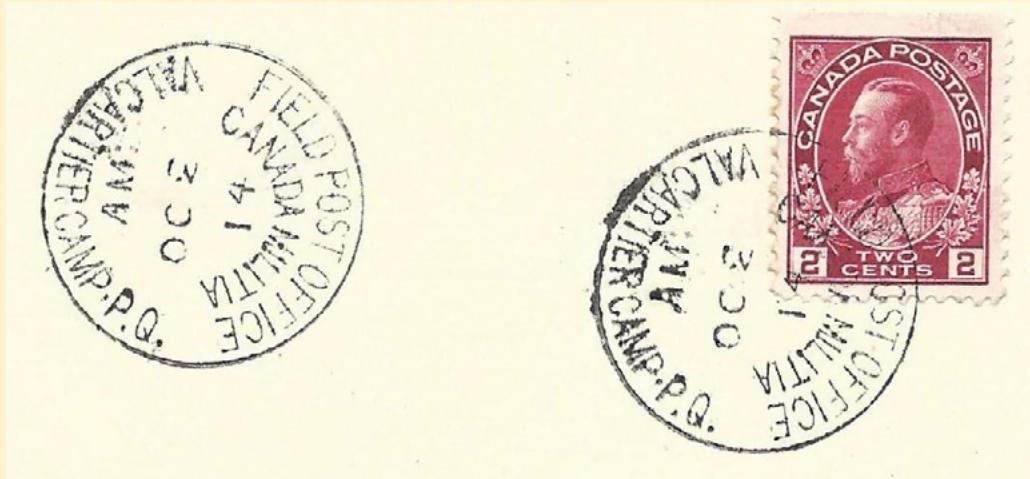


Fig. 18 Un exemple parmi des milliers d'autres, d'un cachet-à-date d'un bureau de poste militaire. En l'occurrence, celui du Camp de Valcartier. À noter : les indices de dates à l'envers (comme ces caractères étaient interchangeables et qu'ils devaient être insérés à l'envers, comme en imprimerie, les erreurs étaient assez fréquentes...). Ce ne sont que des curiosités, mais qui retiennent tout de même l'attention des spécialistes.



Fig. 19 Lettre de Québec pour l'Angleterre datée de 1818 et transportée par un voilier transatlantique commercial. La marque ovale **Ship Letter QUEBEC** en fait foi.



Fig. 20 Enveloppe de Québec datée de 1854 expédiée en France et postée à bord d'un vapeur du St-Laurent pour la portion Québec à Montréal du voyage, d'où l'utilisation du cachet-à-date STEAMBOAT LETTER QUEBEC



Fig. 21 Un cachet-à-date de 1970 oblitérant et provenant d'un bureau de poste d'aéroport, celui de Montréal A.M.F. (Air Mail Facilities).

3.b.4 Marques annexes ou auxiliaires

Par marque annexe ou auxiliaire, on entend toute marque postale destinée à expliquer un traitement particulier (manque d'affranchissement, retour à l'envoyeur, accident, retard, etc.) qui devait être inscrite sur l'envoi postal afin de justifier le service ou le retard éventuel.

Bref, tout aléa subi par l'envoi postal devait être indiqué sur celui-ci afin de justifier son retard ou son acheminement inhabituel. Cela a donné naissance à une multitude de marques postales, communément appelées « marques annexes ou marques auxiliaires ».

Ces marques sont très nombreuses, variées dans leurs formes, leurs types et les couleurs d'encre utilisées, mais fascinantes, car elles révèlent toujours une anomalie, un traitement ou un type particulier de courrier.



Fig. 22 Marque auxiliaire ou annexe : Recovered by divers from the wreck of SS. Empress of Ireland (Traduction : Récupérée par les plongeurs du naufrage du SS. Empress of Ireland).

