

Nicolas Routier, Didier Gazagnadou, Gabriel Dupuy, Delphine Papin, Maud Lasseur  
30 avril 2002

## **Postes, télécoms, comment les réseaux et les "toiles" marquent la géographie ?**

Le besoin de communiquer avec le lointain a poussé les sociétés, tôt dans l'histoire, à mettre en place des réseaux d'échange et d'information. D. Gazagnadou introduira cette merveilleuse histoire des systèmes postaux, depuis la Chine impériale en passant par la Perse. Ces réseaux ont fortement marqué nos territoires. Mais la dématérialisation des informations par la révolution numérique ne les remet-elle pas en cause et, par là, ne change-t-elle pas notre géographie ?

Pour certains, le tout premier « frisson géographique » s'éprouve au coin d'une rue, face à une boîte jaune. Invention miraculeuse que la boîte aux lettres, cette bouche qui ouvre sur quelque ventre mystérieux et par laquelle commence la grande trajectoire vers l'autre et le lointain.

Le besoin de communiquer à distance a suscité très tôt - et apparemment dans toutes les sociétés - une réponse technique. La géographie des flux d'information n'a par la suite cessé d'évoluer, au rythme des changements sociaux et techniques.

Gilles Fumey a rassemblé trois spécialistes des réseaux pour nous parler de cette géographie très particulière des « toiles » de l'information. L'anthropologue Didier Gazagnadou a retracé la genèse des premiers grands systèmes postaux connus, ceux des anciens empires eurasiatiques. Monsieur Verdier, Directeur des bureaux de poste à La Poste, a bien voulu soulever le voile sur « cette entreprise géographique » qu'est La Poste en France. Enfin, le géographe Gabriel Dupuy a proposé d'élargir notre réflexion à d'autres formes de réseaux qui marquent aujourd'hui la géographie de l'information.

### **La première poste à relais : un instrument de l'État**

Par Didier Gazagnadou, anthropologue (Paris VIII)

À l'origine des réseaux ultérieurs, la « poste à relais » était un organe exclusivement d'Etat. Elle a d'ailleurs joué un rôle central dans la constitution et la permanence des anciens empires de trois grandes aires culturelles : l'Extrême-Orient, l'Orient arabo-musulman et l'Europe occidentale. La mise en place de ces systèmes postaux répondait à une préoccupation stratégique : contrôler, du point de vue fiscal et politico-militaire, une population dispersée sur un territoire étendu.

En Chine, une poste à relais sophistiquée apparaît dès le IV<sup>e</sup> siècle avant notre ère. La transmission de l'information au loin est ici consubstantielle à la naissance de l'État. L'immensité du territoire et la tradition bureaucratique poussent cet Empire à se doter d'un vaste réseau qui, au IX<sup>e</sup> siècle, couvre pratiquement l'ensemble de l'espace chinois actuel. Ce système, remarquable par son organisation et sa puissance, est également fort coûteux. Il nécessite l'embauche de milliers de fonctionnaires, préposés au recopiage des informations édictées par les autorités ou chargés d'acheminer les plis, à cheval ou en âne, vers les

différentes provinces de l'Empire. Le territoire est finement quadrillé de relais de poste, un tous les vingt à vingt-cinq kilomètres.

Au XIII<sup>e</sup> siècle, sous l'influence des Mongols sinisés, le modèle chinois s'exporte en Asie Centrale (Iran du Nord, Irak et Syrie). L'extension du territoire par les conquêtes pose rapidement la question de la transmission d'informations à caractère militaire ; en cas de guerre, il faut pouvoir mobiliser rapidement les troupes, dispersées dans les provinces, pour les faire converger au bon endroit, au bon moment.

