

## 1830 ... 2030 : naissance, vie et disparition du « courrier » ?

Ce titre se voudrait résolument polémiste tout en induisant d'emblée un raisonnement erroné, si les termes du libellé du titre n'étaient pas clairement explicités au préalable dans leur contexte.

Les bornes chronologiques servent à donner un cadre, non limitatif, à la réflexion.

**1830** est l'année de lancement officiel, suite à la loi Sapey des 3 et 10 juin 1829, du « service rural » tel qu'il est appelé à l'époque par les députés et pairs de France.

**2030**, deux siècles plus tard, moment retenu pour marquer symboliquement le bicentenaire de la distribution du courrier partout en France, n'a pas d'autres justifications *a priori*. Cette date offre un horizon qu'on peut estimer à la fois proche et lointain pour extrapoler les constatations actuelles à propos de notre usage du courrier, de notre rapport à la correspondance... Et finalement, en cette année 2010 où la Poste ouvre une voie prospectiviste en lançant son programme « 2015 Réinventons le courrier » (qui représente une révolution dans la perception et les usages du courrier par l'opérateur), traiter du sujet, d'un point de vue historique et non pas économique, apparaît plutôt opportun.

Ensuite les mots ont un sens et une histoire, et *courrier* n'y déroge pas. Dans le cadre d'une approche postale, ils ont évolué depuis trois siècles.

**Le courrier, à l'origine**, est le personnage officiel qui porte directement la sacoche, la boîte ou le sac, cheminant avec le précieux chargement, puis qui l'accompagne à cheval, en malle-poste ou paquebot-poste ou en wagon-poste : il a perduré jusqu'à l'extinction des courrier convoyeur des ambulants en 1995. Le courrier qui veut dire lettres/missives tel que nous le connaissons aujourd'hui, s'appelait jadis plutôt « dépêches »... Par extension, quittant la sphère de l'humain, le courrier passe à celle du moyen matériel de transport et désigne aussi le véhicule qui transporte lettres et journaux dans le cadre du service postal.

**Au début du XX<sup>e</sup> siècle, le personnage** n'a pas totalement disparu puisqu'il survit à travers le corps des ambulants (par exemple le courrier convoyeur) et disparaît en 1995. Mais déjà, un autre sens devient prédominant : le courrier a endossé le sens générique pour tout ce qui touche à la correspondance : plis, missives, lettres et autre envoi

**Le second tiers du XX<sup>e</sup> siècle** voit courrier prendre du volume pour qualifier l'ensemble d'un système d'exploitation, d'une organisation (1969, la réforme du courrier), puis une Direction jusqu'à devenir un Métier, plus clairement une branche d'activités totalement indépendante à part au début du XXI<sup>e</sup> siècle entière d'une institution devenue entreprise presque à part entière. Par ailleurs, le courrier, dans le langage courant contemporain, renvoie à l'objet de correspondance, à la lettre et à ses dérivés (publicité, cartes postales).

Pour la suite de l'analyse, c'est au sens large, celui d'un système qui comprend l'organisation servant à traiter un objet dont l'emploi est régi par des usages et des modes, que « courrier » sera souvent entendu.

Dès lors, trois âges du « courrier » pourraient être abordés, dans une logique chronologique en s'interrogeant sur un premier âge d'or (1830-1968), puis un âge ingrat (1970' fin des années 1990) avant d'envisager l'éventuelle survenue d'un âge canonique à l'horizon 2030.

## I / 1830 – 1968 : un âge d’or du courrier

1830 est-il l’année de naissance du *courrier* en France ? Répondons d’emblée par la négative, car, aussi bien en matière d’objet de correspondance que d’organisation, l’évocation du mot renvoyait à des éléments préexistants.

En matière de support de communication, même si la lettre n’est pas connue de tous dans le sens « usité par tous », c’est néanmoins, sous d’autres noms que ceux de tablette, parchemin, rouleau, un vecteur d’information, d’échanges, et de commerce utilisé depuis les temps les plus éloignés de l’Antiquité grecque et latine par les hautes sphères de la société (gens du culte, les notables du pouvoir, les marchands et négociants)<sup>1</sup>. Plus tard, sous l’Ancien Régime, la correspondance, qui s’est élargie à d’autres sphères privilégiées, devient aussi un art, s’organise en réseaux au sein desquels nobles et notables, bourgeois, gens d’Eglise, de lettre et de robe sociabilisent ; avant la révolution, les chiffres établissent à environ 10 % la population concernée par cette pratique<sup>2</sup>. Et encore, ceux qui en auraient les compétences intellectuelles se verraient-ils refuser, par leur trop faible potentiel économique, le fait d’entretenir une correspondance car la lettre, son voyage et son port, coûte fort cher.