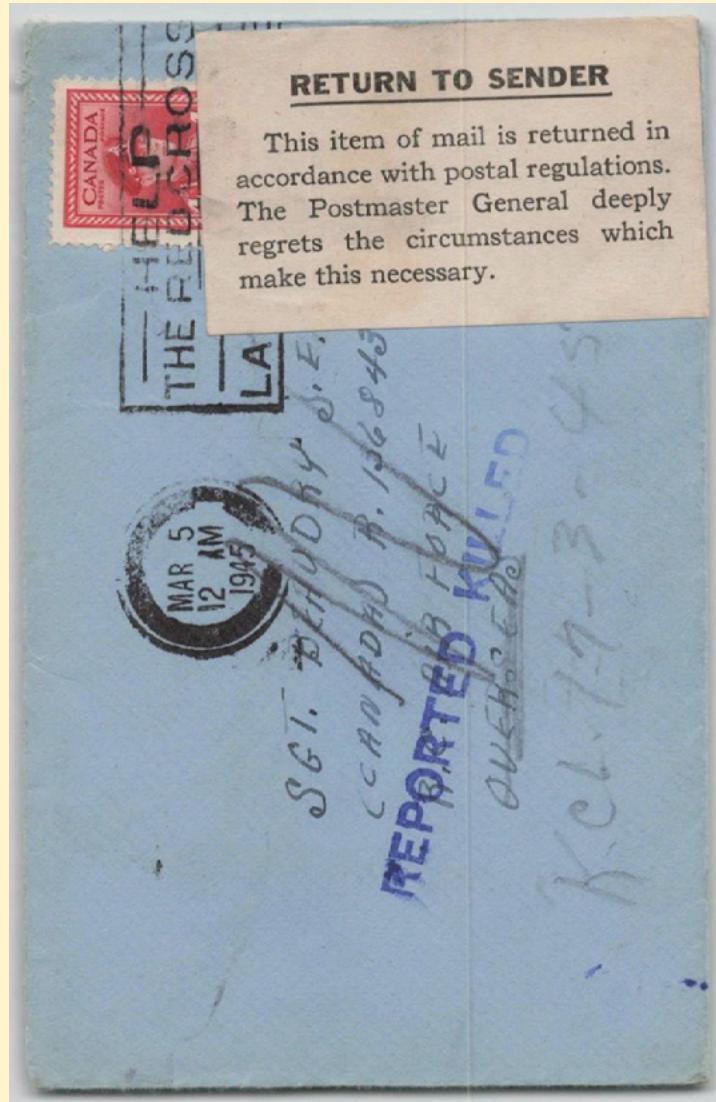


Fig. 23 REPORTED KILLED (Signalé tué). Marque annexe apposée sur une lettre adressée à un militaire lors de la Seconde Guerre mondiale. La lettre est donc retournée à l'expéditeur. Voici une bien triste, surprenante et cavalière façon d'apprendre le décès d'un proche...



Fig. 24 Damaged by Fire at Post Office Toronto (Endommagé par le feu à Toronto). Une belle et rare marque postale annexe sur une carte postale datée de 1906 qui incite à en connaître davantage sur cet incendie...

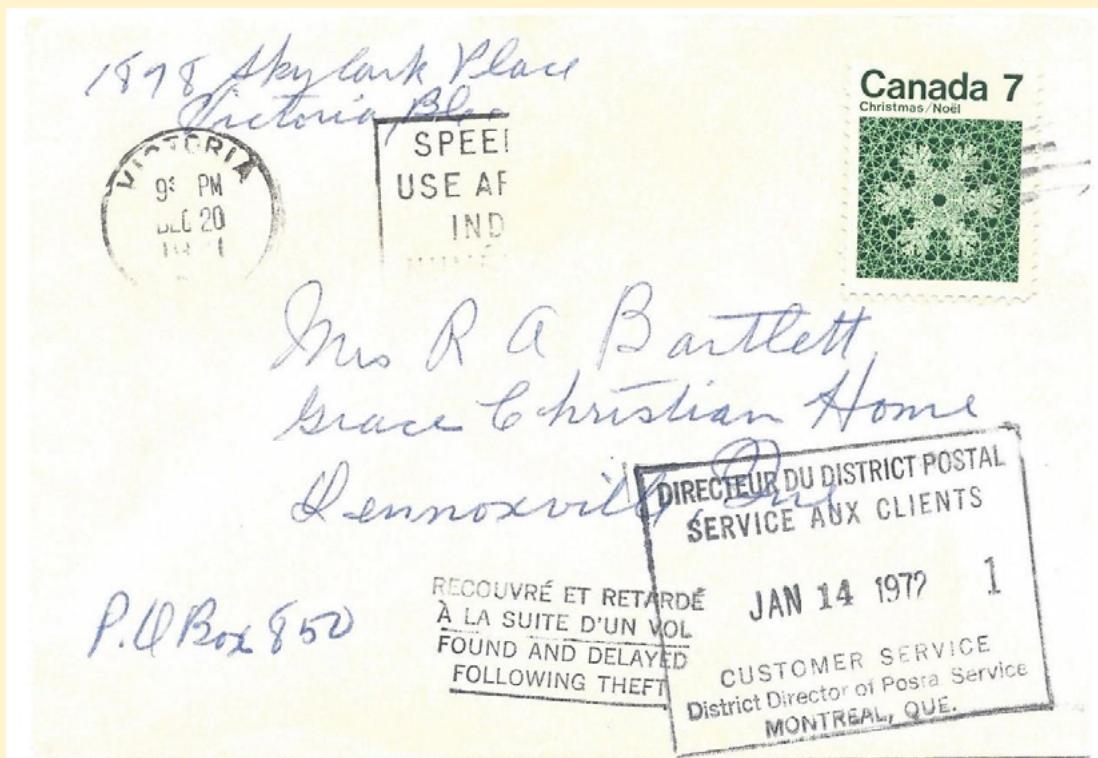


Fig. 25 RECOUVRÉ ET RETARDÉ À LA SUITE D'UN VOL sur une lettre de 1972 adressée à Lennoxville.

