

**« *La Poste vient vers vous* »¹ :
une contribution, mobile, à l'aménagement du territoire**

À l'image de la Poste est traditionnellement attachée une représentation de mobilité et de proximité vis-à-vis de la population. Plusieurs événements jalonnant l'histoire témoignent de cet aspect ; l'an 1759 où Piarron de Chamousset obtint du roi l'autorisation de faire envoyer des facteurs au domicile des Parisiens afin de leur distribuer le courrier traité intra-muros² ; 1830, année à laquelle le service rural nouvellement créé mit des facteurs sur les chemins de campagne, brise le caractère « statique »* de la remise du courrier par les postiers ; jusqu'à nos jours où collecter, transporter et distribuer le courrier constituent autant d'actions qui induisent la nécessité de déplacements motorisés ou pédestres, qu'ils soient aérien, terrestre ou ferré.

A des époques passées où le concept d'aménagement du territoire n'existait pas tel son acception née dans les années 1960, on décèle malgré tout dans ces réformes la volonté d'un certain nombre d'acteurs de transformer l'aspect du territoire, de l'organiser rationnellement, d'en modifier les structures et de l'occuper selon une vision volontariste. Ces caractéristiques, énoncées par Michel Margairaz comme définissant un aménagement du territoire avant l'heure³, concernent la Poste au premier chef. Celle-ci aurait donc fait de « l'aménagement du territoire » précoce, à travers la desserte du territoire matérialisée par les tournées des facteurs et l'implantation des bureaux, à travers l'uniformisation de son tarif des lettres égalisant et contractant ainsi l'espace des communications écrites en France⁴.

En conséquence, il n'est peut-être donc pas surprenant de retrouver en bonne place la Poste comme administration fortement intéressée à la mise en action pragmatique de l'aménagement du territoire lors des Trente Glorieuses, en s'appuyant sur la pratique ancestrale qu'elle maîtrise le mieux, à savoir le mouvement. La combinaison de cet aménagement du territoire et de ce positionnement postal se traduit à travers la naissance de l'idée du bureau mobile en 1959, son apogée durant la décennie 1960 et sa stagnation à partir des chocs pétroliers de 1973-1974 menant à son lent et long effacement jusqu'à la fin des années 1980. Qu'est-ce que ce bureau mobile ? Tout simplement, l'idée de transformer une infrastructure habituellement massive et fixe en une structure légère et mobile, en faisant circuler sur les routes un condensé de bureau de poste placé dans une camionnette afin de rendre au public un service de guichet traditionnel.

Malgré le caractère novateur du bureau mobile, cette période n'a pas laissé à l'historien un si grand matériel archivistique pour traiter la question : entre les sources existantes mais incommunicables⁵, celles connues mais non inventoriées et celles disponibles mais très lacunaires (les publications internes, les archives du ministère des PTT), le travail est rude.

¹ *Revue des Postes et Télécommunications de France*, n°5, septembre-octobre 1962, p. 5.

² Paul Zaccone, *La poste anecdotique et pittoresque*, Paris, Lahure, 1867, 307 p.

* Avant la création du service rural en 1830, les habitants des communes dépourvues d'un bureau de poste (près de 35 000 à l'époque) devaient se rendre au bureau le plus proche pour y retirer leur courrier auprès du directeur du bureau : d'où cette distribution « statique » opposée à une distribution itinérante rendue par les facteurs.

³ Séminaire de recherche sous la direction d'Olivier Dard, « Services publics et aménagement du territoire », Caisse des Dépôts et Consignation, septembre 2004.

⁴ A ce sujet, Nicolas Verdier, *De l'égalité territoriale à la loi sociale. Un député obstiné, Alexandre Glais-Bizoin, 1800-1877*, Paris, Comité pour l'histoire de La Poste, 2003, 214 p.

⁵ Deux cotes importantes, placées dans des bâtiments amiantés non accessibles au Centre des Archives Contemporaines (CAC) à Fontainebleau, n'ont pu être consultées : F 90 bis 4247 et 4248.

Mais il semble que le contexte difficile des banlieues et l'intérêt que portent les historiens pour l'étude des origines de ces ensembles périurbains, fournissent l'occasion à la Poste mobile de sortir de l'oubli⁶. Il faudra donc considérer ce premier article comme un apport pionnier sur la question, qui méritera d'être repris et approfondi à l'avenir grâce aux sources complémentaires à nouveau disponibles, en le replaçant dans une perspective plus large d'une histoire de l'impact des Plans de modernisation et d'équipement sur les contours de la Poste et de ses services. L'étude menée abordera le contexte qui a conduit la Poste à mettre en place ce système ainsi que ses modalités concrètes de mise en œuvre.

I – DES CONTEXTES FAVORABLES

Le système du bureau mobile repose sur une triple conjoncture favorable à son développement.

1.1 L'influence du « tout automobile »

Depuis les années 1920, l'industrie automobile connaît en France l'essor le plus rapide de tous les secteurs économiques, soutenue par une demande intérieure qui va croissante. La crise des années 30 et l'intermède de la Seconde Guerre mondiale ne tuent pas le secteur qui explose durant les Trente Glorieuses. Dès lors, la suprématie de la voiture particulière s'impose : la motorisation des ménages français passe de 58 % en 1970 à 75 % en 1985⁷. Non seulement les particuliers s'équipent, mais aussi les entreprises, qu'elles transportent des voyageurs ou des marchandises. Ces dernières atteignent un effectif maximum de 34 000 unités en 1973. Le nombre de camions possédés par chacune progressent : 284 000 camions français de plus de 6,5 tonnes circulent sur le territoire en 1973. Nicolas Neiertz a bien montré, au court de cette période, la place prépondérante de la route pour la plupart des activités de transport. Et La Poste, grand transporteur qui de tout temps avait successivement adopté les moyens modernes au fur et à mesure de leur apparition et de leurs améliorations (paquebot à vapeur en 1831 ; train en 1845 ; bicyclette en 1895 ; voiture en 1904) pour transporter le courrier, n'avait pas vocation à rester étrangère à ce phénomène automobiliste et routier.