Les Mongols ne se contentent pas de reproduire le modèle chinois. Ils le perfectionnent. Marco Polo rapporte l'incroyable efficacité de l'armée mongole, pourtant peu nombreuse, qui tient à la diffusion rapide des commandements de l'Empereur grâce aux 200 000 chevaux mis à la disposition de relais postaux répartis sur 60 000 kilomètres de routes. Cette puissance repose sur la maîtrise d'une race particulière de chevaux (les chevaux mongols) qui permet d'acheminer en trois semaines un courrier urgent de Tabriz à la Mongolie, soit d'un bout à l'autre de l'Empire. Trois types de réseau, selon l'urgence de l'information, sont mis en place : normal, express et hyper-express, assurant ainsi une grande maîtrise de l'espace et des hommes. Le moyen de transport est, d'une manière générale, étroitement lié à la géographie et au climat des zones à traverser. Ainsi, les Mamelouks (1250-1517) utiliseront, selon les régions, des pigeons, des chevaux ou des dromadaires.

En Europe occidentale, l'influence du modèle milanais semble avoir été cruciale. Le réseau postal créé par le Duché de Milan à la fin du XIV<sup>e</sup> siècle reprend l'héritage eurasiatique. Fait nouveau, il s'appuie non seulement sur des fonctionnaires mais encore sur les marchands, banquiers, diplomates et religieux qui acheminent une correspondance plus variée. En France, c'est sous le règne de Louis XI qu'un système postal est mis en place. Cette institution est, à l'instar des modèles chinois et mongol, une machine de diffusion de l'État dans l'ensemble du royaume. A la différence du modèle milanais, il faut attendre le XVII<sup>e</sup> siècle pour que la poste royale, après avoir contribué à la constitution d'un État territorial, soit mise à la disposition des particuliers.

### **La Poste française ou les paradoxes du service de proximité**

par M. Verdier, directeur des bureaux de poste à La Poste

La poste n'a plus, aujourd'hui, le caractère politico-militaire qui a longtemps prédominé. Le bureau de poste reste cependant perçu comme un représentant physique de l'État, en particulier dans les zones rurales dépeuplées où il constitue souvent le dernier bastion de la présence étatique, une fois fermée l'école... La crainte de la fermeture du bureau de poste, symbole d'un abandon, ne reflète pourtant pas la réalité : sur 14 000 bureaux de poste dispersés sur l'ensemble du territoire, seuls 152 ont fermé leur porte en cinquante ans. La répartition géographique actuelle de ces bureaux date de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, époque à laquelle la population française, encore très rurale, était plus uniformément distribuée. Depuis, les clients ont bougé mais pas le réseau. C'est pourquoi l'on compte 900 habitants par bureau de poste en Lozère mais... 12 000 en Seine-Saint-Denis.

Le bouleversement n'est pas seulement démographique. La Poste doit aujourd'hui répondre à une double - et souvent contradictoire - exigence de la clientèle : dispenser un service rapide (donc automatisé...) de nature commerciale et offrir un service humain dont la clé est la proximité. La demande actuelle est duelle : il faut être proche de chaque citoyen et, dans le même temps, capable de faire face à ses multiples attentes. Or, dans les petites communes où

les transactions demandées sont toujours les mêmes, le guichetier, faute de pratique, n'est pas en mesure de réaliser les 350 opérations possibles dans un bureau de poste. Certains bureaux n'assurent que les services les plus courants. D'autres, plus rares, effectuent l'ensemble des opérations. Le réseau est étoffé, pour répondre aux besoins de proximité, mais hiérarchisé.

La nature des flux s'est elle aussi totalement transformée en un quart de siècle. Sur 20 à 25 milliards de plis distribués chaque année, la correspondance de particulier à particulier n'en représente plus qu'un milliard. Les flux sont désormais dominés par les factures et les documents marketing... Pourtant, la nécessité d'aller au plus près du Français reste la même. Cette proximité passe avant tout par le contact humain, c'est à dire par le guichetier (toujours aimable) et le facteur (qui vient à domicile). La distribution du courrier a évolué en fonction des innovations techniques. Avec l'apparition du chemin de fer au XIXe siècle, on passe de la poste à cheval au transport postal par train, auquel s'ajoute l'avion au siècle suivant. Le dernier « ambulancier » (génération de trains qui cumulaient les fonctions de tri et de transport) a disparu en 1985 et les TGV jaunes n'exercent plus qu'une fonction de transport. Les 100 000 facteurs qui délivrent chaque jour le courrier partout en France, et jusque dans les lieux les moins accessibles, utilisent la voiture, la bicyclette ou font leur tournée à pied. Il existe aussi en Corse un facteur sur âne et, en Guyane, quelques autres en pirogue... C'est avant tout cette proximité qui fait la force de La Poste, toujours capable d'effectuer « le dernier kilomètre » et ce, quelles que soient les contraintes géographiques.