À suivre dans le prochain numéro de la revue



Initiation à la philatélie

Grégoire Teyssier, courriel : gteyssier@videotron.ca



Les marques postales... Tout un univers ! (suite du numéro précédent)

3.b.5 Les Oblitérations (manuscrites, au tampon, à la machine)

Dès l'apparition des premiers timbres-poste (en 1840 au Royaume-Uni ; en 1851 dans la Province du Canada), le principal objectif des administrations postales a été de s'assurer de la non-réutilisation frauduleuse des timbres-poste, destinés à un usage unique.

Dès lors, les oblitérations sont apparues. Les oblitérations font donc partie intégrante de la grande famille des marques postales, dont elles sont une sous-catégorie. On ne les retrouve (sauf quelques exceptions) que sur les timbres — leur seul but étant de rendre les timbres impropre à leur réutilisation. Ces oblitérations existent et ont existé sous une multitude de formes et de types, et leur étude et leur collection ravissent de nombreux passionnés.

Ainsi, dès l'apparition des premiers timbres-poste, les postiers avaient deux tâches à accomplir lors du traitement du courrier affranchi à l'aide de timbres-poste fraîchement déposé à leur bureau :

- Oblitérer convenablement le(s) timbre(s) afin qu'ils ne puissent plus être utilisés ;
- Appliquer de quelque manière que ce soit (manuscrit, cachet à date, etc.) une marque indiquant à la fois le nom du bureau de poste et la date de dépôt, de transit ou d'arrivée.



Fig. 26 Une emprunte idéale de l'oblitérateur dit « 4-cercles » #27 attribué au bureau de poste d'Ottawa. En tant que tel, cet oblitérateur #27 n'est pas rare, Ottawa générant un fort volume de courrier, même dans les années 1850, mais la qualité de cette marque et sa netteté en font une pièce prisée des marcophiles.

Les oblitérations dites « Bouchons » (*Fancy Cork Cancels* en anglais) que l'on trouve principalement sur les émissions de la dernière partie du 19^e siècle sont très collectionnées. Leur variété est prodigieuse, mais attention, les faux abondent... En voici quelques exemples :



Fig. 27 Quelques oblitérations « Bouchon ». Source : Eastern Auctions Ltd.

4. Les marcophiles

En Grande-Bretagne et en France, les premiers amateurs et collectionneurs de marques postales, qu'on appelle les marcophiles, se rencontrent à la fin du XIXe siècle. En France, le premier ouvrage exclusivement consacré à l'étude des marques postales, « Les estampilles postales françaises » écrite par François Doé, a été publié en 1900.

Au Canada, Cimon Morinⁱ nous apprend que Fred Jarrett, dans sa deuxième édition du *Postage Stamps of Canada*, publiée en 1926, amorce l'étude des marques postales canadiennes. Il est le premier à élaborer un inventaire ordonné de ces marques. La troisième et dernière édition, publiée en 1929, est encore utilisée occasionnellement. Chez nous donc, il semblerait bien que les premiers marcophiles soient apparus un peu plus tardivement qu'en Europe, peut-être vers les années 1920 ou 1930, alors que la philatélie, elle, était déjà bien établie et organisée dès le dernier quart du XIXe siècle.

Pour l'historien qui se consacre à l'étude d'un bureau de poste, d'une route postale, d'une région, d'un comté ou d'un service postal en particulier, sur une période donnée, le but sera probablement de collectionner non seulement toutes les marques connues en relation avec ces sujets, mais aussi les lettres entières, pour que son histoire soit aussi complète que possible.

Pour ma part, l'une de mes collections est consacrée aux marques postales du bureau de poste de Québec, des origines à 1900. Mon but : trouver et collectionner toutes les marques connues, mais aussi leurs variétés, leurs couleurs (certaines noires, d'autres rouges, mauves ou vertes), leurs périodes d'utilisation extrêmes, mais aussi leur combinaison avec d'autres marques annexes, etc. La spécialisation n'a pas de fin...

Certains collectionneurs se spécialisent dans la collection et l'étude approfondie de certaines marques particulières, ou types de marques, voire de sous-types de marque. Pour preuve : les marques « Cercles encadrés » ou « Squared circle » en anglais. De nombreux bureaux de poste à travers le Canada les ont utilisées. Certains collectionneurs les recherchent toutes, ainsi que leurs variétés les plus infimes. D'autres ne les collectionneront que pour une province, alors que certains ne collectionneront que celles utilisées par la poste ferroviaire...

Pour les amateurs d'oblitérations, quel que soit le type collectionné, ils pourront au choix ne les rechercher que sur des timbres détachés, ou bien sur des lettres ou des documents entiers. C'est au goût de chacun. Pour ma part, je préfère collectionner — autant que faire se peut — les documents entiers, car cela me permet d'associer clairement une marque postale à un bureau de poste précis.

5. Sélection naturelle : Critères et collection

Le choix de collection est vaste — pour ainsi dire, infini — et une fois le sujet choisi et retenu, le collectionneur partira à la chasse. Tout comme le philatéliste, le collectionneur de marques postales ne sera probablement pas très regardant à ses débuts, content qu'il soit de trouver une pièce répondant à ses besoins. Par contre, au fil des années, non seulement se spécialisera-t-il, mais il deviendra plus sélectif et exigeant.