Dans ce contexte, la motorisation de toute ou partie des activités du transport postal devint inévitable. D'ailleurs, elle avait très tôt connue des tentatives pionnières. Avant la Première Guerre mondiale, l'administration des PTT avait en effet décliné l'utilisation de l'automobile à travers deux concepts appelés « automobile-courrier » et « automobile-facteur »⁸. Le premier envisageait le transport des dépêches, entre la gare et le bureau, quand ce dernier n'était pas desservi par le rail ; le second consistait dans la dissémination des facteurs ruraux à partir du milieu de leur tournée au départ, et dans leur récupération à leur retour. Ainsi, alors même que l'automobile n'en était qu'à ses balbutiements en terme de fiabilité durant ces premières années du XX^e siècle, la Poste avait déjà entrevu les promesses touchant à la réduction des délais d'acheminement, à la rationalisation des déplacements qu'apportait la voiture.

Dans sa version agrandie, voire autocar⁹, le véhicule allait permettre à la Poste de renouer avec son activité originelle, c'est-à-dire le transport associé de dépêches et de voyageurs, à

⁶ Déborah Boïco, « Urbanisation et équipement postal. Implantation et adaptation des bureaux de poste en banlieue parisienne, des années 1960 au début des années 1990. Le cas de la Seine-Saint-Denis », Master 1 d'Histoire, sous la direction de Pascal Griset, Paris IV-Sorbonne, 2006, 176 p.

⁷ Nicolas Neiertz, *La coordination des transports en France de 1918 à nos jours*, Etudes Générales, CHEFF, Paris, 1989, p. 478.

⁸ M.P. Paris, *Rapport au budget des P&T*, 1903 (Sembat), p. 46 ; *Rapport au budget des P&T*, 1907 (Noulens), p. 39-41.

⁹ Yves Lecouturier, Pierre-Stéphane Proust, *La Poste automobile et les véhicules des PTT 1897-1970*, Caen, Les Feuilles Marcophiles, 1998, p. 63-84.

travers la Poste automobile rurale (PAR), activée dès 1926¹⁰. Le double objectif assigné par l'Etat à cette organisation, via le ministère des PTT, était de lutter contre l'enclavement rural et ramifier le service postal. Un circuit de PAR avait pour base un bureau de poste. Depuis celui-ci, rayonnait un véhicule, à raison d'un aller matinal et retour en soirée, desservant les communes situées sur un circuit fixe. Dans ces communes isolées, un correspondant postal, le plus souvent un commerçant, faisait figure d'agence postale traitant la correspondance, vendant des places dans le bus, enregistrant les demandes de commissions et assurant un modeste service de guichet. A son apogée en 1938, la PAR, qui comptait 390 circuits en France, transporta un million de voyageurs, achemina 60 000 colis postaux en plus des sacs de courrier, et assura 500 000 commissions. Essentiellement assuré grâce à des contrats d'adjudication, le service de la PAR faisait vivre de nombreuses entreprises de transport automobiles, à l'activité commerciale florissante au demeurant dans les années 30¹¹.

De même, l'entre-deux guerre fut l'occasion pour les PTT de s'aventurer dans deux autres innovations automobiles. La première apparut en 1934, année où commencèrent à être aménagés de grands autocars ou des semi-remorques pour en faire des bureaux de poste temporaires automobiles capables d'accueillir des usagers en leur intérieur¹². Temporaires car ceux-ci n'avaient vocation à être installés que sur les lieux de diverses manifestations concentrant un nombreux public (congrès, concours, expositions, foires, épreuves sportives) à l'occasion desquelles les PTT jugeaient qu'il était nécessaire d'avoir une présence commerciale. Il s'agissait d'y renforcer provisoirement les services postaux, télégraphiques et téléphoniques existants, mais aussi de permettre aux PTT d'y faire la promotion de leurs services. Automobiles car ils étaient donc installés dans un véhicule capable de changer de localisation avec beaucoup de souplesse. La seconde, qui prit temporairement corps à travers des essais avortés durant les années 1920, consista à décliner, sur la route, le concept des wagons-poste, à savoir le tri et l'acheminement du courrier par voie ferrée. Un siècle après leur mise en œuvre, la Poste ouvrit la première ligne d'ambulant routier en 1957 entre Narbonne et Montpellier¹³. Il s'agissait d'un grand autocar transformé en salle de tri d'un bureau, à l'intérieur duquel des postiers triaient les plis, reliant deux grandes villes proches. Ces ambulants routiers servaient de ramification aux lignes de la poste aérienne ou aux lignes ferroviaires pour des liaisons intra ou interdépartementales contenues entre 100 et 150 km. Seulement 13 lignes fonctionneront jusqu'à la disparition du Toulouse/Villefranche-de-Rouergue en 1992¹⁴.

1.2 La motorisation de la distribution

Ainsi, la Poste maîtrise-t-elle déjà le savoir-faire de la cellule de tri, voire du guichet, embarqués dans un véhicule avant de s'attaquer au concept du bureau mobile. Mais à proprement parler, on ne pouvait pas encore parler de motorisation, à grande échelle du service. L'engagement de la Poste vers l'automobile demeure somme toute modeste au regard des chiffres. En 1953, alors que la Poste ne fait rouler que 1 500 véhicules routiers, six fois moins que l'Angleterre, le II^e Plan de modernisation et d'équipement prévoit l'achat de 930 véhicules en quatre ans¹⁵. Mais on ne parle pas encore de motorisation de la distribution en tant que telle. Il faut attendre le III^e Plan (1957-1961) pour que l'expression de cette motorisation prenne un vrai sens suivant le programme quinquennal de 12 milliards de francs

¹⁰ Sébastien Richez, "Of combined postal service : mail and passengers conveyance by « Poste automobile rurale » in France 1926-1974", IEHC Helsinki, session 107, 21 août 2006. http://www.helsinki.fi/iehc2006/sessions81_124.html

¹¹ N. Neiertz, *op. cit.*, p. 20-23.