### **Nature de l'information et logique des réseaux**

par Gabriel Dupuy, géographe

La notion d'information est apparue seulement dans les années 1950, avec la « théorie de l'information » de Claude E. Shannon. Auparavant, on ne parlait pas d'information. On ne la « pensait » pas. Elle n'en existait pas moins, à travers la poste et donc sous une forme particulière, de la même manière qu'aujourd'hui, la convergence entre information et informatique définit une forme nouvelle. La définition globale reste la même : l'information est une valeur qui se transmet et qui, pour se transmettre, doit être formatée en fonction des contraintes de transport. Ainsi, les nouvelles technologies ne sont qu'un changement de formatage.

Le problème de l'information est que sa valeur se détériore très vite en fonction du temps. La géographie - les contraintes du climat, du relief, de la distance - s'oppose à cette transmission rapide. Vue sous cet angle, la spécificité de la poste est relative. Les produits frais ou la presse appartiennent à la même famille des « denrées périssables ».

Contrairement aux idées reçues, l'apparition d'internet n'a pas généré une diminution des autres formes de flux (d'hommes, de papiers...). De fait, plus l'information circule, plus « tout » tend à circuler. Une forme de mobilité ne se substitue pas à une autre, elle s'y ajoute.

La spécificité du réseau postal est plutôt à rechercher dans le monopole d'État - et La Poste est sans doute la dernière entreprise qui conservera ce monopole en France. L'EDF pour l'énergie, la SNCF pour le transport ont dû chercher le « noyau dur » de leur activité pour échapper à une privatisation totale. EDF a gardé le « dispatching », considéré comme un savoir non privatisable. La SNCF, elle, a conservé en monopole la logistique du réseau. Pour La Poste, ce savoir non privatisable serait la connaissance très fine de la géographie, du territoire, de la localisation des populations, une connaissance acquise à la fois par le système de tri et par

l'expérience humaine sur le terrain, justement liée à la proximité. Ce savoir géographique exceptionnel, acquis sur le temps long, est non concurrençable.

80% des ménages français possèdent maintenant une automobile. Les gens vont où se trouvent des services regroupés. L'éclatement n'est plus nécessaire. Cela fonctionne à peu près pour tout mais... pas pour la poste. Pour ce service-ci, les gens comptent encore en kilomètres, non en minutes. Il serait néanmoins intéressant d'étudier le comportement des individus face à la fermeture d'un bureau de poste. Vont-ils alors au plus proche, dans la commune voisine ? Il semble que la sélection se fasse par la distance, mais par une distance pondérée par d'autres données : la qualité du service et/ou la diversité des commerces et services proches du bureau de poste. Nul doute que l'automobile peut encore modifier l'organisation de la poste dans les années à venir...

## **Débat**

**M. Fauve, ancien Directeur Général d'EDF :** A la fin des années quarante a été inventé le tarif unique pour le courrier, quelle que soit la distance ; ce principe va-t-il (et peut-il) durer ? Autre question, liée : y a-t-il un projet de poste européenne et quel est le système postal dans les autres pays de l'Union ?

**M. Verdier :** Le prix de l'acheminement du courrier a longtemps été fonction du kilométrage et c'était le destinataire qui payait... En 1948, la péréquation tarifaire sur la distance est devenue un principe de base de La Poste, principe qui ne changera pas. La variation de prix peut éventuellement tenir à la vitesse d'acheminement ou au service offert, non à la distance parcourue. Pour ce qui est des autres postes européennes, leur situation est très variable. La poste anglaise a été dénationalisée ; les bureaux de poste se sont raréfiés sur le territoire et cette poste va plutôt mal. En Allemagne, la poste avait été scindée en deux, fonction financière d'un côté, bureaux de poste de l'autre. Ceux-ci survivaient difficilement si bien que l'on est revenu au regroupement initial. En Hollande, c'est la libéralisation absolue et la guerre des plis... avec des détournements de courrier étrangers qui ont poussé à passer des accords internationaux ! Il est peu réaliste d'imaginer une poste unique en Europe. Mais en 2010, nous serons en concurrence complète et l'on peut imaginer qu'il ne restera, finalement, que trois postes en Europe. Nous avons l'ambition d'en être...