Ainsi, tout collectionneur ou juge compétent de marques postales (la marcophilie est une catégorie spécifique reconnue par la FIP) sera attentif aux critères suivants lors de l'acquisition de marques postales ou lors du jugement d'une exposition de marques postales :

5.1 La qualité des frappes compte !

En philatélie, on le sait, la qualité d'un timbre compte beaucoup, et ce, non seulement pour établir sa valeur marchande, mais aussi pour le simple coup d'œil. Il en va de même en marcophilie : une belle frappe nette sera plus recherchée qu'une marque floue, peu ou trop encrée. Témoin, les deux illustrations suivantes (Fig. 28) d'un même cachet-à-date, celui du bureau de poste de la Chambre d'Assemblée de l'Ontario datant de 1868. Presque tous les exemplaires connus

de ce cachet-à-date ressemblent à l'exemplaire de gauche, c'est-à-dire qu'ils sont généralement très mal apposés, donc flous. Celui de droite, bien que loin d'être parfait, demeure cependant l'un des plus beaux exemplaires connus ; son intérêt et sa valeur marchande n'en sont que rehaussés.



Fig. 28

5.2 Leur intérêt relatif et leur rareté (dates d'utilisation, couleurs, erreurs et variétés)

Périodes d'utilisation

En philatélie, un timbre utilisé lors de son premier jour d'émission a un intérêt certain. En marcophilie, les dates d'utilisation comptent elles aussi, et les collectionneurs chevonnés recherchent les dates extrêmes d'utilisation de tel ou tel marque ou cachet. Témoin, cette lettre (Fig. 29) visée par le cachet-à-date double traits de HAY, Haut Canada. Il s'agit d'un cachet assez commun, mais utilisé ici le 7 mars 1864, soit la dernière date connue et recensée d'utilisation, cela en fait une pièce plus recherchée.

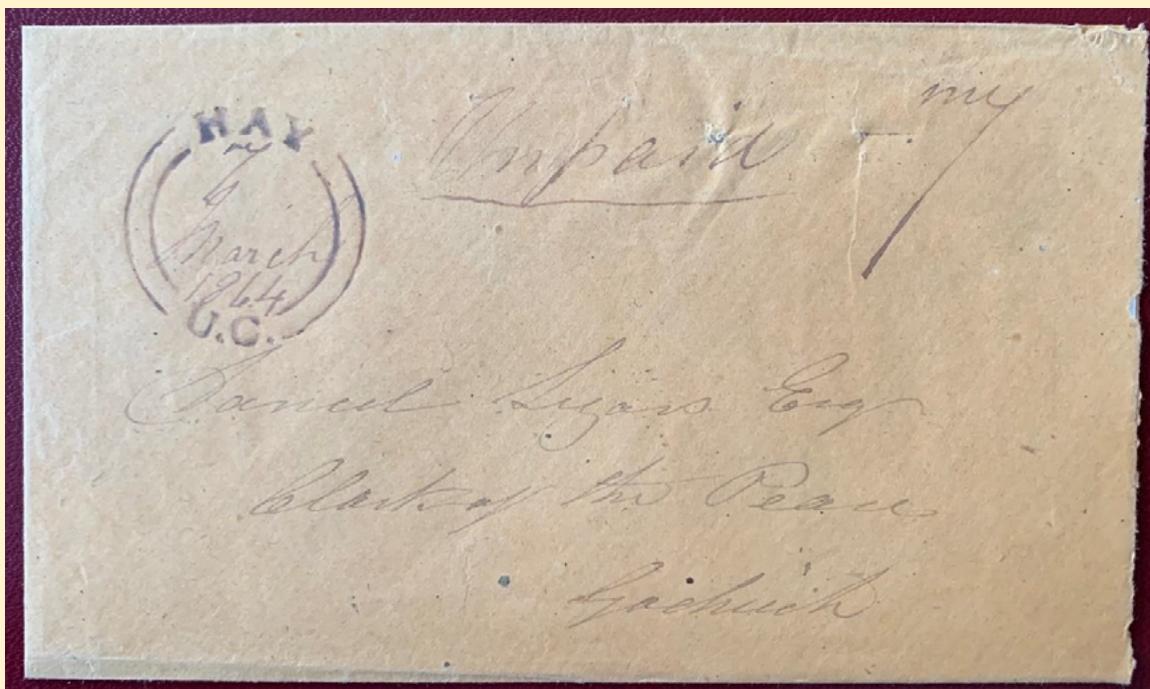


Fig. 29 Un « dernier jour »... jusqu'à preuve du contraire.

La couleur de l'encre utilisée peut aussi compter pour beaucoup !