¹² *Bulletin d'information, de documentation et de statistique*, 1934, n°10, p. 13 et suiv.

¹³ *Revue des Postes et Télécommunications de France*, n°1, janvier-février 1961, p. 26.

¹⁴ Y. Lecouturier, P.-S. Proust, *op. cit.*, p. 138.

¹⁵ « Rapport de la commission des Postes et Télécommunications », II^e Plan de modernisation et d'équipement, mai 1953, p. 53.

qui vise à l'achat durant cette période de 300 fourgons, 6 000 fourgonnettes, 150 voitures de relevage, 2 000 triporteurs et 2 500 vélomoteurs¹⁶ ! Le IV^e Plan conserve la même dynamique jusqu'au V^e Plan (1966-1970), qui met en œuvre le renouvellement de 22 000 véhicules et l'achat de 11 000 nouveaux pour l'ensemble des PTT. Si bien qu'au début des années 1970, les PTT dans leur ensemble comptent près de 32 000 véhicules alors qu'ils n'en utilisaient que moins de 5 000 au début de la décennie 1950, la Poste disposant désormais de la moitié du total !

Cet effort sans précédent, qui s'est achevé en moins de 20 ans, s'est essentiellement réalisé dans le cadre de la motorisation de la distribution et du relevage du courrier, aussi bien en milieu urbain qu'en zone rurale. Chaque processus n'eut pas les mêmes objectifs initiaux. Dans le premier cadre, l'introduction de la voiture devait, en plus d'une meilleure productivité, soulager la charge croissante de courrier emportée en tournée et permettre la juxtaposition des tâches (relevage des boîtes aux lettres, distribution des paquets)¹⁷. Concernant le second cadre, la voiture fait fortement chuter le temps de circulation en tournée dans des espaces où les facteurs ne transportent en général que peu de courrier. Mais dans ces circonscriptions postales dessinées au XIX^e siècle en rapport avec un rayon d'action pédestre, la voiture oblige à élargir les espaces, à concentrer les circonscriptions postales, donc à réduire le nombre des bureaux de poste dits distributeurs, qui l'étaient d'ailleurs presque tous jusqu'à cette époque.

C'est bien là la principale conséquence de la motorisation dans les campagnes : un remodelage à grande échelle du réseau. Si de 1952 à 1959, les voitures postales commencent à supplanter les vélos à la campagne sans provoquer de transformations, il en va autrement dès le début des années 1960 puisqu'un programme de création de centres de distribution motorisé (CDM) est lancé : il s'agit de constituer de plus vastes de distributions (jusqu'à une centaine de kilomètres de diamètres), regroupant plusieurs anciennes aires (pas supérieures à 25 ou 30 km) dépendant de différents bureaux, sous l'égide de quelques bureaux à partir desquels partent les tournées motorisées. Dans le département du Loiret qui sert de zone d'expérimentation en 1958, il s'agit de concentrer la distribution dans 45 bureaux poste, contre 160 jusque-là¹⁸ ! En extrapolant ce test à tout l'Hexagone, ce sont près de 6 000 recettes de plein exercice qui sont susceptibles de perdre leur activité de distribution, de voir leurs services changés et leur rang déclassé¹⁹.

Ainsi la motorisation est un agent de transformations précieux pour une Poste française qui à l'époque doit solutionner deux soucis : accélérer la distribution et transformer, voire fermer, des bureaux de poste ruraux à l'activité insuffisante. La motorisation constitue à la fois l'antidote et le poison. Elle servira par son rapprochement avec la problématique de prestation au guichet, à atténuer les chocs dus au remodelage d'un réseau devenu plus soudainement obsolète.

1.3 Le maillage postal en décalage

Il est un constat largement admis au sein des autorités postales dans le courant des années 1960. Hérité d'une conception dix-neuviémiste d'une France rurale occupée par une multitude

¹⁶ « Rapport en vue de l'établissement du III^e Plan de modernisation et d'équipement (1957-1961) », avril 1957, p. 67.

¹⁷ « La motorisation, chance et avenir de la distribution postale », *Courrier, Cahier d'études et d'informations*, n°46, 1964, p.153.

¹⁸ « Réflexions sur la centralisation de la distribution postale », *Courrier, Cahier d'études et d'informations*, n°31, 1961, p. 87.

¹⁹ CAC, F90 bis 988, « Rapport annuel sur l'activité de l'inspection générale des PTT pour 1966 », p. 18.

de chefs-lieux de canton, centres démographiques, économiques et politiques, le réseau des bureaux de poste ne répond plus à la sociologie française des Trente Glorieuses : celle d'une France touchée par un fort exode rural, une périurbanisation galopante et une mobilité automobile accrue. Ce transfert sociologique est bien relevé par René Joder, directeur général de la Poste, dans une note sur les structures postales dans les campagnes²⁰. De ce constat, il tire trois types de décalages qui nuisent à la qualité du service postal.

Il met d'abord en exergue le décalage organisationnel du bureau de poste. Au XIX^e siècle, fermer un bureau revenait à couper un noeud essentiel du réseau : le bureau offrait dans la très large majorité des cas, un service de guichet avec un large éventail de prestations, constituait l'organe central du relevage et de la distribution du courrier et assurait enfin les transmissions télégraphiques et téléphoniques. Depuis les années 1950, de nombreux bureaux de poste n'assurent qu'une prestation plus ou moins large au guichet, perdent progressivement leur rôle unique de transmetteur des télécommunications suite à l'automatisation du téléphone et ont vu l'activité courrier disparaître suite à la création des centres de distribution motorisée (CDM). Fermer ou transformer un bureau de poste à cette époque n'a et n'aura donc plus les mêmes conséquences.

