

## Le calendrier du facteur. Les significations sociales d'un échange anodin

In: Genèses, 41, 2000. pp. 63-84.

### Résumé

■ Marie Cartier : Le calendrier du facteur. Les significations sociales d'un échange anodin - En envisageant cet échange familier mais peu étudié, l'auteure montre que ce dernier revêt des significations sociales variées. Tradition inscrite dans une relation administrative : anonyme ou don/contre don, il permet à une échelle collective de construire le groupe des facteurs en relativisant la hiérarchie postale : des positions et en promouvant l'image d'un «métier de contacts» éclipsant la dimension ouvrière du travail. Envisagée, comme une succession d'interactions de . classe où les sommes d'argent données véhiculent des jugements sociaux, l'échange des calendriers est finalement pour les facteurs, à la source d'une expérience particulière de la société.

### Abstract

The Postman's Calendar. The Social Meanings of an Ordinary Exchange. The author takes a look at this familiar yet relatively unexamined form of exchange, showing that it can take on a variety of social meanings. As a tradition in keeping with an anonymous administrative or: gift/counter-gift relationship, it enables the construction of "postmen" as a group, by relativising the hierarchy of post office positions and promoting the image of their work as centred on "human contact, thereby overshadowing : the working-class dimension of the job. When viewed as a succession of class interactions in which the amount of money that is given carries with it a social judgement, the exchange ; of calendars ultimately offers postmen a particular experience of society.

---

Citer ce document / Cite this document :

Cartier Marie. Le calendrier du facteur. Les significations sociales d'un échange anodin. In: Genèses, 41, 2000. pp. 63-84.

doi : 10.3406/genes.2000.1648

[http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/genes\\_1155-3219\\_2000\\_num\\_41\\_1\\_1648](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/genes_1155-3219_2000_num_41_1_1648)

---

## LE CALENDRIER

## DU FACTEUR

## LES SIGNIFICATIONS

## SOCIALES

## D'UN ÉCHANGE ANODIN

*Marie Cartier*

Périodiquement, en fin d'année, les facteurs, agents de la Poste, se rendent au domicile des résidants dont ils transportent chaque jour le courrier<sup>1</sup>. Ils offrent des calendriers qu'ils ont eux-mêmes achetés à des fournisseurs. Ils reçoivent en échange une somme d'argent recueillie individuellement. C'est dans le cadre d'une recherche explorant, à partir du cas des facteurs, les significations que revêt l'occupation d'un emploi de service impliquant des contacts avec un public pour des individus d'origine populaire, que notre attention a été attirée<sup>2</sup>. Qu'est-ce qui est échangé ? Pourquoi facteurs et résidants s'adonnent-ils à cet échange ?

On envisagera cette transaction de différentes manières : une interaction, un objet matériel, un travail individuel, un travail de groupe, une succession d'interactions. En faisant varier les cadrages de la description, on restitue la diversité sociale des points de vue sur la transaction et des interprétations qui leur sont associées. On montre ainsi comment une interaction ponctuelle que le sens commun tend à réduire à un « échange rituel » dont il n'y a finalement rien à dire, se charge de significations sociales variées si l'on réintroduit dans l'analyse les conditions institutionnelles et sociales de l'interaction et les positions respectives des interactants. On prendra ici l'échange des calendriers comme un analyseur de la nature et des implications de la relation facteurs/résidants et au-delà des effets des contacts avec un public sur ces « petits fonctionnaires » que sont les facteurs : que nous apprend cet échange sur les relations des facteurs aux

1. Je tiens à remercier particulièrement Florence Weber dont les encouragements et les remarques ont nourri tout au long de son élaboration cet article. Je dois également à Lygia Sigaud une lecture d'une première version de ce travail en 1998 qui fut très précieuse. Je remercie aussi plus généralement tous les lecteurs ou auditeurs qui ont apporté des remarques utiles à la réflexion ainsi que le Comité pour l'histoire de la Poste pour son soutien.

## DOSSIER

*Comment décrire les transactions*

Marie Cartier  
*Le calendrier du facteur*

2. L'analyse repose sur une enquête ethnographique conjuguant observation directe du travail des facteurs et entretiens approfondis. Elle a été principalement menée dans une ville moyenne de la région parisienne depuis 1997, la présence sur le terrain se répartissant entre des séjours de deux semaines (en 1997) puis un mois (en 1999) et des retours ponctuels pour effectuer des entretiens, consulter des documents, ou revoir certain(e)s enquêté(e)s. Les entretiens avec les habitants sur la pratique des calendriers ont été réalisés dans une autre ville par souci de préserver une ambiance favorable au travail de terrain. Quelques entretiens ont aussi été effectués avec des facteurs travaillant à Paris. Des sources écrites (presse professionnelle et textes réglementaires) sont également utilisées (notamment celles qui figurent dans un dossier « Calendriers » élaboré par le musée de la Poste).

3. Voir F. Weber, *Le travail à-côté. Étude d'ethnographie ouvrière*, Paris, Inra-Éd. de l'EHESS, 1989; Michel Pinçon, « Autoproduction, sociabilité et identité dans une petite ville ouvrière », *Revue française de sociologie*, vol. 26, n° 4, 1986, pp. 629-653.

4. Gérard Noiriel « Le travail de consolidation du groupe » in *Les ouvriers dans la société française, XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Seuil, 1986, pp. 205-207; Christian Corouge, Michel Pialoux, « Chroniques Peugeot », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 54, 1985, pp. 57-69; M. Pialoux « Alcool et politique dans l'atelier. Une usine de carrosserie dans la décennie 1990 », *Genèses*, n° 7, 1992, pp. 94-128.