Quant à la couleur d'encre utilisée, celle-ci peut aussi faire toute la différence. L'encre noire a toujours été la plus utilisée. À l'origine elle était d'usage sur toutes lettres postées en port-dû (port payé par le destinataire). L'encre rouge devait servir à apposer toutes marques (au tampon ou manuscrites) sur le courrier en port-payé (tarif payé par l'expéditeur), puis sur le courrier recommandé, ainsi que pour la majorité des marques annexes, qu'elles soient au tampon ou manuscrites. Aux 18^e et 19^e siècles, l'encre coûtait cher. Il arrive que certains bureaux, sur certaines périodes, aient utilisé la seule encre qu'ils avaient à leur disposition : bleue, verte, mauve... Au Canada, les marques de couleurs variées sont en général peu fréquentes.

Les détails font toute la différence !

Les lettres de Québec illustrées ci-dessous (Fig. 30) ont été toutes deux visées par le cachet-à-date rouge double cercle du bureau de poste de cette ville. Si le premier, qui se lit QUEBEC L.C. (L.C. pour Lower Canda) est des plus courants (sa valeur marchande tourne autour de 20 \$ ou 30 \$), la seconde, qui se lit QUEBEC CAN n'est connue qu'à un seul exemplaire à ce jour en mains privées. Sa valeur ? Probablement quelques milliers de dollars.



Les faux et contrefaçons

Comme en philatélie, il existe en marcophilie des faux. Les fausses marques postales ou fausses oblitérations existent, la plupart réalisées par des fraudeurs pour tromper les collectionneurs. Témoin, la marque « PAQUEBOT » illustrée ci-dessous (Fig. 31).



Fig. 31

Dans le doute, et surtout quand la pièce semble trop belle pour être vraie, demandez l'avis d'un spécialiste. La plupart des fausses marques postales ou fausses oblitérations, comme on l'a mentionné, ont été créées pour tromper les collectionneurs, et la majorité des faux concernent ce que l'on appelle les oblitérations de fantaisie ou « bouchon » (Cork ou Fancy cancels en anglais) que l'on trouve principalement sur les timbres de l'émission des Petites Reines. Un conseil : mieux vaut collectionner ce genre d'oblitérations sur lettres entières et demander l'avis d'un spécialiste en cas de doute.

6. Comment établir la valeur marchande d'une marque postale ?

Pour certaines catégories de marques, certaines provinces ou certains types d'oblitérations sur timbres, il existe des catalogues ou des recensements, lesquels sont souvent accompagnés, non pas de cotes, mais plutôt de facteurs ou d'indices de rareté, qui peuvent nous guider dans l'établissement de la valeur marchande d'une oblitération sur un timbre, un timbre sur lettre ou une lettre. Ces catalogues ou recensements constituent des guides de référence précieux, ils sont cependant

souvent assez anciens, et donc pour établir une réelle rareté ou valeur, rien ne vaut l'expérience du collectionneur...

Les deux critères principaux d'évaluation

- En fonction de la rareté intrinsèque d'une marque, de sa couleur, de sa date, de sa qualité de frappe, de ses variétés, de son usage, de sa période d'usage recensée, etc.
- Selon le timbre (certaines oblitérations peuvent être difficiles à trouver sur un timbre ou une émission particulière, mais être courantes sur un autre timbre ou une autre émission).

En ce qui concerne les marques postales sur des envois complets (lettres, entiers-postaux, cartes postales ou autres), c'est une tout autre histoire, et déterminer leur valeur est alors souvent un peu plus compliqué, car de nombreux facteurs peuvent l'influencer. Nous entrons ici dans le domaine de l'histoire postale (voir article précédent pour plus de détails). Cela dit, quelques facteurs/critères doivent être considérés, dont entre autres :

- Le(s) timbre(s) utilisé(s) (Émission, valeur faciale, etc.)
- Le tarif
- La date
- Le service postal utilisé
- La destination
- Le(s) nom(s) (de l'expéditeur ou des destinataires)
- Le contenu (texte historique, etc.)

Chacun de ces critères peut donc influer sur la valeur marchande d'une lettre, et ces critères peuvent s'additionner. Alors, permettez-moi ici un conseil : avant de détacher un timbre d'une enveloppe ou d'une carte postale, même très moderne, vérifiez bien que rien d'autre ne puisse faire en sorte d'en augmenter l'intérêt ou la rareté.

7. Leurs relations avec la philatélie

Depuis l'apparition du premier timbre-poste en 1840, un lien étroit s'est créé entre la philatélie et la marcophilie. Les marques postales peuvent donc être utiles à la philatélie, et ce, à plusieurs égards. Entre autres, elles peuvent servir à :

7.1 Authentifier un faux timbre usagé, un faux usage, un trucage.

Par exemple, la lettre illustrée ci-dessous (Fig. 32) est fausse en tous points ! Cet oblitérateur de type « cible » n'a jamais été répertorié à Québec. Le cachet-à-date QUEBEC LC est une pâle imitation du cachet utilisé à Québec. L'enveloppe est vraie, mais de Coaticook, et non de Québec. Cet usage n'est pas impossible, mais douteux. Quant à l'aspect philatélique, l'usage d'un timbre de 6 cent de l'émission des petites reines coupé en deux pour un usage de 3 cent (le bon tarif), serait le premier vu alors que le Bureau de poste de Québec, qui était un gros bureau à l'époque n'a jamais manqué de timbres à 3 cent. Bref, un faux très grossier par ses marques postales loufoques, mais qui peut quand même induire en erreur le néophyte...