En matière d’organisation, pas d’avantage de naissance puisque plusieurs systèmes rationalisés et organisés les petites postes, la grande poste mais aussi les messages-piétons<sup>3</sup>, préexistent. Pour ces derniers notamment, il s’agit d’un système administratif préfectoral hérité de la période révolutionnaire -n’ayant rien à voir avec la poste- permettait à la hiérarchie étatique, depuis le ministre de l’Intérieur aux maires nommés par le pouvoir central à l’époque via les préfets, permettant l’échanges des lettres, documents et bulletins officiels. La Poste telle qu’on l’imagine, appelée la grande poste, n’est connue que par les urbains d’abord, puisque seul un service de collecte distribution, héritée du rapprochement des petites postes et de la grande poste, permet d’offrir une offre intégrale autour du « courrier », de, dans et hors la ville, dans les grandes cités du royaume.

Le service rural, en fait service de collecte et de distribution du courrier dans les communes rurales<sup>4</sup> et les campagnes, désigne une vaste organisation financière (un budget colossal de lancement de 6,1 millions de F pour l’époque, soient 132 000 euros de nos jours), humaine (près 5 000 hommes initialement) et matérielle (plus de 35 000 boîtes aux lettres à installer et à entretenir) visant à mener à bien cet objectif.

- d’une organisation, certes pas créée ex nihilo (sur les ruines des messagers piétons), mais pensée dans une optique politique, territoriale et policière et non dans un but humaniste ou pédagogique. Car c’est bien là une originalité du service rural...

**Quid de la vie du courrier une fois le système en place ?** On peut dire que celui-ci a connu une courbe de croissance fulgurante et parabolique comme peu d’objets témoignant de

<sup>1</sup> P. Albert (dir.), *Correspondre jadis et naguère*, Editions du CTHS, Paris, 1997, p. 7-10.

<sup>2</sup> R. Chartier (dir.), *La correspondance. Les usages de la lettre au XIX siècle*, Paris, Fayard, 1991, 462 p.

<sup>3</sup> S. Richez, « Les messagers-piétons en Normandie : une forme de la distribution des correspondances avant 1830 », *Etudes normandes*, n°3, 2001, p. 33-45.

<sup>4</sup> Dans le vocabulaire postal, commune rurale signifie une commune dépourvue d’un bureau de poste.

l'activité d'un pays, et surtout économique, l'ont connu. **L'histoire du courrier, c'est donc bien l'histoire d'une *success story*.**

- **Volumétrique** d'abord, identifiée par une incroyable courbe parabolique qui ne fait que conserver sa croissance sur le temps long.
- 

Années	Lettres	Cartes postales	Journaux / périodiques	Total des objets en circulation intérieure
1789				100 000 à 200 000
1865	278 282 000		30 077 700	133 797 820
1900	775 871 391	57 242 425	553 095 475	553 095 475
1965	6 000 520 000		989 470 000	7 211 380 000

**Humaine** aussi puisque sur la souche des 600 facteurs en 1800, puis des 5 000 reconnus à l'orée du service rural en 1830, les effectifs ont passé la barre des 10 000 au milieu de la décennie 1850, dépasser les 30 000 en 1900 et les 50 000 hommes au début des années 1960.

**Matérielle** puisque l'équipement initial des 35 000 communes rurales en boîtes aux lettres s'avérant rapidement insuffisant, il est doublé en 1900, passe les 100 000 unités en 1933 et atteint les 130 000 à la fin des années 1960.

**Organisationnelle** également pour les tournées qui ont gagné en régularité –on est passé d'une tournée tous les deux jours à une tournée quotidienne à partir de 1863 et jusqu'à l'entre-deux-guerres 7 jours sur 7- ainsi que pour les levées de boîtes et les distributions de courrier qu'on a connu pour les premières à Paris pour un exemple certes extraordinaire, à 7 ou 8 par jour et jusqu'à 18h30 voire 21h dans des endroits précis en 1907, et pour les secondes, toujours dans la capitale, jusqu'à 7 quotidiennes tronçonnées par type de courrier (lettres / imprimés). Toujours dans la capitale, le service de la correspondance locale est loin d'être aussi accéléré une lettre postée dans et pour la capitale exige de deux à six heures pour sa remise au début du XX<sup>e</sup> siècle.

**C'est un véritable fourmillement qui s'opère de façon à ce que le système concourt à un flux quasi ininterrompu, qu'on pourrait assimiler à une bande passante mécanique et humaine dédiée au courrier.**

Comment expliquer cette *success story* du courrier ?