5. Ce chiffre est mentionné dans une revue de la Poste, *Références* n° 1, janv. 1983.

résidants ? en quoi est-il l'occasion de s'approprier une position professionnelle subalterne et de faire une expérience particulière de la société ? Il s'agit de contribuer à l'analyse des relations entre pratiques matérielles et appartenances collectives. Plus précisément, on se propose de prolonger une réflexion sur les enjeux des pratiques économiques non marchandes<sup>3</sup> et sur les marges d'autonomie que se ménagent les acteurs occupant les positions professionnelles les plus dominées<sup>4</sup>, développée principalement jusqu'ici par l'histoire et la sociologie des ouvriers.

### **Coutume, paiement pour services personnels, demande de charité : une interaction sujette à des interprétations variables**

Institutionnalisé au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle dans une période d'unification nationale et d'affirmation de la présence de l'État, l'échange des calendriers est encore bien établi (16 millions de calendriers distribués en 1983<sup>5</sup>). Pourtant aujourd'hui la stigmatisation des fonctionnaires perçus comme des « nantis » ou des emblèmes de l'« archaïsme » dans un contexte de chômage massif et de précarisation de l'emploi mais aussi d'apologie de la « modernisation » de l'économie et du marché, contribuent à le déstabiliser<sup>6</sup>. La Poste ayant adopté en 1991 le statut d'entreprise publique, se nourrit d'une idéologie du management qui dévalorise les traditions léguées par l'administration des PTT. La transformation des caractéristiques sociales des individus recrutés sur les emplois de facteur depuis la fin des années 1970 favorise aussi peut-être cette déstabilisation. Tout comme de façon plus générale les évolutions affectant les pratiques du pour-boire et au-delà les diverses formes de circulation d'argent hors marché dans les emplois de service<sup>7</sup>. Dans le récit que fait Catherine d'un échange raté (voir encadré 1) apparaissent trois interprétations de la pratique des calendriers : coutume, paiement pour services personnels, demande de charité. La perspective de la coutume ou encore des « étrennes » est déployée par l'institution<sup>8</sup>. La pratique des calendriers s'apparente à un échange rituel, ancré dans le contexte de la fin de l'année, fondé sur une réciprocité immédiate. L'argent reçu en échange du calendrier a une signification symbolique plus que matérielle. Les références aux calendriers dans les textes réglementaires mais aussi dans la presse professionnelle<sup>9</sup> montrent

Catherine est aujourd'hui retraitée. Fille d'un ouvrier agricole polonais, mariée à un employé communal, elle est entrée à la Poste en 1980, alors que son mari venait de perdre son emploi. Dotée du certificat d'études primaires, elle a suivi par la suite une formation continue en comptabilité. Elle voulait travailler «dans le domaine social» ayant eu diverses activités bénévoles en même temps qu'elle élevait ses enfants. Elle a milité activement à la CFDT, tout en travaillant comme factrice dans une ville moyenne de la région parisienne. Son expérience syndicale est à l'origine d'une maîtrise du discours oral et d'une liberté de parole dans l'évocation des divers aspects du travail du facteur devant un témoin extérieur.

«[...] Par exemple, j'ai une commerçante, une fleuriste de la place Henri-IV là, c'est l'année dernière. J'arrive donc, parce que c'était la maman... sa belle-mère donc à cette fleuriste... qui prenait toujours le calendrier – elle en prenait deux d'ailleurs, parce qu'elle habitait un immeuble et elle ne voyait jamais le facteur, elle prenait pour elle et pour la boutique. Et donc, après elle était âgée... donc c'est le fils après... Il était au Canada. Il est revenu. Il s'était marié avec une Canadienne, il est revenu là. Et faut dire... elle est pas aimable sa femme. Je dis... heureusement qu'il y a la maman qui est là pour les clients parce que... Et lui, c'est un sourire commercial. Et l'année dernière, j'arrive pour le calendrier. Et je dis à la vendeuse «Madame C. ou Monsieur C. est là? ». Elle me dit «oui! y a Madame C.». Alors elle l'appelle, elle arrive et avec son accent canadien [imitant une grosse voix et un ton condescendant]: «Qu'est-ce qu'elle veut celle-là? ». Alors je dis: «Bonjour, Madame! Je viens pour le calendrier, comme chaque année...». Mme C. le prenait et l'année d'avant, c'était son mari, il l'avait pris. Mais bon je sentais bien que c'était un peu forcé, hein! Et beh!... elle répond pas. [silence] J'attends. Elle ouvre sa caisse d'un air énervé, elle prend 50 F, elle me les balance sur le comptoir et elle dit: «d'abord pourquoi je vous le prendrais le calendrier, hein? Quels services vous me rendez? ». Oui... non... Déjà elle me demande pourquoi je présente le calendrier. Je dis: «écoutez Madame C., les calendriers c'est une coutume, c'est les étrennes du facteur, en fonction des services que le facteur rend, c'est une relation amicale entre... ». Je dis «c'est pas une obligation de le prendre, hein! chacun juge par rapport à ses relations avec le facteur. Et puis, c'est une coutume française, les gens prennent le calendrier tous les ans». Et «quels services vous me rendez, vous? hein? quels services vous me rendez? Là mes vendeuses elles me rendent du service... elles travaillent, elles me font du travail. Mais vous, quels services vous me rendez, hein? Et puis d'abord le courrier vous le donnez à tout le monde sur le trottoir... ». Je dis «Madame C. vous plaisantez. Moi? donner le courrier aux gens sur le trottoir pour qu'ils vous le donnent? ». Je dis: «Non. Moi, je vous apporte le courrier tous les jours là, y a les vendeuses qui sont là... je vais au fond de la boutique, je le dépose. Les services que je vous rends? Beh! par exemple quand il y a des lettres recommandées et que vous n'êtes pas là, je vous mets pas un avis, je vous le représente, parfois plusieurs fois, pour pas que vous vous dérangiez. [...] Et puis je lui dis: «Et pendant les vacances je vous garde le courrier... ». Enfin! bref! je lui énumère tous les services que je lui ai rendus et je dis «vous savez je ne fais pas la mendicité». Je lui ai dit tous les services que je lui ai rendus et j'ai dit: «Tenez, vos 50 F, vous les prenez, je n'en veux pas puisque vous jugez les choses comme ça, je ne suis pas une mendiante! [...] Alors j'ai raconté ça à mes collègues [rires]. Ah! et puis aussi je dis: «Mais maintenant vous voyez... vous êtes fleuriste, je viens acheter des fleurs chez vous parce que vous êtes sur ma tournée, j'envoie de mes collègues chez vous [...] Désormais ce sera terminé et je dirai à mes collègues... je ferai votre publicité, qu'ils aillent voir d'autres fleuristes!» (entretien à domicile le 18 mai 1998).