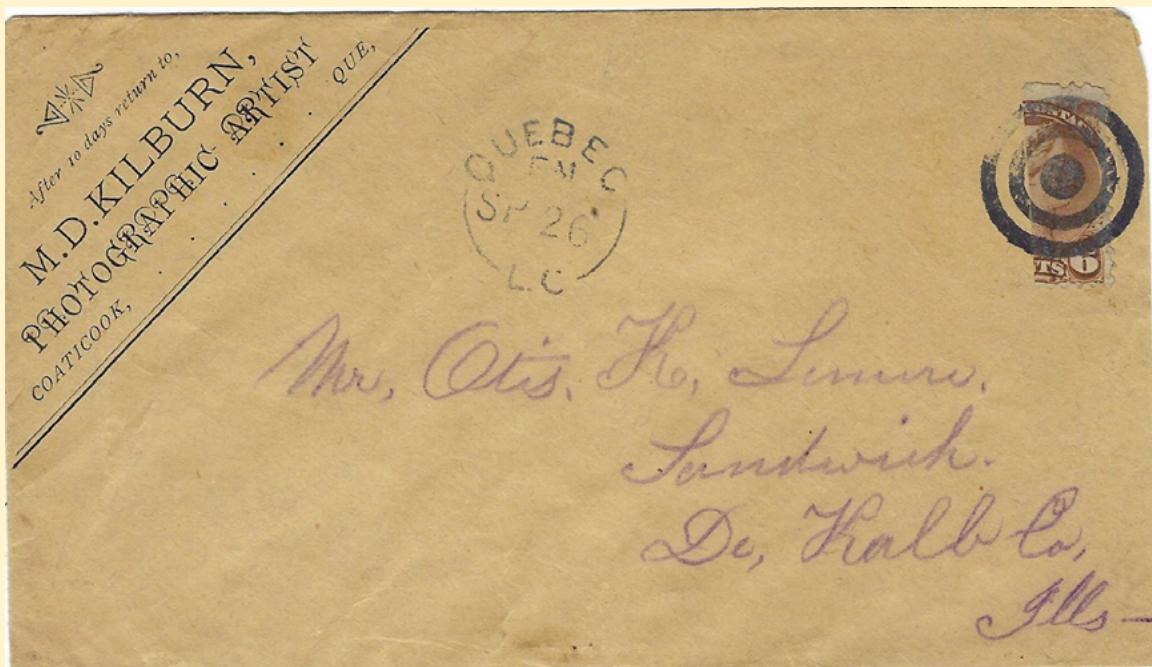


Fig. 32 Une lettre entièrement fausse.

7.2 Dater un tirage, une variété d'impression ou de couleur.

Les philatélistes spécialistes des émissions du XIXe siècle recherchent souvent des usages datés, tel le timbre ci-dessous. Cela leur permet de dater des tirages, une variété (telle qu'une réentrée) ou une variante de couleur d'impression ne pouvant être postérieure à la date d'utilisation du dit timbre.



Fig. 33 Timbre d'un cent de l'émission de 1859 oblitéré d'un cachet-à-date dont la date est bien lisible : 19 février 1867. Un plus pour les philatélistes spécialisés.

7.3 Augmenter la valeur d'un timbre. Donner une plus grande valeur à un timbre (neuf versus oblitéré).

Par exemple, les oblitérateurs que l'on nomme « 4-cercles » ou « Four-rings » en anglais apportent souvent une plus-value aux timbres oblitérés. Ils sont très collectionnés et certains amateurs vont même jusqu'à les rechercher tous sur toutes les émissions et toutes les valeurs faciales de leurs périodes d'usage. Si, parmi ces oblitérateurs, certains sont très courants (comme le #21 attribué au bureau de poste de Montréal – Fig. 35), d'autres, comme le #627, attribué au courrier par train émanant de la Chambre des Communes (Fig. 36), sont très rares et commandent une plus-value notable au timbre qui en est oblitéré.



Fig. 35 et 36 – Oblitérateur 4-cercles #627 ; Oblitérateur 4-cercles #21

7.4 Constituer une belle collection de timbres usagés.

Pour le philatéliste collectionneur de timbres oblitérés (usagés), le but consiste souvent à trouver le timbre avec un cachet-à-date le plus discret possible. Une belle empreinte circulaire apposée dans le coin inférieur droit du timbre étant le summum recherché.

À l'inverse, le collectionneur de cachets-à-date de différents bureaux de poste recherchera plutôt un cachet apposé en plein centre du timbre, bien lisible ; ce que l'on appelle vulgairement en anglais « Suck-on-the-Nose ». Quant aux oblitérations illisibles ou baveuses, elles n'offrent souvent que peu d'intérêt.