**La quasi absence de moyens de communication concurrents !** Le télégramme ne s'est pas démocratisé ; le téléphone n'arrive que dans les bureaux de poste les grandes administrations, le commerce et l'industrie : le particulier ignore encore largement cet appareil à son domicile.

**Le développement économique** particulièrement puissant connu par le pays sous le second Empire, puis dans le sillage du plan de relance Freyssinet (1879), puis encore la Belle Epoque, puis encore dans les Années Folles années 1920, et la première moitié des Trente Glorieuses, autant de cycles de fortes croissances qui portent l'essor du trafic postal.

**Les progrès de l'alphabétisation** que la loi Ferry sur l'école obligatoire (1881-82), mais aussi les efforts des PTT pour acculturer ces nouveaux usagers par divers biais que sont le calendriers, les cahiers d'adresses scolaires, la philatélie, etc.

Porté par cet élan, l'objet courrier s'est modernisé, s'insérant aussi dans un cercle vertueux modernisation / séduction / usage. En 1844, on invente la lettre au contenu protégé (lettre

recommandé.) En 1849, le timbre vient « normer » économiquement l'envoi de la lettre. Bien plus tard, le Courrier d'Entreprise à Distribution Exceptionnelle (Cedex en 1966), et le courrier individuel à distribution exceptionnelle (Cidex en test dès 1968) optimisent les flux et leur distribution, pour ceux qui vont appartenir aux « grands comptes » (à savoir les plus grandes entreprises mais cela s'adresse également aux PME) et pour la population rurale ou des grands ensembles HLM ; quant au premier code postal à deux chiffres (1965, cinq chiffres en 1972), il témoigne de l'automatisation naissante du tri dans une volonté d'aller encore et toujours plus vite.

Ces modifications, d'abord décriées puis finalement appréciées, permettent encore à l'objet d'assumer son rôle son vecteur de technologie et de modernité au nom de la Poste.

Mais tout n'est finalement pas rose ...

**La crainte cyclique du raz de marée** est clairement présente chez les responsables des Postes qui interpellent l'Etat et l'opinion publique à propos d'un système au bord de l'explosion. Nombreux furent les directeurs généraux, depuis Edouard Vandal en 1865 jusqu'à René Joder en 1963, à dénoncer l'immense vague de courrier faisant craquer les coutures du service... En 1965, chaque Français a en moyenne expédié 93 lettres ou cartes postales, 21 imprimés et 5 paquets quand il a reçu 120 lettres ou cartes postales et 6 paquets<sup>5</sup>.

**La question des délais de remise**, hormis lors du pic de Noël et du Jour de l'An, ne transpire pas des sources : même si on devine bien qu'une lettre qui mettait trois jours pleins de Paris à Bordeaux avant 1850<sup>6</sup>, n'en met plus que raisonnablement deux au pire en 1960, on constate quand même une ahurissante stagnation de ce concept de vitesse postale !

Paradoxalement, les postiers font d'ailleurs tout pour s'en tenir au critère de rapidité qui semble être la devise de l'administration. D'ailleurs, avant 1914, les PTT posent d'eux-mêmes les principes de l'acheminement dans un article du *Bulletin mensuel des Postes et Télégraphes* qui regroupe tous les textes et règlements administratifs régissant le service<sup>7</sup>.

Il est clairement dit que « l'acheminement idéal réunit les trois conditions suivantes qui sont conduire l'objet à destination dans les plus bref délai par le chemin le plus court en réduisant le nombre de manipulations ».

---

<sup>5</sup> *Postes et Télécommunications*, novembre 1966, p. 10. La différence entre ce qui a été expédié et ce qui a été reçu provient du fait qu'il n'est tenu compte, dans ce premier cas, que de la correspondance privée, alors que, dans le second, est comprise la correspondance officielle.

<sup>6</sup> P. Marchand, *Le maître de poste et le messenger*, Belin, Paris, 2006, p. 151.

<sup>7</sup> *Bulletin mensuel des Postes et Télégraphes*, n°8, juin 1912, p. 224.

## II / 1970'– 2000' : l'âge ingrat du courrier

Le téléphone dans l'entreprise, la voiture pour tous, le téléphone au domicile, le fax, télex, et le téléphone portable : le courrier voit progressivement apparaître des concurrents à son usage. Plus précisément, ceux qu'on prédit se révéler plus tard comme des concurrents mortels, sont, à leur début, des relais de croissance pour la Poste (le téléphone et plus tard l'Internet par exemple pour la vente par correspondance ou bien la vente en ligne), seulement pas uniquement pour sa branche courrier, mais aussi et surtout pour sa branche messagerie...