Le décalage fonctionnel découle du premier. La décennie 1960 est l'époque où l'on stigmatise la sous-occupation des petits bureaux de poste. Au 31 décembre 1966, la statistique dite « 539 » montre que 6 500 des 13 660 recettes de 4^e classe et recettes-distributions (sur un total de 19 246 établissements) ont une activité réelle inférieure à 3 heures par jour, alors qu'ils sont ouverts 8 à 10 heures²¹. Si la Poste ne pouvait pas aussi sèchement tailler dans le vif en fermant près du tiers de ses bureaux eu égard à ses devoirs de service public, ce travail en disait cependant long sur sa détermination à rationaliser son réseau. Le problème n'était pas que la France avait trop de bureaux de poste, même si elle connut son pic en 1958 avec 20 297 unités. Le problème était que la plupart d'entre eux n'étaient pas aux bons endroits.

En conséquence, elle se doit de combler le troisième décalage, géographique. Il faut aussi rapidement que possible implanter des bureaux dans les villes, les zones périurbaines, là où les populations se concentrent. Il s'agit de répondre aux afflux temporaires de populations dans les régions touristiques, là où les périodes de vacances font alors systématiquement déborder l'activité. Dans les années 1960, la Poste ouvre en moyenne 25 établissements fixes par an²². Ces efforts financiers logistiques et financiers d'une grande ampleur demeurent cependant largement insuffisants pour rattraper les retards pris depuis la fin du XIX^e siècle, aggravés par l'entre-deux-guerres et amplifiés par la forte croissance économique des Trente Glorieuses.

Ainsi, la Poste doit composer avec une multitude de bureaux de poste improductifs parce qu'ils ne sont plus localisés là où sont les usagers potentiels, et avec un manque structurel de bureaux traditionnels implantés dans les nouveaux espaces peuplés. Plusieurs rapports rédigés en interne à propos de la supplantation de ces bureaux sous-productifs et de ceux manquants par des bureaux mobiles desservant leurs aires d'activité²³. Tout en restant attachée à la notion de service public et face à l'évolution profonde et rapide du monde rural, les PTT se doivent de repenser l'organisation de la desserte postale avec le souci d'assurer aux usagers des facilités sensiblement analogues. De nouvelles formules d'exploitation sont

²⁰ CAC, 20040210, « Note du 13 janvier 1969 de René Joder, sur la structure postale dans les zones rurales ».

²¹ CAC, 20040210, « Réunion du Comité technique paritaire central de la Direction générale des Postes », 22 octobre 1968.

²² *Postes et Télécommunications*, décembre 1966, p. 9.

²³ CAC, F90 bis 988, « Rapport du directeur général des Postes », R. Joder, 5 octobre 1966.

inventées pour tenter de rééquilibrer ce décalage du réseau. Le bureau mobile (BM) et le guichet annexe mobile (GAM) en constituent l'une des plus originales²⁴.

II – ET LE BUREAU DE POSTE DEVINT MOBILE...

De « la Poste à l'usine » à « la Poste au camping », le bureau mobile constitue une innovation à dimensions multiples.

2.1 bouleversement conceptuel et innovation technique

Transformer un espace fixe de services postaux, à savoir le guichet, installé dans un bâtiment, à savoir le bureau de poste, en structure compacte et mobile apparaît au premier abord comme une innovation forte pour l'administration des Postes. Telle en a en tout cas été la perception. A l'époque, le concept en lui-même n'est pas la seule propriété de la Poste puisque le monde de l'entreprise s'est déjà engagé sur cette voie. Dans les campagnes, le petit commerce pratique déjà la boutique ambulante : le boucher, le boulanger ou encore le marchand de vêtements ne représentent-ils pas déjà dans les campagnes une réalité économique autant qu'une nécessité vitale très présente dans les campagnes²⁵ ? Si le commerce itinérant ne fait que pallier au manque de petits commerces en zone rurale, en revanche le système postal s'avère plus complexe, à la fois palliatif, mais aussi complément et renforcement de son réseau. Pour une administration dont l'image conservatrice est souvent accompagnée d'immobilisme, s'engager sur la voie d'une méthode entrepreneuriale constitue un élément problématique nouveau.

Car en effet, est novateur à la Poste le fait de translater l'antédiluvien concept du bureau de poste fixe et monumental en une émanation mobile de celui-ci. Il s'agit de rendre le bureau mouvant, s'adaptant au plus près des zones de migrations ou d'implantations humaines. Pour être tout à fait précis, il serait nécessaire d'insister sur les deux formes que revêt la Poste mobile²⁶. La première, appelée bureau mobile, est gérée par un receveur ou un receveur-distributeur²⁷. On rencontre ce profil de poste mobile en priorité dans les zones rurales, là où le bureau de poste traditionnel est menacé de fermeture faute d'une activité quotidienne suffisante pour être supplanté par un BM moins coûteux en exploitation et susceptible d'effectuer davantage d'opérations postales dans un rayon d'action élargi. La seconde, nommée guichet annexe mobile, est gérée par un personnel d'exécution semblable aux guichetiers des bureaux fixes et fonctionne donc comme un guichet, annexe ou pas, de la recette de plein exercice à laquelle il est rattaché ; d'ailleurs, les opérations effectuées sont donc incorporées. Les GAM dépendent ainsi d'un bureau de poste classique dans les villes moyennes ou d'une recette principale dans les grandes agglomérations. Les GAM sont principalement implantés dans les espaces urbains et périurbains, les banlieues, les zones d'urbanisation prioritaires, industrielles et commerciales. Le poste mobile s'apparente donc à un succédané de la poste fixe : elle en possède les couleurs, le personnel, les prérogatives et une prestation de service très équivalente, tout en y ajoutant une touche originale et technique.

Si la révolution culturelle au sein de la Poste est donc avérée, le défi technique, puisqu'il faut bien employer ce terme pour qualifier la mise en mouvement du bureau, n'en est pas moins

²⁴ *Postes et Télécommunications*, décembre 1967, n°144.

²⁵ R. Calmes, A. Delamarre, F. Durant-Dastes, J. Gras, « Etudes sur les réseaux de commerces élémentaires fixes en France », Travaux de l'institut de géographie de Reims, n°48, 1981, p. 109 et suiv.