que si la pratique des calendriers n'est qu'une «tolérance» de l'administration, elle n'en est pas moins officiellement acceptée. Si la mise en scène d'un lien social de nature non marchande était ajustée au statut d'administration et à l'idéologie du service public, elle n'est pas moins utile à l'entreprise La Poste qui fait de «la proximité» un de ses principaux atouts. Comme les pratiques

## DOSSIER

Comment décrire les transactions

Marie Cartier

Le calendrier du facteur

6. Une coutume devient d'autant plus objet de curiosité que ses fondements sont remis en cause : voir Philipp Sarasin, « Une coutume barbare. Les fonctions signifiantes de l'argent dans une société bourgeoise vers 1900 », *Genèses*, n° 15, 1994, pp. 84-102. Le déclin de la tradition des calendriers, représentation du sens commun, est aussi mis en avant par les facteurs eux-mêmes. On ne dispose pas de statistiques concernant le nombre de calendriers distribués depuis quinze ans ce qui permettrait de préciser l'analyse. La parution dans la presse d'articles mettant en scène un débat « pour ou contre les étrennes ? », peut être lu comme un indice de la mise en question de la tradition : voir, par exemple, « Étrennes où est la moyenne ? », *L'Alsace*, 3 janv. 1986 ou « Étrennes ou pas étrennes ? », 7 jours *Madame*, 18 déc. 1985, articles recensés par le musée de la Poste dans le dossier « Calendriers ». On trouve aussi des dénonciations de cette pratique dans la presse postale (courrier des lecteurs, *La Poste*, Direction générale de la Poste, juillet-août, 1980).

7. Par exemple en 1990, la ville de Paris a interdit aux éboueurs de distribuer des calendriers.

8. « Une tradition vieille de plus d'un siècle veut qu'à l'approche des fêtes de fin d'année chaque foyer reçoive la visite du facteur venant offrir ses vœux, présenter un calendrier et recevoir en échange une gratification », note du 16 février 1961, *Bulletin officiel des PTT*, 1961, Cab, p. 3.

9. Voir « Les années passent, les calendriers restent », *La Poste*, 15 juin 1979.

10. Voir François Héran, « L'institution démotivée. De Fustel de Coulanges à Durkheim et au-delà », *Revue française de sociologie*, vol. 28, n° 1, 1987, pp. 67-97.

de détournement de temps de travail ou d'outils dans l'univers ouvrier, la tradition des calendriers repose sur un compromis entre l'institution et ses agents. L'interprétation de la pratique des calendriers comme échange rituel apparaît aussi chez certains résidants. L'obligation de donner, de prendre et de rendre, puisant sa force dans la coutume, ni le calendrier, ni l'argent donné, ni la relation au facteur ne sont investis de significations particulières. Calendrier et argent valent comme supports d'expressions de « bons sentiments » c'est-à-dire aussi comme absence d'intérêts particuliers<sup>10</sup>. Enfin la référence à la coutume est présente chez les facteurs comme argument de justification quand l'échange est mis en question.

La pratique des calendriers peut aussi être envisagée comme le paiement de services personnels. Le fondement du don/contre-don, selon Marcel Mauss<sup>11</sup>, c'est le temps : dons et contre-dons expriment et entretiennent un système d'obligations réciproques qui lie les partenaires de l'échange dans une relation interpersonnelle durable. Catherine déclare : « chacun juge par rapport à ses relations avec le facteur » puis énumère les « services » non inscrits dans le règlement qu'elle rend durant l'année. Ces services qui peuvent susciter les blâmes des supérieurs hiérarchiques, reposent sur la responsabilité et les efforts personnels du facteur. Tout autant que l'ignorance de la coutume, c'est le déni de la dette envers le facteur que dénonce Catherine. Dans cette interprétation, le calendrier résume les services rendus tout au long de l'année. Il est un « présent de sollicitation »<sup>12</sup>. Le verbe couramment utilisé par les facteurs n'est pas « donner » mais « présenter » les calendriers : l'initiative d'en prendre un ou non est laissée au résidant. Alors que l'échange rituel repose sur la démotivation de la relation au facteur, le don/contre-don repose au contraire sur les intérêts que le résidant y investit<sup>13</sup>. Il entérine une personnalisation de la relation administrative. Dans la logique rituelle la dimension financière de l'échange est déniée et le travail du facteur ignoré. Dans le don/contre-don le travail annexe du facteur est au contraire pris en considération – il achète les calendriers, il doit faire un bénéfice. Selon qu'il s'inscrit dans une relation de proximité ou de distance sociale, le don d'argent prend alors une signification différente.