Ça n'est donc pas tant la question des volumes en berne qui inquiète les patrons de la Poste, mais plutôt les conséquences désastreuses de volumes à la croissance non maîtrisable... A tel point que l'inquiétude envers le courrier émerge fortement dans le courant de la décennie 1960, alors que les apparences demeurent saines. On se demande si le courrier, au sein des PTT, ne va pas devenir le nouvel « homme malade », suivant en cela le téléphone<sup>8</sup>.

Les causes du malaise semblent d'ailleurs toucher à la sempiternelle question des délais... René Joder, directeur général, entretient le trouble chez l'historien en signalant que « dans leur grande majorité, les lettres continuent d'arriver dans des délais normaux ». Seulement 10 à 15 % d'entre elles seraient affectées par des problèmes de retards. Qu'est-ce qu'un délai normal à l'époque et qu'est-ce qu'un retard. Mystère ! Tout juste Joder consent-il à évoquer que pour la « messagerie et les imprimés, un délai de trois ou quatre jours ne devrait pas, en soi, être considéré comme anormal s'il était régulièrement observé ». Doit-on en déduire que la majorité du courrier en France à l'époque voyage selon ce délais, de trois ou quatre jours ?

Mais en fait, ça n'est pas tant parce que la Poste semble incompétente que le problème se pose –jamais n'est évoqué quelconque engagement sur tel ou tel délai promis-, mais plutôt parce qu'elle est totalement noyée sous le flot hétéroclite du courrier, avec des budgets et des moyens humains insuffisants pour y faire face. Les chiffres du trafic postal témoignent de cette vague soudaine : toute la communication, le commerce, et la capacité à sociabiliser passe par ce canal, qui déborde ; entre 1950 et 1970, au cœur des 20 années les plus fertiles des Trente Glorieuses, le trafic global est multiplié par deux, passant de 5 milliards d'objets à près de 11,5 ; du jamais vu, surtout en si peu de temps !

C'est donc autour de cette question des délais de traitement du courrier que gravitent les éléments de fonds **de la réforme du courrier** mise en vigueur le 13 janvier 1969 : elle doit permettre d'éviter l'asphyxie du système d'exploitation (hommes, machines, sites) et contient en germe plusieurs éléments qui révolutionnent la perception, l'usage du courrier<sup>9</sup> :

- La distinction de deux catégories d'objets, selon leur conditionnement, répartis deux flux et circuits différents : les plis et les paquets
- abandon de la notion de correspondance personnelle : la lettre est désacralisée, la classification des objets devient indépendante de la nature de leur contenu, le pli anonyme et banal fait place à la missive personnelle.
- l'expéditeur choisit son délai d'acheminement par le prix du timbre qu'il accole (en théorie)

---

<sup>8</sup> *Postes et Télécommunications*, janvier 1967, p. 3 et suivantes.

<sup>9</sup> *Postes et Télécommunications*, juin-juillet 1968, p. 5-7.

Cette réforme provoque un vrai séisme dans la société française<sup>10</sup>. Plusieurs raisons président à la levée de boucliers : une déplorable explication sur le fond ; trop technicienne et pas assez utilitaire ; une mauvaise interprétation de la part de la presse qui s'empare d'un sujet sensible et polémique, en faisant ses choux gras ; une déformation finale de l'information réelle qui troublent les Français. A tel point que les PTT sont obligés d'éteindre l'incendie par une campagne de publicité et la parole donnée aux vedettes de la société civile de l'époque à savoir Français Blanche, Fernandel, Michel Jazy, Philippe Bouvard, Charles Aznavour et Paul Ricard.

A l'occasion d'un premier bilan fait après huit mois, on apprend davantage sur les délais en vigueur<sup>11</sup> :

« En ce qui concerne les lettres, le délai idéal de 24 heures, même en l'absence de tout incident d'acheminement, ne peut être respecté dans certaines relations défavorisées. La réforme ne pouvait rien changer à cette situation, mais elle a permis de mieux se rapprocher des conditions d'acheminement théorique, et actuellement, 85 % environ des lettres parviennent à destination dans un délai de 24 heures. Pour les plis non urgents une fois passée une période de flottement inévitable, une lente amélioration a été constatée et actuellement, 95 % des plis non urgents sont distribués dans un délai maximum de quatre jours ».

Un état des lieux permettant de dire aux responsables de l'administration que les délais théoriques du J+1 pour les lettres et de J+4 pour les plis non urgents ont donc été respectés, et ce avant fin 1969 !!!!