²⁶ BHPT, Ivry, « Bureaux de poste mobiles » *Etudes postales*, Berne, Union Postale Universelle, n°81, 1969, p. FR 1-13.

²⁷ Le receveur est le postier en charge de la direction et de la gestion d'une recette des Postes, de la hors classe à la 4^e classe (par ordre décroissant d'importance) ; le receveur-distributeur gère seul une recette distribution, type d'établissement dont l'activité est scindée en deux entre une distribution matinale en tournée du courrier et un service de guichet l'après-midi.

mineur. Dès 1960, suite à un appel d'offre restreint auprès de 30 carrossiers, la direction des Bâtiments et des Transport passe un marché national avec l'entreprise Marcq à Haubourdin dans le Nord²⁸, écartant au passage la soumission, jugée trop élevée, du célèbre carrossier parisien Currus qui à la même époque, transforme les fourgons de nombreuses administrations (police, pompiers, SNCF, EDF-GDF). A raison de 4 250 francs l'unité, l'entreprise Marcq s'engage à assurer la transformation et l'aménagement des véhicules en bureaux mobiles. Le dit véhicule retenu par l'administration est alors le célèbre fourgon type H de Citroën, mis en vente à partir de 1948.

Le fourgon HY de Citroën transformé pour les PTT

	H normal (ancien modèle)	H allongé (120 cm de plus)
dimensions extérieures (m)		
longueur	4,3	5,5
largeur	2	2
hauteur à vide	2,3	2,3
empattement	2,5	3,7
bureau (m)		
longueur	1,5	2,1
largeur	1,3	1,3
salle d'attente (m)		
longueur	sans	1,2
largeur	sans	1,3
hauteur intérieure (m)	1,8	1,8
charge utile en plus des deux agents	1 000 kg	750 kg

Source : « Bureaux de poste mobiles », *Etudes postales*, Berne, n°81, 1969, p. FR 1-13

Deux, voire trois, types de fourgons existaient. Le type H « normal », dans lequel deux positions de travail étaient installées à l'arrière du véhicule, et auquel pouvait, dans un type hybride du type H normal, être ajouté un auvent coulissant matérialisant un abri pour les personnes servies au guichet. Le type H dit « allongé », né en 1966, intégrant une petite salle d'attente pour protéger les usagers des intempéries. A ce symbole du véhicule utilitaire de la France des Trente Glorieuses, la Poste faisait subir des transformations en nombre, qu'elle réglementait dans un fascicule d'une dizaine de page intitulé « Caractéristiques techniques pour l'aménagement des véhicules postaux sur fourgon Citroën type H » destiné au carrossier. Y étaient décrits les nombreux aménagements. Il s'agissait d'y installer l'électricité (installation d'un alternateur et de deux batteries) afin d'introduire l'éclairage artificiel (tubes fluorescents) et d'y améliorer l'éclairage naturel (quatre baies latérales). L'isolation thermique était renforcée et un double système de chauffage ventilation pour le bureau et la salle d'attente installé. La transformation de la cabine de conduite, l'agencement du bureau avec le couloir d'accès, son compartiment et ses guichets, la fixation d'une boîte aux lettres extérieures constituaient des particularités. Sans oublier la peinture jaune dès 1962, l'apposition des décalques « Postes » et logotypes, et de deux cocardes tricolores pour terminer la décoration extérieure.

Chaque fourgon revenait en moyenne à 21 500 francs à l'administration, achat et aménagements compris. Ainsi peaufinés, les fourgons Citroën pouvaient partir desservir les diverses localisations qui leur étaient assignées.

²⁸ CAC, F90 bis 681, « Rapport à Monsieur le ministre sur la transformation de 10 fourgons HY en véhicules Poste à l'usine », 1960.

2.2 Plusieurs déclinaisons du concept

L'idée originelle de la direction générale des Postes est d'offrir la possibilité aux ouvriers français de pouvoir utiliser les services de l'administration une fois leur journée à la chaîne terminée, sans avoir à se rendre dans les centres-villes éloignés où se trouvent les bureaux de poste²⁹. En 1959, le premier concept de bureau mobile lancé se nomme donc « la Poste à l'usine ». Le 20 juillet, la Poste inaugure à Asnières/Courbevoie un circuit desservant onze usines et 20 000 ouvriers de la banlieue Nord-ouest de Paris. Suivront trois autres implantations franciliennes à Suresnes (septembre 1959), Clichy et Aubervilliers (octobre 1959), ainsi que cinq ouvertures dans les quartiers industriels périphériques de Lyon (octobre 1959), Saint-Étienne et Lille (novembre 1959), Nantes et Rouen (mars 1960), Limoges et Saint-Nazaire. Dans cette dernière ville, la Poste mobile visite notamment les installations de l'aérodrome, les usines Sud-Aviation et les chantiers maritimes de l'Atlantique³⁰.

Face au succès initial de cette première vague à destination des ouvriers, la direction générale des Postes réfléchit à la possibilité de toucher d'autres publics, notamment les ménagères et les personnes âgées faisant leurs commissions, ainsi que les populations logeant dans les grandes barres d'immeubles constituant les nouvelles zones à urbaniser en priorité (ZUP) dont le concept apparaît dès la fin des années 50³¹. Naît ainsi, au printemps 1961, la seconde déclinaison comportant « la Poste au marché » et « la Poste au HLM ». Elle est fortement nourrie, notamment dans les Bouches-du-Rhône, à partir de juillet 1962 par l'afflux massif des rapatriés d'Algérie s'installant dans les grands ensembles HLM périurbains³². Ces deux déclinaisons auraient toutes deux pu trouver une application pratique encore plus importante et pérenne dans la foulée des réflexions menées par Jacques Riboud sur l'évitement de l'encombrement par la congestion des transports³³. Sans s'en douter, et par défaut, la Poste peut se targuer d'avoir évité d'attirer la population dans un bureau de poste central en ayant irrigué le service par des entités mobiles dans les quartiers environnants. *A contrario*, l'urbaniste, dans la ville neuve de Verrière-Maurepas qu'il a érigée, laboratoire où sa vision automobiliste de l'organisation urbaine s'épanouit, implanta un bureau de poste fixe en plateau, dégagé et facile d'accès pour tous les habitants venant des cités aux densités d'habitats diffuses³⁴.