Fig. 37 — Du bon et du moins bon... tout dépend des besoins et des goûts !

On le voit, il y en a pour tous les goûts, tous les budgets, et chaque collectionneur n'accordera pas la même importance ou la même valeur à ce type de pièces.

7.5 Valoriser les collections thématiques/expositions ou études spéciales.

Bien entendu, quand on parle marcophilie appliquée à la collection thématique ou de sujet, on pense souvent aux oblitérations illustrées modernes ou aux flammes d'oblitération dont le sujet est en rapport avec le thème collectionné.



Fig. 38 — Oblitérations commémoratives illustrées

Mais des marques postales ou cachet-à-date bien ordinaires peuvent aussi agrémenter utilement une collection thématique. En voici quelques-uns, et je vous laisse imaginer dans quelles thématiques ils pourraient bien entrer...

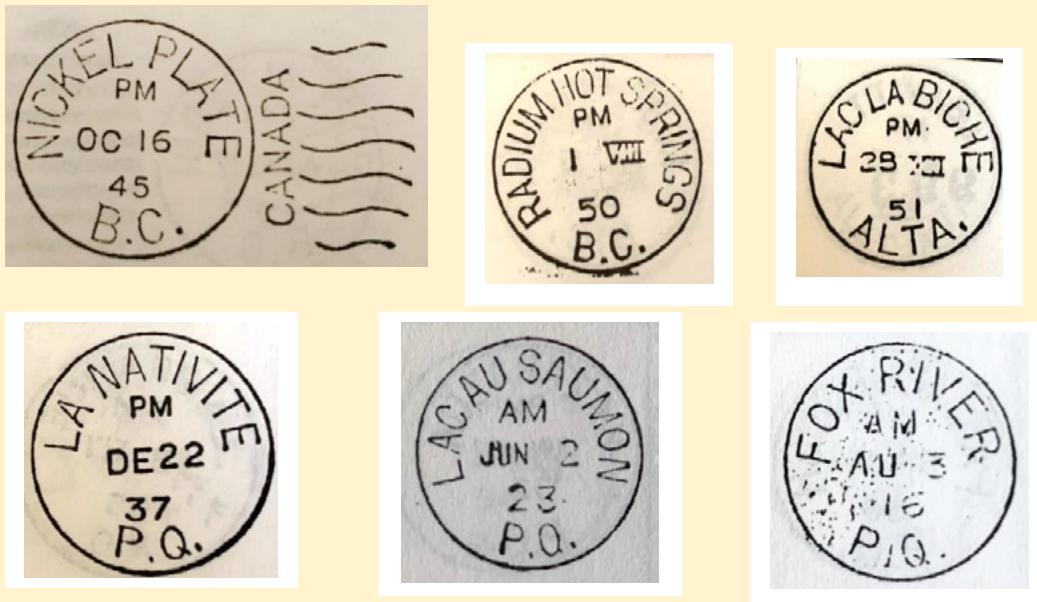


Fig. 39 — Quelques cachets-à-date de bureaux de poste aux noms évocateurs et parlants, bien utiles pour compléter une collection thématique et gagner des points auprès des juges.

Et pourquoi ne pas collectionner les marques postales selon un certain thème (animaux, minéraux, fleurs, arbres, etc.), en recherchant tous les cachets-à-date des bureaux de poste en relation avec ce thème. Un des plus grands spécialistes de la marcophilie canadienne, un négociant des plus sérieux, le disparu et regretté Allan Steinhart, collectionnait, pour s'amuser, toutes les marques postales du monde qui évoquaient la sexualité... Il était friand de marques postales de bureaux de poste aux noms évocateurs tels que Condon, Dildo, Ste-Verge et autres du même acabit... Pourquoi pas, me direz-vous ? Tous les goûts sont dans la nature...

8. Une espèce menacée...

Même si, en ne parlant que du Canada, des centaines de milliers de marques postales diverses ont été utilisées depuis 1763, il est clair que leur utilisation a considérablement diminué depuis la fin du siècle dernier. Depuis les années 2000, on remarque que les marques sont de plus en plus remplacées par des étiquettes, voire parfois par rien du tout ! Nul doute qu'un jour prochain, elles seront complètement abandonnées et reléguées aux oubliettes.

J'ai constaté — et je ne suis probablement pas le seul — que de nos jours, environ deux lettres sur cinq affranchies avec des timbres livrées à mon domicile ne portent aucune marque postale, et que les timbres qui les affranchissent sont soit

oblitérés d'un vulgaire trait de crayon, quand ils ne sont pas tout bonnement même pas oblitérés... Il semble bien que la boucle soit bouclée... et que nous retournions à grands pas au 16^e siècle... Vous avez dit « Évolution » ?...