Signalons que dans cette riche histoire de la lutte effrénée pour plus de vitesse, qu'en 2009, avec une qualité de service de 84,7 % pour la Lettre Prioritaire en J+1, le courrier comme Métier annonçait « enregistrer le meilleur résultat de son histoire ».

Et pourtant, tous les moyens ont encore cru. Les hommes sont encore plus nombreux, puisque sur la période, on est passé de 62 604 facteurs en 1970, à 90 000 voire 100 000 à la fin du XX<sup>e</sup> siècle (on ne sait pas scinder dans ces effectifs la part des effectifs affectés uniquement aux paquets).

Et pourtant, les outils sont plus accessibles : même si le nombre de boîtes aux lettres à son zénith en 1979 avec 156 000 unités, s'est tassé pour retomber aux alentours de 136 000 en 2000, on en trouve partout là où la foule se presse (parking des supermarchés, gares)

Et pourtant, la motorisation engagées au début des années 1950 dans les campagnes, a achevé son cycle en gagnant les zones périurbaines et les villes moyennes : aux 2CV ont succédé les 4L puis l'Acadiane, elles-mêmes remplacée par le C15 en 1995, puis le Berlingo en 1997, augmentant les capacités d'emport, accélérant des tournées devenues de toutes façons devenues plus longues.

<sup>10</sup> *Postes et Télécommunications*, mars 1969.

<sup>11</sup> *Postes et Télécommunications*, octobre 1969, p. 15.

### III / 2000' - 2030 : l'âge canonique du « courrier » ?

Le questionnement prospectif de cette dernière partie s'explique aisément. L'historien, comme ses contemporains, est immergé dans une actualité touchant le courrier, si riche et évoluant sans cesse, qui lui fournit une matière aussi instable qu'un matériau d'étude irremplaçable. En effet, en mettant en écho les dits événements contemporains avec les grands phénomènes passés, des hypothèses et des analyses originales peuvent être esquissées.

La première analyse touche à la récurrence des discours fatalistes dignes du Déluge biblique. Déjà, à peine au début de l'âge ingrat du courrier, à peine la réforme du courrier esquissée, et la transformation de la typologie du courrier engagée, on prophétisait dans le magazine *Postes et Télécommunications* (qu'on ne peut pas accuser ici de langue de bois) en 1968 « la fin de la "Poste de papa" qui se serait réorganisée pour adopter le visage commercial qui doit être maintenant le sien ». Il y a à peine un an, le patron de la *Deutsche Post* annonçait lui aussi dans les mêmes termes, la fin de « la Poste à papa ». Si ces annonces ne touchent pas *stricto sensu* que le courrier et ses usages, elles n'en témoignent pas moins d'un profond changement et la vision qu'à chaque fois, **une révolution**, au sens premier et fort, **était perçue comme telle**.

Celle née de la fin du XXe siècle trouve d'abord une justification chiffrée. **Pour la première fois de son histoire** –hors période de guerre-, la courbe du trafic du courrier s'infléchit, certes presque imperceptiblement au début : 2,5 % en 1998, 1,1 % en 1999 et 0,1 % en 2001. Pas de quoi *a priori* fouetter un facteur, tout au plus envisage-t-on un phénomène conjoncturel !

Mais le phénomène se révèle plus grave, alors que l'œuvre européenne de dérégulation des marchés postaux entre dans une phase plus concrète lors de la première décennie du XXI<sup>e</sup> siècle (2003, premières entailles au monopole des lettres) ; les indicateurs ne se stabilisent pas, pire s'amplifient (10 % de perte entre 2004 et 2007) d'autant plus avec l'arrivée de la crise économique, qui mûrit dès 2008 pour éclater ensuite. Cette crise vient définitivement confirmer la tendance : le courrier traditionnel, dont la croissance reposait sur les échanges, n'est ni plus d'usage courant, ni même plus levier de croissance économique. Pire même, en 2010, La Poste reconnaît enfin elle-même qu'elle perdra 30% des volumes d'ici 2015 !