« La Poste au camping » et « la Poste à la plage » constituent deux autres concepts apparaissant au moment même de la prise de conscience collective du succès populaire des congés estivaux et des problèmes posés par la migration massive des Français en juillet et août. Durant les premières années de la décennie 1960, la Poste n'a de cesse de multiplier les messages informatifs, les célèbres « dix conseils de vacances de la Poste », quant aux bons usages postaux à tenir pendant cette période si sensible pour le service afin d'éviter toute paralysie de l'exploitation³⁵. Mais de façon concomitante, du côté des moyens, la Poste n'est pas attentiste afin d'atténuer le pic estival. Elle tente de délester ses bureaux côtiers littéralement pris d'assaut par les estivants en envoyant, dans les campings et sur les fronts de mer, des bureaux mobiles afin de capter la clientèle en farniente.

²⁹ M. Benistand (inspecteur principal des Postes), « La Poste mobile » *Revue des Postes et Télécommunications de France*, septembre-octobre 1962, p. 2-12.

³⁰ *Bulletin d'information des Postes et Télécommunications*, n°63, juin 1961.

³¹ « La ville aujourd'hui. Croissance urbaine et crise du citoyen », in G. Duby (dir.), *Histoire de la France urbaine*, tome 5, Paris, Seuil, p. 103.

³² « La ville aujourd'hui. Croissance urbaine et crise du citoyen », *op. cit.*, p. 19.

³³ Gabriel Dupuy, « Les idées de Jacques Riboud sur la ville heureuse », *L'aménagement du territoire, 1958-1974*, Actes du colloque tenu à Dijon les 21 et 22 novembre 1996, Paris, L'Harmattan, 1999, p. 287-292.

³⁴ J. Riboud, *La ville heureuse*, Paris, Editions du Moniteur, 1981, p. 189.

³⁵ *Postes et Télécommunications*, juillet 1964, p. 3-9 ; parmi les dix conseils de vacances de la Poste, « éviter les heures d'affluence dans les bureaux de poste entre 10 et 12 h et en fin d'après-midi ».

La Poste au camping



Postes et Télécommunications, 1963.

A la même époque, des plans d'urbanisme d'intérêt régional (PUIR) pour l'aménagement des littoraux du Languedoc-Roussillon et de l'Aquitaine sont lancés par l'Etat entre 1963 et 1967 pour faire progresser les infrastructures d'accueil touristiques³⁶. Au-delà de la coïncidence des dates, il s'agit d'insister sur la volonté forte de l'Etat et de ses services, à savoir ici la Poste, d'améliorer ses capacités de service au public.

La « Poste au village » constitue la dernière née des déclinaisons de la Poste mobile. Elle apparaît à partir de 1965 et reste minoritaire dans l'ensemble de l'organisation de poste mobile. Seulement 22 bureaux répartis dans six départements (dont 10 dans les Deux-Sèvres) ruraux comme la Marne, la Haute-Marne, le Loiret, les Deux-Sèvres, la Creuse, les Pyrénées-Atlantiques roulèrent. Cette application résulte alors de la volonté de la direction générale des Postes de remplacer les petits bureaux à l'activité journalière déficitaire par un bureau mobile rayonnant sur un large territoire. C'est à Cersay dans les Deux-Sèvres, département pilote du programme, que le premier prototype est initié³⁷. Dans cet exemple, le bureau mobile parcourt environ 41 km par jour du lundi au vendredi, effectue six stationnements d'une durée totale de 4h37 répartie entre quatre communes ; il a supplanté une recette de 4^e classe, une recette distribution et une recette auxiliaire ... Ceci dit, la frontière entre ces diverses catégories de Poste mobile n'était plus si nette au moment du fin de cycle de cette organisation. A Alençon, en 1971, le troisième véhicule installé dans le département de l'Orne relevait à la fois de « la Poste à l'usine » puisqu'il desservait les plus grands ateliers Moulinex de l'époque, que de « la Poste au village », touchant neuf localités environnantes regroupant 3 300 personnes.

Compte tenu des sources disponibles, il apparaît difficile de dresser le tracé type d'une tournée de « Poste au village ». Le schéma théorique de l'époque annonce six communes

³⁶ Christian Verlaque, « Les grands aménagements touristiques, 1962-1974 », *L'aménagement du territoire, 1958-1974*, Actes du colloque tenu à Dijon les 21 et 22 novembre 1996, Paris, L'Harmattan, 1999, p. 293-296.

³⁷ CAC, F90 bis 988, M. Sauvanet (inspecteur général) « Etude des diverses solutions de remplacement expérimentées ou proposées pour la desserte postale des zones rurales », 1966, p. 13-20.

desservies en moyenne et un kilométrage journalier de 30 à 40 km³⁸. Les exemples glanés dans la presse interne décrivent d'autres profils. L'un à la dissémination communale et démographique accentuée : dans les Deux-Sèvres³⁹, trois nouveaux bureaux mobiles ouverts en 1967, desservent 32 communes représentant, au total, 16 000 habitants. Le premier, partant de Lezay, dessert chaque jour les communes de Chey et de Rom (la 1^{er} pendant 1h15 la 2^e pendant 1h45) et tous les deux jours, pendant trente minutes chacune, six autres communes. Le fonctionnement des deux autres, partant de Brioux et d'Argentan-Châteaux, était analogue. L'autre, sous un angle différent, concerne une forte population éparpillée ; le bureau mobile de Lassay en Mayenne desservant treize villages et 4 800 habitants⁴⁰.