Dans des situations de proximité sociale, le don d'argent peut actualiser une relation de solidarité. Patrick, instituteur, habitant d'un petit pavillon donne chaque

année 50 F au facteur pour qu'il « rentre dans ses fonds » mais aussi à titre de dédommagement d'un travail routinier : « c'est un métier relationnel alors c'est normal, je me mets à leur place, ils tournent d'une maison à l'autre, s'ils sont juste des gens qui mettent dans une boîte aux lettres c'est pas... ». De même dans le cas de Françoise, aide-soignante habitant un pavillon en bordure d'une nationale, les étrennes matérialisent une relation de solidarité. Elle donne en général 100 F et toujours au moins 50 F parce que les facteurs ont des conditions de travail « pas très logiques » et des « petits salaires ». Elle réfère aussi les étrennes du facteur à sa propre expérience des pourboires aujourd'hui interdits dans l'hôpital où elle travaille. Mais dans ces situations de proximité sociale, les étrennes peuvent tout aussi bien actualiser une relation de concurrence sociale<sup>14</sup>. Anne-Marie est agent administratif et son mari technicien. Ils habitent le même lotissement que Patrick. Anne-Marie estime que la pratique des étrennes n'est « pas très normale » : « mon mari n'a pas de prime de fin d'année et il va pas vendre des calendriers pour se faire de l'argent ». La rivalité que rend visible l'interprétation des étrennes, existe dans le quotidien des relations à l'échelle de l'année (altercation avec le facteur suite à une réclamation, à un incident avec le chien...).

Dans le cas où le résidant occupe une position sociale inférieure au facteur, ce dernier peut pratiquer l'évitement : il ne présente pas les calendriers. Ainsi, un habitant d'un HLM d'un quartier pauvre et stigmatisé d'une petite ville de la banlieue parisienne, déclare n'avoir vu aucun facteur depuis plusieurs années pour les calendriers. Les propos des facteurs effectuant des remplacements dans un quartier d'HLM caractérisé par un fort taux de chômage (« ici ça sert à rien de faire les calendriers, autant les donner ») vont aussi dans ce sens<sup>15</sup>. Un autre cas de figure, mentionné de manière récurrente par les facteurs, est le don sans contrepartie : le facteur donne le calendrier (en le glissant par exemple dans la boîte aux lettres) à ceux dont il connaît les faibles ressources économiques.

Reste à envisager les situations où l'inégalité sociale est au détriment du facteur. Michel, cadre industriel et Christine, artiste peintre, sont à la retraite. Ils habitent dans un pavillon spacieux au sein d'une résidence située en bordure d'un village. Ils pensent le don comme une « prime de fin d'année ». En calculant approximativement le montant de la prime en fonction du nombre d'habitants, ils ont estimé que donner 50 F était « correct ». Ils mentionnent

11. Marcel Mauss, « Essai sur le don : formes et raisons de l'échange dans les sociétés archaïques », in *Sociologie et Anthropologie*, Paris, Puf, 1950, pp. 141-279.

12. Cette catégorie est empruntée à Bronislaw Malinowski, *Les Argonautes du pacifique occidental*, Paris, Gallimard, 1989, p. 157 et pp. 416-417.

13. L'intérêt pour le rapport au facteur constitue souvent une extension de l'intérêt vital investi dans le courrier (qu'on pense aux professions libérales ou aux commerçants pour qui le courrier constitue un outil de travail ou, encore, aux chômeurs pour qui l'arrivée du courrier constitue un repère essentiel permettant de rompre le confinement dans l'espace domestique).

14. Voir Frederick George Bailey, *Gifts and Poisons: The Politics of Reputation*, Oxford, Blackwell, 1971. Cette analyse des échanges dans une communauté rurale met en évidence la variation des significations du don selon les positions sociales des partenaires et montre qu'entre égaux, les interactions et les échanges peuvent exprimer un système de relations qui oscille entre solidarité et rivalité.

15. Quand bien même serait établi le fait que la pratique des calendriers s'effectue moins fréquemment dans les quartiers pauvres des périphéries urbaines que dans les centres-villes, l'explication devrait être prudente. La pratique des calendriers n'est qu'un élément parmi tous ceux qui contribuent à définir le rapport des facteurs aux quartiers populaires pauvres.

## DOSSIER

*Comment décrire les transactions*

Marie Cartier

*Le calendrier du facteur*

les nombreux «services» que le facteur leur rend : laisser un colis chez le voisin plutôt que laisser un avis de passage dans la boîte, prendre une lettre à poster avec le montant du timbre et procéder à l'affranchissement. À côté des usages souples du règlement, la catégorie de «services» recouvre aussi des manières d'être : se déplacer pour remettre le courrier en mains propres, faire un signe et prononcer deux ou trois mots même quand il n'y a pas de courrier. Le fait que Michel et Christine aient augmenté le montant des étrennes (de 50 à 100 F) pour leur facteur dont ils trouvent qu'il a particulièrement «le contact», montre bien qu'on a affaire ici à une variante du pour-boire, paiement d'un travail relationnel, qui ne correspond pas au contenu du travail proprement dit, mais à la manière de l'exercer, c'est-à-dire à la personne du travailleur. Dans cette situation d'inégalité sociale, les étrennes correspondent au paiement différé d'un travail relationnel. Donnée par le résidant à «son facteur», cette somme d'argent réactualise au sein d'une relation administrative, une relation de service direct dans laquelle la position du facteur est proche de celle d'employé domestique<sup>16</sup>. Institutionnellement le résidant n'est pas l'employeur du facteur, mais en lui donnant de l'argent, il se comporte envers lui, momentanément, comme un employeur paternaliste.