Et dire pourtant que la bulle Internet (1998-2000) a déjà 10 ans et que trop peu d'acteurs avaient compris suffisamment tôt le pouvoir de nuisance de ce nouveau média (rappelons les anticipations oubliées du pourtant « best seller » rapport de Nora/Minc sur l'informatisation de la société en 1978<sup>12</sup>)

C'est une tendance de fonds, et les raisons sont multiples :

- **la concurrence des moyens de communication instantanée**, qui ringardisent la lettre : sms, coup de fil d'un portable, email sont à la mode dans une société du zapping et de la vitesse
- avec la très forte contraction de **la correspondance sous franchise**, le courrier devient un poste budgétaire d'ampleur que beaucoup d'administrations cherchent à

---

<sup>12</sup> Simon Nora, Alain Minc, « L'informatisation de la société ou la télématique », Paris, La Documentation française, 1978.

restreindre : la Santé via la carte vitale et la transmission par email des feuilles de soin : les Impôts et la déclaration en ligne, mais aussi d'anciennes administrations comme EDF ou France Télécom avec les factures en ligne, font irrémédiablement fondre un des socles des flux

- **la rupture intergénérationnelle** et/ou **sociale** autour de l'emploi de la langue écrite à travers les usages de l'écrit et de la correspondance : des quadragénaires voir quinquagénaires et plus qui correspondraient encore, quoi qu'occasionnellement, par lettre dans un français encore rédigé, en face de populations plus jeunes, trentenaires ou nées à la fin des années 1990, pour qui la lettre serait à classer parmi les fossiles, rompus aux codes du texto et du langage abrégé ou phonétique.

Irait-on alors vers une disparition inexorable du « courrier », entendu sous la forme d'un vecteur matériel de communication entre les personnes et les institutions ?

Quels éléments permettent de se pencher sur la question ?

La comparaison internationale est un indicateur saisissant du vent de changement qui balaie par exemple l'Europe. Quelles sont les tendances hors de l'hexagone, notamment chez les deux grands groupes anglo-saxons DP et TNT ?

On constate que ce sont les hommes en charge de l'objet courrier et prenant part au système – et aussi le système lui-même- qui sont mis à mal, de différentes manières :

**Aux Pays Bas**, les rumeurs de vente du pôle Courrier se font de plus en plus insistantes dans la foulée d'une suppression drastique d'emplois de facteurs, de collecteurs de boîtes aux lettres et d'employés du tri<sup>13</sup>.

**En Belgique**, l'objet courrier tend tellement à se dévaloriser que ce sont les métiers afférents perdent de leur noblesse, ne serait-ce que dans l'usage des qualificatifs<sup>14</sup> ; moins de facteurs (8 000 postes supprimés) et encore, beaucoup parmi ceux qui restent sont qualifiés de *low-cost*, à savoir des retraités, étudiants ou femmes au foyer employés en appoint pour distribuer le courrier dans leur quartier.

**En Irlande**, on a testé en campagne la distribution du courrier trois fois par semaine.

**En Suède**, on a enlevé à tour de bras des centaines de boîtes aux lettres des rues et bâtiments, et les facteurs effectuent des tournées en moyenne 25 % plus longues<sup>15</sup>.

**La première des réponses** de La Poste en France a été industrielle, technique et organisationnelle.... Elle restait encore très timide au sujet de la cassure dans les usages.

Le programme *Cap Qualité Courrier* lancé en 2004 visait 90% du Courrier distribué en J+1 ! « c'est la révolution technologique » de la Poste, le plus lourd investissement jamais réalisé dans son histoire » révélait à raison Gabriel Henzen : 650 machines, merveilles du tri automatiques du tri rapide et précis, répartis dans de nouveaux centres de tri érigées véritables plates-formes industrielles régionale ou départementales. Le programme nommé *Cap Qualité Courrier* doit amener la Poste à tendre vers pourcentage de remise en J+1 le plus élevé possible. Il n'y a qu'à voir chaque semaine s'afficher sur l'intranet du Courrier la QS (qualité de service) qui oscille entre 82 et 86 % de J+1 en fonction des semaines (l'objectif postal est fixé à 85 %)

Depuis 1996, le volume de lettres échangées entre particuliers a régressé de 20 %.

<sup>13</sup> *Les Echos*, 19 juin 2010, p. 26.

<sup>14</sup> *LeMonde.fr*, 1<sup>er</sup> octobre 2009.

<sup>15</sup> *Le Monde*, avril 2010, p. 12.



En 2006, un particulier expédie en moyenne 88 courriers dont le quart à des occasions spéciales (vacances, Noël).

En un plus tard, En 2007, un Français en moyenne expédie 60 et en reçoit 300 courriers (chiffres La Poste DC).

En 2006, en créant la célèbre *lettre prioritaire*, La Poste s'engageait sur les délais et s'engageait de concert à communiquer autour de la QS (qualité de service) hebdomadaire, le fameux J+... Une sorte de fuite en avant vers toujours plus de vitesse, Graal qu'il semble inespéré d'atteindre un jour, en tout cas sous la forme matérielle... A l'heure des considérations touchant au développement responsable, de l'instantanéité de l'email, de la visioconférence, de la 4G, est-il raisonnable de conserver un discours rigide sur cette QS mythique ?