En tout cas, ce profil de tournée de « la Poste au village » emprunte des éléments aux tournées du boulanger, de l'épicier ou du boucher étudiés par les géographes dans le Loiret, la Nièvre ou la Meuse⁴¹. La première, établie entre 15 et 20 km, desservant en moyenne 700 habitants, est plus courte que la tournée postale et ne montre que peu de variations d'un jour à l'autre ; la troisième, plus importante avec 25 à 48 km parcourus, 2 000 habitants englobés et une sortie durant toute la journée, ressemble à la Poste mobile par son étendue et son temps de service. Quant à la tournée d'épicerie, elle ressemble à celle de la Poste par le fait qu'elle ne dessert que les gros bourgs dont la clientèle est suffisante. La mise en parallèle des produits alimentaires de première ou courante nécessité, à faible valeur marchande comme le pain ou à plus forte valeur comme la viande, et, ceux financiers et à but communicatif dont la nécessité sociale est primordiale que la Poste mobile propose, permet de placer la tournée postale au croisement des tournées rurales du petit commerce.

Ainsi, cet exemple des déclinaisons du bureau de poste mobile et de son utilisation dans différents espaces témoigne du rôle de la mobilité postale comme l'un des instruments privilégiés de la politique d'aménagement du territoire d'un service public alors confronté à des problématiques de localisation⁴².

2.3 La France de la Poste mobile

Reste que cette organisation de la Poste mobile n'est pas facilement localisable ni dénombrable. Entre le caractère saisonnier de certains bureaux mobiles, notamment « la Poste à la plage » ou « la Poste au camping » et celui plus pérenne de « la Poste au village » ou « au HLM », il n'est pas possible de fournir avec assurance le nombre exact de bureaux en circulation. Compte tenu de l'état des sources mentionné plus haut, même en passant par un dépouillement systématique de la revue mensuelle *Postes et Télécommunications*, à peine peut-on ébaucher une reconstitution sérielle très incomplète.

En effet, il a été impossible de quantifier le nombre de bureaux au-delà de 1971, alors qu'il est avéré que des bureaux de poste mobile ont circulé en France jusqu'au début des années 1980. Le travail de C. Chezaud, marcophile sourcilleux, qui a établi la nomenclature des guichets annexes mobiles et bureaux mobiles à partir des cachets employés⁴³, dénombre certes 156 entités, qui auraient fonctionné entre 1959 et 1979, mais n'étaye pas son recensement par des sources administratives.

Nombre de bureaux mobiles en activité en France métropolitaine

³⁸ BHPT, Ivry, « Bureaux de poste mobiles », *op. cit.*

³⁹ *Postes et Télécommunications*, octobre 1967, p. 13.

⁴⁰ *Postes et Télécommunications*, août 1969, p. 11.

⁴¹ R. Calmes, A. Delamarre, F. Durant-Dastes, J. Gras, *op. cit.*, p. 114-115.

⁴² P.H. Derycke et A. Plaud (dir.), *Transport, localisation et aménagement du territoire, les transports et le rééquilibrage est-ouest*, Rapport ENA, 1976, p. 1-10.

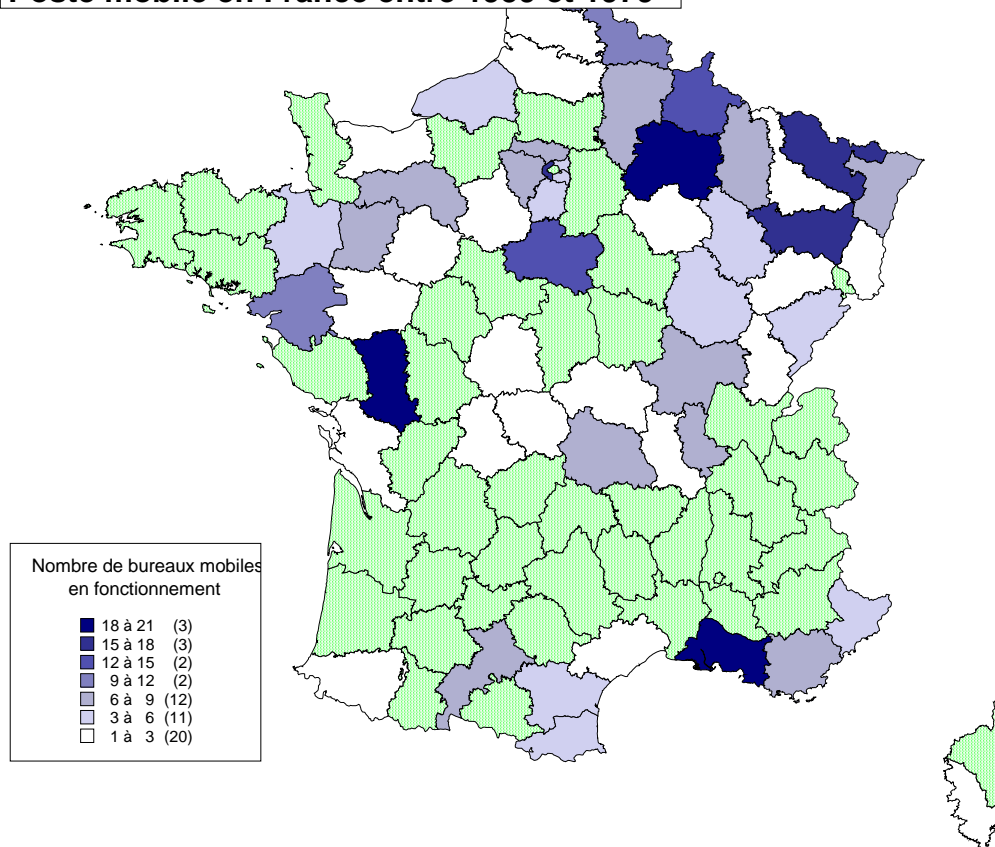
⁴³ C. Chezaud, « Nomenclature des guichets-annexes mobiles et des bureaux mobiles », *Les Feuilles Marcophiles*, n°223, 4^e trimestre, 1980, p. 23-29.