Ainsi, dans le contexte actuel de remise en cause de la tradition, les réactions des résidants sont variables : respect ou dénonciation de la coutume, dons/contre dons investis de significations diverses<sup>17</sup>. Les étrennes du facteur ont ceci de particulier qu'il s'agit d'un cadeau que l'on réclame. Il existe un discours collectif chez les facteurs décrivant la pratique des calendriers comme une «corvée» associée à «l'impression de faire la mendicité». Celle-ci renvoie à l'imprévisibilité de la réaction des usagers et au risque inscrit dans l'échange de susciter des refus ou de verser dans le don unilatéral. Au cours de la distribution des calendriers les facteurs sont confrontés à des résidants qui de diverses manières signifient qu'ils ne leur doivent rien. Cette perspective de la «demande de charité» doit aussi être mise en relation avec les positions des syndicats. Ceux-ci ont toujours tenu un discours critique sur la pratique des calendriers y dénonçant une tactique de maintien de bas salaires et de division entre les différentes catégories de postiers. La catégorie de «mendicité» renvoie en dernier lieu à la position d'infériorité qu'actualise le don. Comme le notaient Bronislaw

16. Les étrennes étaient historiquement un usage établi dans les relations entre maîtres et domestiques.

Voir Anne Martin-Fugier, *La place des bonnes. La domesticité féminine en 1900*, Paris, Grasset, 1979, pp. 88-90.

17. Les déterminants de ces variations sont multiples : position résidentielle, professionnelle, sociale, rapport à la coutume, à l'État, aux facteurs.

Malinowski puis Marcel Mauss, la remise d'un bien d'une personne à une autre marque souvent la supériorité de celui qui donne sur celui qui reçoit. Cependant la « mendicité » n'est qu'une impression corrélatrice de l'inauguration de l'échange ou des expériences de refus. Si finalement elle se dissipe c'est qu'à côté de la coutume et du don/contre-don, la valorisation de l'objet calendrier suffit bien souvent à assurer la réciprocité de l'échange.

### **Achat d'un objet utile et agréable: calendrier du facteur et culture populaire**

La valorisation de l'objet calendrier explique pour une part la permanence de la pratique. Certains résidents placent en effet l'objet calendrier au centre de la définition de l'échange. Françoise s'est trouvée pendant deux ans sans calendrier de la Poste. Elle s'est efforcée d'en acquérir un tout de même auprès d'une collègue aide-soignante dont le mari est facteur. La démarche consistant à se procurer un calendrier autrement que par son facteur, montre que le calendrier peut être doté d'une valeur propre: le prendre c'est alors quasiment l'acheter. L'objet prime ici sur la relation avec la Poste ou avec le facteur. La valorisation du calendrier repose sur l'attachement à un objet domestique traditionnel: « Ça te représente ta vie, ton enfance... moi j'ai toujours eu un calendrier avec des chiens chez moi » dit Françoise. Et Anne-Marie qui est pourtant « contre les étrennes »: « j'ai l'impression que dans une maison ça manquerait presque... ». Elle les collectionne et veille surtout à garder celui de l'année de naissance de ses petits-enfants pour leur offrir plus tard. Il s'agit aussi d'un objet utilisé dans les déplacements (plans du département et des grandes villes), le jardinage (phases de la lune), l'organisation du temps et des relations familiales (dates et fêtes) et la décoration intérieure (images de couverture). Le choix d'un calendrier quand il n'est pas délégué aux enfants, c'est l'occasion d'exercer jugement et plaisir esthétique. Cette valorisation à la fois symbolique et pratique est aujourd'hui propre aux milieux populaires<sup>18</sup>. Christine qui est devenue artiste peintre après avoir repris des études d'arts plastiques à l'Université, résume la distance cultivée par rapport à l'esthétique des calendriers: « ça fait carte postale, c'est très traditionnel! » Elle prend toujours « le premier qui se présente ». Quant à l'utilité pratique, il est probable qu'elle est d'autant plus forte qu'il n'existe pas d'autre

18. Le fait que le calendrier constitue un thème récurrent de la presse locale et régionale va aussi dans ce sens. Dans le dossier « Calendriers » élaboré par le musée de la Poste, on trouve par exemple un article de *La Marseillaise* (« Boom... v'la le facteur », 6 janv. 1986) et un article du *Provençal* (« N'oubliez pas: l'almanach des postes et les étrennes du facteur! », 31 déc. 1982).



## DOSSIER

### Comment décrire les transactions

Marie Cartier  
*Le calendrier du facteur*

19. Cette ébauche d'analyse de la variation sociale du rapport au calendrier postal devrait être complétée par une sociologie des usages du calendrier postal, prenant en compte le rapport socialement constitué à l'écrit, au temps et à l'espace.