On constate que le système est sous tension partout et sous divers points de vue.

- **Celui de la Cour des Comptes**, éternel cerbère public, qui s'est intéressé au cas de la Poste en lui intimant de baisser ses coûts, notamment dans cette branche Courrier. D'abord pour dire qu'il serait plus sage d'envisager une baisse des volumes des plis de 40 % d'ici à 2015, et pas uniquement 30 % comme les experts de la Poste semble s'y tenir<sup>16</sup>.

- Dans la foulée, **la presse spécialisée** s'est emparée de cette perche pour argumenter quant à l'abandon prévisible de l'argumentaire du J+1 pour l'ensemble du courrier, qui ne serait plus qu'à réserver au courrier intra-régional ou interrégional limitrophe, en plaçant l'objectif de distribution non plus à 85 % mais 95 %. A défaut, il s'agirait de changer d'optique, et d'aborder la question si taboue, du J+2 à propos d'un courrier pensé différemment...

**La seconde des réponses** arrive cette année : elle se veut en partie sociétale et sociologique, et se positionne comme plus en phase avec le changement d'ère que nous vivons, aussi radicale que celle survenue en France à partir de la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, quand le chemin de fer, le télégraphe et la lettre démocratisée ont fait tomber la barrière des distances<sup>17</sup>.

De nos jours, 97 % du courrier émis l'est par les entreprises et institutions, à peine 3 % des flux de courrier sont échangés entre particuliers (chiffres La Poste mai 2010). Le courrier de « sociabilisation » a quasiment disparu : la raison économique demeure le seul moteur ! Est désormais bien intégré par les acteurs du marché le fait que c'est bien donc bien une certaine forme de courrier qui est en train de disparaître, la forme historique du courrier en tant que correspondance.

En France, le programme *2015 Réinventons le Courrier* endosse de concert trois ruptures simultanées identifiées comme telles, autour de l'objet séculaire dont le monopole intégral né en 1804 s'estompera en 2011.

**la révolution concurrentielle et commerciale** : « en 2011, 100% de nos activités seront en concurrence. Les clients auront de plus en plus le choix. Ils devront donc nous choisir. Nous innovons pour être présent sur chaque segment du marché ».

**la révolution écologique** : « c'est une exigence sociétale. Le Courrier de demain devra être un leader responsable : des actions de grande ampleur ont déjà été lancées à l'image du Plan national Transports propres et du développement d'offres éco conçues. »

<sup>16</sup> *Les Echos*, 9 juillet 2007, p. 1-21.

<sup>17</sup> Eugen Weber, *La fin des terroirs. La modernisation de la France rurale 1870-1914*, Fayard, Paris, 1983.

Mais il ne dit rien des conséquences écologiques de restriction des déchets sur l'usage du papier, et donc, du courrier matérialisé...

**la révolution technologique** : « nous évoluons désormais dans l'ère de la société numérique. Les usages du courrier intègrent désormais la numérisation des échanges. »

Un usage de la correspondance traditionnelle que *Deutsche Post* semble voir pas disparaître puisqu'elle promeut un concept déroutant, proposant sa propre révolution usuelle ; en Allemagne en effet, c'est le programme de la **lettre hybride ou lettre virtuelle (E-Post)**, largement promu par la publicité aux particuliers (la cible des entreprises n'apparaît pas prioritaire ; elle diffère du modèle français s'adressant davantage aux entreprises) qui est mis à l'honneur en 2010. Le concept est simple : des lettres envoyées en ligne, imprimées et mises sous enveloppe par DP au prix d'une correspondance normale. Mais apparemment, et comme les grandes évolutions techniques offertes trop rapidement aux usagers, la technique n'est pas sûre, pas bien maîtrisée par le public, et de nombreux dysfonctionnements plombent le système<sup>18</sup>. L'empressement allemand vers cette option -Deutsche Telekom doit proposer sa propre offre en 2011- interroge quand même !

Cette lettre, hybride n'est ni aussi souple, ni aussi instantanée que l'email, souffrant d'une complexité d'emploi telle, et d'une analogie si forte à la lettre passiste, qu'il semble difficile de croire en l'avenir de ce que *Deutsche Post* présente comme la nouvelle façon de correspondre.

D'autant plus que le processus de raréfaction de l'usage du support papier pour l'information/correspondance dans la chaîne postale, a tout récemment connue une étape passée encore inaperçue car toute fraîche, mais pas sans conséquence dans la symbolique.

