



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Commerces philatéliques - perspectives

Question écrite n° 1103

Texte de la question

M. Guy Teissier appelle l'attention de M. le ministre de l'économie et des finances sur la disparition ces dernières années des commerces liés à la philatélie qui entraîne une désaffection des collectionneurs à poursuivre leur collection. Cette conséquence serait directement liée à la débordante production de timbres émis passant de 49 en 1992 à 97 en 2002 puis à 120 en 2013. Alors que dans les autres pays voisins, le nombre de collectionneurs attachés à leur parution nationale se maintient, il souhaiterait savoir comment expliquer la disparition du commerce philatélique en France.

Texte de la réponse

Aux termes de l'article 16 de la loi no 90-568 du 2 juillet 1990 modifiée relative à l'organisation du service public de la poste et des télécommunications, « La Poste est seule autorisée à émettre les timbres-poste ainsi que toutes autres valeurs fiduciaires postales ». Dans ce cadre, Phil@poste est la direction en charge de la philatélie au sein du Groupe La Poste. Les deux parties du programme philatélique annuel sont fixées chaque année par deux arrêtés ministériels, pris après avis consultatif de la commission des programmes philatéliques, présidée par le Président directeur général du groupe La Poste. Les projets proposés par la commission s'appuient sur le programme des célébrations officielles, sur les grands événements nationaux et internationaux ainsi que sur les demandes de timbres présentées par des particuliers, des élus, des institutions ou des associations philatéliques, avec un souci du respect des équilibres, notamment géographiques, et du principe de parité. Or, le nombre de dossiers reçus s'est considérablement accru au cours des dernières années, passant de 700 à plus de 1000 actuellement, marquant l'intérêt du public pour le timbre. La majorité de ces demandes émane d'ailleurs d'associations philatéliques qui interviennent régulièrement pour voir un thème local ou un personnage célèbre qui leur est cher, retenu en timbre. Cette situation n'est pas sans conséquence sur le nombre de timbres émis. C'est ainsi que le programme philatélique s'est enrichi, au fil des ans, de séries ou de carnets de beaux timbres autocollants. Ces carnets de beaux timbres sont identifiés comme « timbres d'écriture » dans la charte de la philatélie et correspondent aux attentes du grand public qui les achète en grand nombre. Douze carnets de timbres autocollants comprenant en principe chacun douze timbres, sont ainsi émis chaque année. La charte de la philatélie distingue aussi « les timbres commémoratifs » destinés à rendre hommage aux grandes figures de la Nation, à commémorer les grands événements, et à célébrer le patrimoine. Ces timbres, inscrits au programme philatélique par arrêté ministériel, constituent l'essence même de la philatélie et sont recherchés par les collectionneurs qui les acquièrent en nombre. Ces timbres commémoratifs se stabilisent depuis plusieurs années autour d'une cinquantaine d'émissions. Les écarts quantitatifs s'expliquent ainsi selon que l'on se réfère aux seuls timbres commémoratifs ou si l'on rajoute les timbres contenus dans les carnets autocollants. Le prix d'achat de l'intégralité du programme philatélique reste toutefois stable, depuis trois ans, malgré les hausses tarifaires et indépendamment du nombre de timbres émis. Par ailleurs, avec le développement d'internet, les collectionneurs ont évolué vers de nouveaux modes d'achats tels que les ventes en ligne et les ventes sur offres qui se sont beaucoup développées. Les sites d'information sur les timbres se sont multipliés au cours des dernières années. La Poste a ainsi créé le sien en 2009. La Fédération française des associations philatéliques

(FFAP), ainsi que de nombreux particuliers et associations philatéliques ont aussi créé leur propre site. Ces évolutions ont aussi été marquées par la création de sites marchands. La chambre syndicale française des négociants et experts en philatélie (CNEP) indique que le nombre de négociants en timbres, malgré une baisse depuis les années 90, est aujourd'hui stable (environ 300 dont plus de 160 membres de la CNEP). Afin de partager avec le plus grand nombre, la CNEP a lancé une grande campagne d'information sur son site Internet qui présente également les deux salons qu'elle organise chaque année. Phil@poste développe, auprès du public, l'intérêt pour le timbre et la philatélie grâce notamment au déploiement, en 2016, de 300 bureaux philatéliques sur tout notre territoire, l'organisation de salons philatéliques nationaux tous les deux ans, des actions spécifiques en faveur de la jeunesse, des visites à l'imprimerie des timbres-poste et une sensibilisation aux techniques d'impression du timbre et en particulier la taille-douce, en partenariat avec les principaux acteurs de la philatélie. Dans le cadre du contrat d'entreprise 2018-2022 signé le 16 janvier dernier, l'Etat et La Poste ont réaffirmé les valeurs attachées au timbre-poste et poursuivront, sur la durée du contrat, les travaux sur la philatélie afin, notamment, de promouvoir le savoir-faire de Phil@poste dans la fabrication et l'impression de timbres destinés à l'exportation, de développer l'usage du timbre comme média, de veiller à la valeur des collections en limitant la volumétrie des émissions annuelles de timbres-poste et de rechercher un niveau de parité hommes-femmes plus effectif dans les prochains arrêtés fixant le programme philatélique.

Données clés

Auteur : [M. Guy Teissier](#)

Circonscription : Bouches-du-Rhône (6^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 1103

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : [Économie et finances](#)

Ministère attributaire : [Économie et finances](#)

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [19 septembre 2017](#), page 4411

Réponse publiée au JO le : [29 mai 2018](#), page 4498