20. B. Malinowski,  
*Les Argonautes...*, op. cit., p. 250.

21. L'histoire du calendrier postal mériterait à elle seule une étude. On fournit ici seulement quelques repères.

22. Les travaux des historiens l'ont montré. Sur le colportage, voir Jean-Jacques Darmon, *Le colportage de librairie en France sous le Second Empire*, Paris, Plon, 1972; Lise Andries, *Le grand livre des secrets. Le colportage en France aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles*, Paris, Éd. Imago, 1994; Laurence Fontaine, *Histoire du colportage en Europe XVI<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècles*, Paris, Albin Michel, 1993; Roger Chartier et Hans-Jürgen Lüsebrink (éd.), *Colportage et lecture populaire. Imprimés de large circulation en Europe XVI<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècles*, PARIS, IMEC Éditions-Éd. de la MSH, 1996. Sur les almanachs en France, voir Geneviève Bollème, *Les Almanachs populaires aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles. Essai d'histoire sociale*, Paris, Mouton & Co, 1969. À notre connaissance, il n'existe pas d'étude plus récente spécifiquement consacrée au genre des almanachs.

23. R. Chartier invite les analystes des pratiques et formes culturelles, à ne pas tenir ces deux catégories de l'invention et de la discipline comme irréductibles et antagonistes. Voir R. Chartier, *Lecteurs et lectures dans la France d'Ancien Régime*, Paris, Seuil, 1987.

24. G. Bollème, *Les Almanachs populaires...*, op. cit., p. 12.

25. La tendance à traiter l'almanach comme le livre « populaire » par excellence a été mise en question sous l'impulsion de R. Chartier qui souligne l'absence de correspondance mécanique entre différences culturelles et oppositions

calendrier dans le foyer. Ceux qui en lien avec un rapport au temps socialement constitué, possèdent un agenda n'ont guère de raisons de trouver utile le calendrier postal<sup>19</sup>. La valorisation du calendrier par les résidants de milieu populaire contribue au contraire à soutenir la réciprocité de l'échange et à le rapprocher d'un échange de biens matériels où chacun trouve son avantage mutuel<sup>20</sup>. Ayant mis au jour à partir d'une description de l'interaction la variation des significations attribuées à l'échange et à partir d'une description de l'objet la valorisation du calendrier dans les milieux populaires, il convient à présent de restituer l'échange à ses conditions institutionnelles ce qui permettra d'introduire le point de vue des facteurs sur cette pratique.

### L'almanach des Postes ou la réinterprétation de traditions de l'Ancien Régime

L'invention du calendrier postal<sup>21</sup> révèle de façon nette l'ambivalence de la position des facteurs, intermédiaires culturels entre État et résidants. Dans la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, colportage et almanachs populaires déclinent sous les effets d'une législation répressive, de l'essor du livre et de la presse et du désenclavement des campagnes grâce au chemin de fer<sup>22</sup>. L'institutionnalisation et le succès de l'almanach des Postes durant cette période peuvent être envisagés comme une réinterprétation de ces traditions déclinantes, dans laquelle se conjuguent invention du côté des facteurs – ce groupe professionnel en contact étroit avec les populations utilise la mode de l'almanach pour obtenir des étrennes – et contrôle social du côté de l'institution – l'administration des Postes normalise progressivement l'invention des facteurs<sup>23</sup>.

L'almanach est un genre d'imprimé qui a connu, à partir du XVII<sup>e</sup> siècle, dans une période d'essor de l'édition et de vulgarisation du savoir, un succès grandissant. Dans sa forme la plus simple, il s'apparente à « un petit calendrier illustré d'images, de figures, de signes »<sup>24</sup>. Accordant une place importante à l'astrologie, il contient aussi des informations commerciales (dates des foires pour l'année) et administratives (le départ et l'arrivée des courriers). L'ampleur de la diffusion des almanachs par voie de colportage, leur prix modique, la simplicité de leur contenu, en font au XVII<sup>e</sup> siècle un genre « populaire »<sup>25</sup>. Au XVIII<sup>e</sup> siècle les thèmes et les publics se diversifient, les divers almanachs se spécialisent<sup>26</sup>. C'est dans cette

« époque de mutation de l'almanach populaire »<sup>27</sup>, qu'apparaît le premier almanach des Postes. Édité par un imprimeur parisien, il comprend outre un calendrier, des informations sur les bureaux de poste et sur Paris ainsi que des petites chansons en vers<sup>28</sup>. Offert aux résidants en fin d'année, cet almanach constitue pour les facteurs un moyen de sollicitation des étrennes comme en témoigne le dédoublement de son titre « Almanach des Postes » mais aussi « Étrennes du facteur ». De même que la variété du contenu, la tonalité des chansons suggère que ces premières versions du calendrier du facteur sont plutôt destinées à une clientèle aisée et cultivée.

Attesté à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, l'échange almanach contre étrennes n'est cependant institutionnalisé qu'au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle. En 1832 est généralisée la distribution quotidienne du courrier dans les campagnes : les facteurs se trouvent désormais en contact avec l'ensemble de la population. Après 1848, l'éducation du « peuple » et surtout des populations rurales devient un enjeu important pour les autorités qui s'inquiètent du colportage et le combattent<sup>29</sup>. Une circulaire de 1849 réaffirme l'interdiction du colportage de livres déjà en vigueur sous les précédents régimes<sup>30</sup>, et la loi sur la presse de la même année place le colportage sous l'autorité préfectorale et oblige les colporteurs à demander une autorisation. C'est désormais une tolérance que l'administration accorde aux facteurs et la délimitation stricte du contenu des almanachs va de pair avec la dénonciation de certains facteurs « qui se permettent de colporter des imprimés qui n'ont point passé par les bureaux de poste » et trahissent ce faisant « la confiance » de l'administration<sup>31</sup>. Tout en accordant aux facteurs l'autorisation de distribuer les calendriers « pour leur profit et pour leur compte »<sup>32</sup>, l'administration restreint donc leur marge d'initiative quant à la nature des imprimés distribués, l'almanach s'apparentant de plus en plus à un simple calendrier<sup>33</sup>. Quelques années plus tard, au moment même où la Commission du colportage envisage « la publication de l'almanach inspiré par le Gouvernement [...] qui réunirait des conditions de moralité, d'instruction et d'intérêt »<sup>34</sup>, l'administration des Postes s'approprie l'almanach du facteur en le transformant en un « document de service »<sup>35</sup> et va désormais intervenir activement dans sa composition et sa diffusion. La décision du 17 août 1855 « prescrit aux facteurs de distribuer à l'occasion du renouvellement de l'année, de préférence à tous autres, les almanachs qui leur seront livrés, sur leurs