L'enseigne de la grande distribution Leclerc, déjà pionnière dans de nombreuses pratiques qui ont fait école depuis, s'est mise en tête de tuer le prospectus, sous couvert de considération écologique. C'est le programme « 2020 zéro prospectus » et on peut imaginer que cette démarche réussisse à moyen terme

C'est surtout un premier pas la forte constriction du marché des imprimés, avec ou sans adresse, qui constitue une part forte du trafic pour la Poste mais surtout un espoir de croissance pour ses filiales positionnées autour de la relation client<sup>19</sup>... *A contrario*, les autres filiales du courrier spécialisées dans la dématérialisation se trouvent fondamentalement intéressées par l'appel du pied de ce puissant émetteur publicitaire.

C'est toute la complexité, janusienne, de l'actuel visage du Courrier, en tant que Métier cette fois ci, que de concilier les peurs liées à la fin du courrier matérialisé avec les promesses de la dématérialisation...

---

<sup>18</sup> *Süddeutsche Zeitung*, 17 août 2010.

<sup>19</sup> Doc@post regroupe les sociétés suivantes : Aspheria & Orsid, ex-frères ennemis pour l'externalisation documentaire et courrier, l'archivage électronique, la publication en ligne ; CertiNomis et ses célèbres certificats, Dynapost, externalisation du courrier et du document ; LADSERVICES (comme son nom l'indique ; Maileva, qui s'occupe des courriers et documents à la demande ; Seres, synonyme d'EDI à toute épreuve ; SF7 , externalisation de la relation client ; ISC Ingénierie Solutions Courrier, dédiée au conseil sur le domaine documentaire.

## BILAN

L'histoire du courrier se superpose à celle de l'institution qu'il fait prospérer et qui en a l'exploitation monopolistique : elle en a porté la croissance et garde en elle désormais la désuétude d'une forme de son usage envisage une révolution institutionnelle.

Etre capable d'écrire des lettres et d'en recevoir de son cercle (amical, familial, professionnel) était LE signe d'existence, d'activités et d'insertion dans la norme sociale. Désormais, c'est le fait de recevoir coups de fil, sms ou emails dans des proportions et une frénésie sans commune mesure avec l'apogée de la lettre physique, qui témoigne de ce phénomène.

L'histoire du courrier endosse des constantes inamovibles. L'objet en tant que tel est un formidable vecteur d'innovation industrielle, technique, mentale pour une administration dont l'image d'Epinal traditionnelle stigmatisait l'incapacité à innover et changer

Mathieu Flonneau, historien des mobilités, dirait que nous sommes en train de basculer d'une ère de prédominance de l'automobile à une autre où domineront de nouveaux paradigmes de l'automobilisme : en clair, la fin du règne de la voiture comme objet unique, faisant place à des usages alternatifs.

Je dirai, concernant le « courrier » que nous sommes à l'aube d'un changement de même nature : la fin du courrier comme d'un usage pour communiquer/sociabiliser et la toute puissance d'un « courrier », certainement dématérialisé mais sous une forme et un aspect qu'on ne perçoit encore pas bien, comme vecteur du marketing, du commerce, des affaires économiques, juridiques, médicales et domestiques qui rythment notre vie.

Si le courrier matériel entre usagers est déjà définitivement mort,

Si le courrier matériel, comme support média pour les affaires commerciales, domestiques, économiques, culturelles, oisives, sanitaires et juridiques, demeure suspendu à la propension des institutions émettrices à succomber à la dématérialisation, mais semble très fortement menacé

La renaissance d'un autre courrier, dématérialisé celui là, doit porter les espoirs de la Poste de partiellement combler ses activités pérennes, tout en conservant son sens génétique, celui de médiateur.

### **QUESTIONS D'HISTOIRE**

« Pourquoi en 1830, alors qu'environ 10 % de la population seulement correspond à l'époque, la Poste installe-t-elle un des plus formidables systèmes, humain, financier et organisationnel, de distribution et de collecte régulières du courrier partout sur le territoire hexagonal ? »

« Pourquoi, en 2010, *Deutsche Post* crée-t-elle la *e-briefe* alors que le courrier entre les particuliers, lié à la socialisation familiale et amicale, voire professionnelle, ne représente plus que 3 % des flux globaux de courrier matériel ? »

## **Bibliographie**

Chartier Roger (dir.), *La correspondance. Les usages de la lettre au XIX siècle*, Paris, Fayard, 1991, 462 p.

Bossis Mireille (dir.), *La Lettre à la croisée de l'individuel et du social*, Kimé, 1994.

Haroche-Bouzinac Geneviève, *L'épistolaire*, Paris, Hachette, 1995.

Soriano Paul, *Lire écrire parler penser dans la société de l'information*, Paris, Descartes&Cie, 2006 p.