Années	Bureaux mobiles	Années	Bureaux mobiles
1961	18		
1964	34	1968	100 (36 en zone rurale)
1965	55	1969	119
1966	65 (9 en zone rurale)	1970	125
1967	85 (23 en zone rurale)	1971	129

Sources diverses

Quant à la localisation, toujours à partir du travail de Chézaud, une première approche peut être tentée, qui devra néanmoins être confirmée par les archives actuellement non consultables. On compte 54 départements métropolitains (du blanc au bleu foncé ; les départements en vert sont ceux sans bureau mobile) ayant vu circuler la Poste mobile sous diverses formes.

Poste mobile en France entre 1959 et 1979



Source : Revue *Postes et Télécommunications*.

Les principales villes du pays que sont Marseille, Lyon, Nice, Lille, Toulouse, Strasbourg, Rouen, Nantes, Montpellier, comme la banlieue parisienne, ainsi que les grands ports (Le Havre, Saint-Nazaire, Dunkerque, Toulon) ont été les principaux lieux de mise en place des formules « poste à l'usine », « poste au HLM » afin de sillonner l'extension des zones périurbaines et industrielles. Si on élargit la focale aux départements, on constate que les Deux-Sèvres détiennent la palme avec 21 circuits devant la Marne (13) et les Bouches-du-Rhône (8 dont 6 à Marseille). C'est donc principalement une France méditerranéenne et touristique, une France du quart Nord-Ouest, rurale, et une France d'un arc courbé du nord au centre Est, alternant ruralité et industries, qui a surtout accueilli des circuits de poste mobile. Autant de régions dont la Poste avait jugé le besoin en bureaux de poste d'appoint comme nécessaire.

D'où une question à laquelle il mériterait d'être répondu : quel usage les Français ont-ils eu de cette Poste mobile ? D'un côté, la Poste entreprit des démarches médiatiques et informatives pour rendre l'existence et l'accès à la poste mobile connu de tous. En accord avec les municipalités, des panneaux indicateurs étaient disposés le long des circuits, tels des arrêts de bus, pour matérialiser le lieu de stationnement : des fiches horaires y étaient accolées présentant le temps de présence des postiers. La Poste diffusa largement des affiches et des tracts dans les quartiers et communes desservis. Même la presse locale, notamment à Marseille, s'en fit l'écho. D'un autre côté, les Français ont perçu cet outil et ses services à l'identique de ceux d'un bureau traditionnel, tout en provoquant des particularités par leurs usages quotidiens : vente accrue de timbres dans les zones touristiques, surémission de mandats-poste en banlieue, prédominance des prestations financières sur le service courrier en tout lieu. En 1961, alors qu'il n'y a encore que 18 bureaux mobiles « Poste à l'usine ou

« Poste au HLM » en fonctionnement, la statistique 538 établit une moyenne mensuelle d'activité en hausse à 4 800 points (contre 3 700 en 1960)⁴⁴. Même si cette moyenne s'avère deux à trois fois inférieure à celle d'un bureau traditionnel, elle n'est pas insignifiante puisqu'en même temps, elle comprend les manœuvres des postiers pour installer et désinstaller le bureau, assurer la liaison d'un arrêt à un autre puis le retour au bureau d'attache et la reddition des comptes, autant d'actions qui ne sont pas des prestations directes au public.

Ce dernier d'ailleurs s'est emparé de la Poste mobile comme un nouvel élément du rythme quotidien de la vie de chacun. Les guichetiers ont été perçus avec davantage de proximité que dans un bureau traditionnel, tels des « amis ». A l'instar du facteur qui remplit ce rôle depuis des décennies, le bureau mobile s'est installé comme un nouvel élément du rythme de vie de certains Français, renseignant sur l'heure par ses passages quotidiens ponctuels, structurant l'espace par la répétition de ses stationnements identiques toute l'année.

Conclusion

Créé dès l'origine pour pallier les profonds déséquilibres de l'implantation des bureaux de poste en milieux urbain, périurbain et touristique, le concept de Poste mobile a dérivé vers une solution de rechange, apparemment efficace, aux bureaux de poste ruraux à l'activité insuffisante et coûteuse ou à l'absence de bureaux de poste en zone périurbaine alors en pleine croissance ... C'est dire la capacité d'adaptation manifestée par la Poste. Un rapport pour le moins inquiétant du ministère des Postes et Télécommunications, en date du 4 août 1966, extrapolait, à partir de l'expérience menée dans les Deux-Sèvres, la fermeture de près de 7 500 établissements postaux, supplantés à l'échelle nationale par des centaines de guichets et bureaux mobiles lancés sur les routes de France⁴⁵. Certes, jamais cette prévision n'atteindra cette ampleur dans son application, mais elle témoigne de la réflexion incessante de la Poste à propos des contours et de la définition de son réseau. Cette Poste mobile constitua également un vecteur non négligeable de diffusion d'une image de dynamisme et de modernité que les PTT d'antan cherchaient à développer.

Enfin, cette étude sur la Poste mobile permet en outre de mettre en avant le caractère éclairant de l'histoire appliquée à l'entreprise afin de combler les absences de la mémoire collective. A cet égard, l'exemple de conclusion suivant est explicite. Le 9 septembre 2005, l'édition de Vendée du journal *Ouest-France* titrait « *la Vendée invente le bureau nomade* » à l'occasion de la mise en service d'un bureau mobile aux Sables-D'Olonne pendant la période estivale. On l'aura donc compris à la lecture de cet article, il s'agissait en fait de la renaissance du concept de « Poste à la plage ».

Sébastien RICHEZ

Docteur en histoire, chargé de recherche au CHP



⁴⁴ « La statistique 538 de 1966 », *Revue des PTT de France*, n°1, janvier-février 1968 : cette statistique convertit en indice l'ensemble des tâches effectuées par un agent à son guichet en une minute.

⁴⁵ CAC, F90 bis 988, Delmas, « Desserte postale des zones rurales ».