**Gilles Fumey :** Quel était, à l'époque antique, le système de nomenclature des lieux et dans quelle mesure la poste française est-elle l'héritière de la poste chinoise et iranienne ? Comment, par ailleurs, était assurée la transmission de l'information dans des sociétés où la plupart des gens étaient analphabètes ?

**Didier Gazagnadou :** A l'époque pré-moderne, il n'y a pas de problème de repérage des destinataires. L'information part de la capitale pour aller vers un administrateur provincial (ou l'inverse) : une simple désignation nominale suffit. L'information ne circule que d'un membre de l'élite à un autre. Le réseau étant non démocratique, l'analphabétisme de la population importe également peu. Ce principe se maintient aussi bien sous les Habsbourg que sous Louis XI. Le tournant, la première mise au service des particuliers du réseau postal, s'observe à Milan sous les Visconti, soit à la fin du XIVe siècle. En France, il n'intervient qu'aux XVIIe-XVIIIe siècles, à une époque où la masse de la population reste analphabète. La démocratisation de la poste est donc un processus lent. La monopolisation de l'information par les élites a tant d'avantages ! Les Mongols, par exemple, non seulement maîtrisaient l'information mais encore la désinformation à usage militaire. Ainsi pouvait se transmettre

dans tout l'empire le récit imaginaire d'une ville qui souffrait terriblement d'avoir refusé la soumission...

Quant à la diffusion du modèle chinois vers l'Europe occidentale, elle est attestée par les sources. Le réseau postal romain, qui s'étendait du Proche-Orient à l'Europe méridionale, s'est effondré. A la fin du XIV<sup>e</sup> siècle, la poste renaît à Milan, or Milan est très liée à l'Asie centrale. La diffusion s'est peut-être opérée via les Mameluks ou les Mongols. Louis XI, qui a lui aussi des liens importants avec Milan, s'en empare ensuite.

**Gabriel Dupuy** : Quoi qu'il en soit, on peut très bien transmettre de l'information au loin sans écriture. Toutes les personnes mobiles, colporteurs, commerçants, pèlerins..., ont traditionnellement joué le rôle de médiateurs lorsque les facteurs n'existaient pas. Quant aux pays où la population reste en partie analphabète aujourd'hui, la difficulté est contournée par le recours aux écrivains publics, comme en Afrique noire. Dans les pays où la connexion à internet est réduite, on constate le même type de contournements : les étudiants des universités, bien connectées, se chargent de jouer les intermédiaires pour leur famille et leurs amis. L'information circule, partout et de tout temps.

#### **Bibliographie des intervenants :**

- GAZAGNADOU Didier, La poste à relais : la diffusion d'une technique de pouvoir à travers l'Eurasie : Chine, Islam, Europe, Edition Kimé, Coll. « Le sens de l'histoire », Paris, 1994, 178 p.
- GAZAGNADOU Didier, Un cas de diffusion d'une technique administrative de Chine en Occident par l'intermédiaire des empires Mongol et Mamlûk : la poste d'État à relais à chevaux, treizième-quinzième siècles, Th. Doct. Anthropologie Paris 8, A.N.R.T, Lille, 1988, 399 p.
- DUPUY Gabriel, L'auto et la ville : un exposé pour comprendre, un essai pour réfléchir, Flammarion, Coll. Dominos, Paris, 1995, 125 p.
- DUPUY Gabriel, Les territoires de l'automobile, Anthropos/Economica, Coll. Villes, Paris, 1995, 216 p.
- DUPUY Gabriel, « Géographie et économie des réseaux », in L'Espace géographique, n°3, 1993, p.193-209.
- DUPUY Gabriel, L'urbanisme des réseaux : théories et méthodes, Armand Colin, Coll. U Géographie, Paris, 1991, 198 p.

Compte rendu : Maud Lasseur et Delphine Papin