sociales. Voir R. Chartier, *Lecteurs et lectures...*, op. cit.; Robert Mandrou, *La Culture populaire aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles*, Paris, Stock, 1964; G. Bollème, *Les Almanachs populaires...*, op. cit.

26. La diversification du genre de l'almanach au XVIII<sup>e</sup> siècle repérée pour la France par G. Bollème, est attestée aussi par des recherches consacrées aux almanachs italiens. Voir Lodovica Braidà, « Les almanachs italiens. Évolution et stéréotypes d'un genre (XVI<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècles) » in R. Chartier et H.-J. Lüsebrink (éd.), *Colportage et lecture populaire...*, op. cit., pp. 183-207.

27. G. Bollème, *Les Almanachs populaires...*, op. cit., p. 24.

28. Selon le dossier « Calendriers » du musée de la Poste, c'est Grangé, imprimeur de la Petite Poste de Paris qui édite pour la première fois cette publication en 1762. La mention « édité par une société de gens de lettres » portée sur l'almanach, suggère que les facteurs eux-mêmes supportent les frais d'édition. Nous n'avons pas effectué de vérifications complémentaires sur d'éventuelles occurrences plus anciennes.

29. Voir J.-J. Darmon, *Le colportage...*, op. cit.

30. *Ibid.*, pp. 101-102.

31. Circulaire du 15 décembre 1849 de M. Thayer, dossier « Calendriers », musée de la Poste.

32. Circulaire du 20 décembre 1850 citée dans Alexis Belloc, *Les postes françaises. Recherches historiques*, Paris, Librairie de Firmin-Didot et C<sup>ie</sup>, 1886, pp. 539-540.

33. Évoquant en 1855 ces toutes premières circulaires des années 1849 et 1850, le directeur général des Postes expose explicitement cette ambition de normaliser l'almanach du facteur : « Les circulaires sans numéros des 15 décembre 1849 et 20 décembre 1850 ont mis à la distribution des almanachs ou calendriers par les facteurs la condition expresse que ces documents ne contiendraient absolument, avec l'indication des mois et des jours, que des notions astronomiques ». Circulaire n° 43, Direction générale des Postes, 1<sup>er</sup> septembre 1855. in *Circulaires mai-septembre 1855*, Imprimerie impériale.

## DOSSIER

### *Comment décrire les transactions*

Marie Cartier  
*Le calendrier du facteur*

34. Séance du 15 février 1854, « Extrait des procès verbaux de la commission permanente du colportage », *Journal officiel*, 6 avril 1878, annexe B p. 4043.

35. Voir A. Belloc, *Les postes françaises...*, op. cit., pp. 539-540.

36. Décision du 17 août 1855 (édit Stourm) expliquée aux fonctionnaires des Postes par une circulaire du 1<sup>er</sup> septembre 1855. Circulaire n° 43, Direction générale des Postes, 1<sup>er</sup> sept. 1855, in *Circulaires mai-septembre 1855*, Imprimerie impériale.

37. A. Belloc, *Les postes françaises...*, op. cit. Peut-on parler aussi de moralisation, de socialisation administrative, voire d'unification symbolique du territoire national sous le rapport de la représentation du temps et de l'espace ? Seule une étude approfondie du contenu de ces premiers almanachs des Postes pourrait permettre d'approfondir l'analyse.

38. *Bulletin mensuel de l'Administration des postes*, n° 35, juillet 1858.

39. *Ibid.*, n° 78, février 1862.

40. En 1859, l'administration des Postes avait concédé à Mary Dupuis le monopole de l'édition de l'almanach, puis en 1860 à Oberthur. Le monopole est abrogé en 1867. Voir A. Belloc, *Les postes françaises...*, op. cit.

41. Dès lors les textes réglementaires vont afficher la neutralité de l'administration quant à l'activité des calendriers. Mais celle-ci suscitera néanmoins des conflits entre les facteurs et l'administration : en 1908 par exemple l'administration tenta, sans succès, d'imposer aux facteurs parisiens la restitution des étrennes pour qu'elles soient réparties au prorata du temps passé par chacun sur les tournées de distribution. Georges Frischman note : « les étrennes ! les facteurs n'admettent pas que l'administration mette son nez dans cette affaire ! ». G. Frischman, *Histoire de la fédération CGT des P.T.T.*, Paris, Éd. sociales, 1967, p. 113.

demandes, par l'Administration ou les chefs de service départementaux ». Ces almanachs doivent porter le titre d'« almanach des Postes » et contenir « le calendrier avec la nomenclature des saints adoptés dans chaque diocèse, des notions générales sur le service des postes, fournies chaque année par l'Administration » et enfin « les renseignements particuliers qui paraîtront aux chefs de service de nature à intéresser les localités auxquelles les almanachs sont destinés »<sup>36</sup>. Les chefs de service départementaux se voient confier le soin de négocier au plus bas avec les imprimeurs le prix des almanachs, puis de les distribuer aux facteurs.