9. Ressources : Pour en savoir plus

Pour qui s'intéresse spécifiquement aux marques postales du Québec, l'incontournable est la *Société d'histoire postale du Québec*, qui regroupe environ 80 amateurs, et qui publie un Bulletin truffé d'articles plus intéressants les uns que les autres depuis 1980. Cette société a édité depuis 1980 des dizaines d'ouvrages spécialisés en marcophilie et en histoire postale. www.shpq.org

Toujours pour le Québec, la brochure que j'ai écrite en 1998 en collaboration avec mon ami Marc Beaupré, et qui peut s'obtenir auprès de la SHPQ, « [Initiation aux marques postales du Québec](#) » constitue une introduction intéressante et assez complète.

Pour ceux et celles qui lisent l'anglais, je ne peux que vous recommander de devenir membre de ces deux sociétés : la *British North America Philatelic Society* (bnaps.org) et la *Postal History Society of Canada* (PHSC.org). Cette dernière met aussi régulièrement à jour une base de données disponible en ligne sur les marques postales du Canada — une source d'information très utile. À l'instar de la SHPQ, ces deux sociétés ont édité, et continuent de le faire, de nombreux ouvrages spécialisés dont plusieurs sont encore disponibles à l'achat.

Trois ouvrages classiques et fondamentaux, épuisés depuis longtemps, mais qui peuvent être trouvés à l'occasion, doivent obligatoirement faire partie de la bibliothèque de tout bon marcophile centré sur le Québec ou le Canada :

Boggs, Winthrop Smillie, *The Postage Stamps and Postal History of Canada*, Quarterman Publications, Lawrence, MA, 1975.

Jarret, Fred, *Stamps of British North America*, Quarterman Publications, Lawrence, MA, 1975.

Lowe, Robson, *The Encyclopedia of British Empire Postage Stamps*, Vol. IV, North America, 1973.

Également, la série des *Proof Strikes of Canada*, éditée par J. Paul Hughes, est d'une ressource inestimable. Par volumes sont reproduites les épreuves des timbres-à-date utilisés dans les bureaux de poste du Canada ; copies des épreuves conservées à la BAC.

Les ressources sont innombrables et je vous conseille, si vous avez un intérêt pour un type de marque postale en particulier, de vous référer à la bibliographie de Cimon Morin, qui peut être consultée en ligne à : www.bnaps.org. Des versions originales papier peuvent également se trouver sur le marché de l'occasion.

Enfin, si votre champ d'intérêt dépasse nos frontières, sachez qu'il n'est pas un pays, une région, un sujet marcophile ou un thème qui n'ait pas son propre groupe d'amateurs spécialisé ou qui n'ait pas fait l'objet d'un ouvrage ou d'un article. Il s'agit juste de googler...

10. Conclusion

La marcophilie est un vaste univers que nous n'avons ici qu'effleuré. Malgré son apparence complexité, cette science est à la portée de toutes et tous. Et fait intéressant, c'est également un domaine dans lequel même le novice sans grande expérience pourra faire des découvertes significatives, tant il reste à découvrir.

Qui plus est, la collection de marques postales s'adresse à tous les budgets. S'il est vrai que certaines pièces rares et souvent anciennes ont des valeurs pouvant atteindre plusieurs milliers de dollars aux enchères ou chez les marchands, la grande majorité des marques postales et oblitérations peuvent être acquises pour quelques dollars, et beaucoup, surtout dans les plus modernes — sauf rares exceptions — pour même parfois trois fois rien. La collection de marques postales, selon le sujet et la période choisis, peut donc vraiment à la portée de toutes les bourses, et elle est souvent même beaucoup plus accessible que la collection de timbres.

Mais avant tout, afin de se familiariser avec cet univers fascinant, le passionné devra entre autres :

- Devenir membre d'un groupe spécialisé (PHSC, BNAPS, SHPQ, etc.)
- Lire beaucoup, sur tous les sujets (la littérature ne manque pas dans ce domaine)
- Assister à des expositions de tous niveaux
- Fouiller dans les boîtes des marchands et sur les sites de vente (Internet, ventes aux enchères, etc.)

Bref, plus vous en verrez, plus vous serez à même de vous faire une idée de ce qui existe, de distinguer ce qui est courant de ce qui est rare. Tout comme en philatélie ou en tous autres domaines, il convient de se rappeler que c'est en forgeant qu'on devient forgeron et que la connaissance, c'est le pouvoir...

Alors, je termine ce survol en reprenant le titre d'une chronique de mon ami François Brisse dans la défunte revue *Philatélie Québec* : À vos marques. Prêts ? Partez !

¹ Morin, Cimon, Aperçu de l'évolution philatélique en histoire postale du Québec, Bulletin d'histoire postale et de marcophilie, N o. 117 juillet-septembre 2012, pp. 16-18

Crédits photos

Figures : 1-9 ; 12-22 ; 24-25 ; 29-31 ; 37 et 38 — Collection de l'auteur

Figures : 10 — Beaupré, Marc & Grégoire Teyssier, Initiation aux marques postales du Québec, SHPQ.

Figure: 23 – Ebay - Christopher Green

Figures: 26-33; 35-36 – Ebay

Figure 27: Eastern Auction LTD

Figure 32: Collection privée

Figure 39: J. Paul Hughes, Proof Book.