

**Cécile Pensiot, « La distribution rurale à domicile : perspective nationale et réalité locale », maîtrise, sous la direction de Catherine Bertho-Lavenir, Clermont-Ferrand II, 2001, 189 p.**

Le rapport fait par le député Sapey, étudiant l'intérêt de mettre en place une distribution du courrier à domicile dans les zones rurales, conclut que le développement du commerce et la démocratisation des moyens de communication y gagneraient. Lors des débats à la Chambre des députés, les hommes favorables au projet insistent sur les nombreux avantages que le pays y trouverait. Cette mesure, à leurs yeux, faciliterait les progrès de l'alphabétisation : la facilité à correspondre motiverait les illettrés, sinon à s'instruire, du moins à envoyer leurs enfants à l'école. Cet argument est contré par les opposants au projet : ils craignent les conséquences d'une information non contrôlée sur des gens qui n'y sont pas habitués. En fait, ces parlementaires préféreraient laisser les masses paysannes dans une ignorance qu'ils considèrent plus favorable au maintien de l'ordre. Mais le projet est finalement voté pour la raison inverse. En effet, la distribution du courrier dans les campagnes est perçue comme un moyen de faciliter la communication entre le régime et la totalité de la population française.

En outre, il leur semble qu'elle va être bénéfique à l'image de l'Etat. Ce service rural à domicile devient quotidien en 1832 pour des communes pour lesquelles cela est nécessaire. L'étude de la correspondance engendrée par cette loi permet de mieux comprendre les enjeux qui se greffent autour de ce service. Ainsi, on constate qu'il faut attendre une bonne dizaine d'années pour que les communes rurales du Puy-de-Dôme s'y intéressent. La corrélation entre le développement du commerce et le désir des communes d'obtenir le service quotidien laisse penser que les futurs bénéficiaires de ce service y voient principalement un intérêt économique. Cependant, les communes limitrophes font leur demande simultanément, et certaines prétextent qu'une commune voisine de la leur a obtenu le service quotidien pour justifier leur propre demande. Il semble donc qu'il y ait eu un phénomène d'imitation qui sous-entend que l'obtention du service journalier est un avantage enviable. Dans la mesure où le service quotidien est octroyé aux communes pour lesquelles cela est nécessaire, en bénéficiant, c'est appartenir au cercle des communes économiquement dynamiques. Le vœu des parlementaires d'intégrer les zones rurales au sein de la communauté nationale grâce au service postal dans les campagnes, se trouve accompli, au moins pour une partie d'entre elles.

Lors des débats à la Chambre, certains parlementaires se sont avoués soucieux des conséquences de cette ouverture du monde rural sur la communauté nationale. Bien que cette crainte n'ait pas suffi à contrer le vote de la loi, elle demeure réelle. Les qualités exigées des facteurs ruraux traduisent la persistance de cette inquiétude. Dès les premiers mois, le recrutement des facteurs est conditionné à la moralité des candidats. En fait de moralité, il s'agit de choisir des hommes dont les opinions politiques ne sont pas hostiles au régime en place. Les conditions dans lesquelles le facteur rural exerce son métier lui permettent de distribuer des tracts politiques et de diffuser des opinions jugées subversives dans la mesure où elles ne s'alignent pas sur celles du gouvernement. Afin de limiter les comportements déviants, ses droits et devoirs sont strictement définis : une circulaire précise même que si les facteurs sont libres d'avoir leurs propres opinions politiques, ils sont en revanche tenus de les taire. Pourtant, lorsque cela lui semble indispensable, le gouvernement requiert l'aide

des facteurs ruraux pour diffuser des informations d'autre politique. Pour l'Etat, le facteur joue donc un rôle politique. La réglementation administrative définit les contours d'un facteur rural qui doit inspirer confiance, aussi bien à l'administration qu'aux usagers. Les représentations qui s'adressent à un public populaire soulignent la proximité u facteur avec les usagers de la Poste alors que celle destinées aux classes plus aisées de la population lui prêtent plutôt une certaine naïveté et n'hésitent pas à montrer la vente des almanachs comme une forme de mendicité. La persévérance, la témérité, le lien que symbolise le facteur lui sont imputés en référence à l'image du facteur rural.