Ainsi se noue à travers l'almanach des Postes une relation commerciale entre facteurs et fournisseurs par l'intermédiaire de l'administration mais aussi une relation symbolique entre l'administration et les populations dont le facteur est l'intermédiaire. L'almanach constitue pour l'administration une « œuvre de vulgarisation »<sup>37</sup>. L'occasion est saisie de soustraire les populations rurales à l'influence réelle ou fantasmée des colporteurs tout en satisfaisant le goût populaire du livre pratique. L'almanach des Postes remporte très vite un franc succès dont témoignent les relevés établis par l'administration : en 1857, 800 000 calendriers<sup>38</sup> distribués sur l'ensemble du territoire et, en 1861, 1 460 708<sup>39</sup>. Cette époque de fondation de l'almanach des Postes, s'achève par un réajustement de l'implication de l'administration. Elle abandonne son rôle d'intermédiaire entre éditeurs et facteurs : tout éditeur pouvant à partir de 1870<sup>40</sup> publier l'almanach, c'est aux facteurs que revient la tâche de choisir l'éditeur et de commander les almanachs. Elle continue cependant de fournir les renseignements postaux et appose son visa sur les épreuves soumises chaque année aux directeurs départementaux<sup>41</sup>.

Ce détour historique met au jour l'ambivalence de la position professionnelle des facteurs et au-delà de leurs relations aux résidants. Ils sont des fonctionnaires d'État, dont la bonne moralité est garantie et dont les contacts avec le public sont soumis à un contrôle institutionnel. Ainsi sont-ils bien moins inquiétants aux yeux des élites du Second Empire que les colporteurs qui ont longtemps servi d'intermédiaires avec les populations rurales. Mais en même temps, l'activité des calendriers dont l'administration reprend l'idée tout en accordant officiellement aux facteurs le droit de la réaliser « pour leur profit et pour leur compte », manifeste une autonomie relative de ces

derniers par rapport à la tutelle administrative<sup>42</sup>. La pérennité de l'échange traditionnel des calendriers depuis le Second Empire repose sur cette ambivalence de la relation des facteurs aux résidants tout à la fois administrative

42. En 1961, le ministre des Postes et Télécommunications s'adresse au personnel de la distribution des grandes villes pour dénoncer les présentations

Gégé est facteur dans un arrondissement de l'Ouest de Paris après avoir été facteur à Cannes et receveur distributeur en Gironde. Après son baccalauréat, il a entamé des études supérieures de commerce puis il a « tout lâché », fait des petits boulots dans le privé puis « par hasard » le concours de préposé. Son père était magistrat. Ses ressources culturelles et sa trajectoire socialement descendante sont à la base d'une certaine distance réflexive (tantôt laudative, tantôt dénonciatrice) par rapport au travail et au milieu professionnel des facteurs.

« À Cannes j'avais des collègues qui faisaient, ils gagnaient 25 000 F aux calendriers... treizième, quatorzième, quinzième mois ! Ils faisaient des quartiers, ils faisaient que des boîtes aux lettres, que du service à domicile, beaucoup de personnes âgées et tout ça. Alors Thomas, mon collègue Thomas, il m'a dit une année : « écoute Gégé, j'ai fait 22 000 francs de bénéfice net aux calendriers ». À Paris, là, rue de la Paix, ils font 3 000 F chacun... »

– C'est vrai ?

– Je te jure ! La vérité ! La vérité pure !

– Mais pourtant y a plein de fric là...

– Non ! non ! ils nous foutent dehors. « Ah ! non ! Le facteur des paquets est déjà passé ». Parce qu'ils ont le facteur des paquets, le facteur des lettres, Chronopost... « Non, non monsieur... y a personne... », « Ah ! ça nous intéresse pas ! On a celui du Crédit lyonnais », « On a celui de la BNP ! », « On s'en fout ! ».

– Mais tu sais en même temps, y a des gens qui attendent le calendrier, et qui sont vexés parce que le facteur vient pas.

– Ah ! mais oui ! moi j'ai des collègues, ils en sont arrivés à un point parce qu'ils ont horreur de sonner... de demander... quand on leur demande, ils en commandent... mettons cinquante, quand on leur demande : « Oui ! oui ! je passerai. »

– Ils attendent qu'on demande.

– Oui ! oui ! parce qu'ils sont trop fiers. J'ai mon pote Jeannot, là, lui il en commande cinquante, il sait qu'il en vendra quarante ou cinquante. Mais il a des gens qui lui disent des fois : « mais, vous êtes vraiment un bon, vous avez rendu service... on a pas eu de calendrier ». Alors il l'amène et on lui donne je sais pas, peu importe, on lui donne 200 balles, 100 balles, 50 balles ou même 500 balles. En Province, c'est totalement différent.

– Oui y a des gens pour qui c'est essentiel...

– C'était ! c'était ! tu peux employer l'imparfait...

– Je suis pas d'accord parce que récemment j'ai interrogé des gens, y a toujours des gens, ils ont besoin des plans de la ville, ils aiment bien les images parce que ça décoze leur cuisine.

– [Gégé n'a pas l'air convaincu] Ouais ! si tu veux.

– Moi je serais pas aussi pessimiste que toi.

– Si, si, si ! Ça a baissé. Faut compter 50 balles de moyenne par particulier. Moi j'avais des quartiers à Cannes où y avait cinq cents clients, 500 balles de moyenne. T'en as qui te claquent la porte à la gueule parce que tu leur a avisé un recommandé ou parce que t'as pas fait ton boulot, ou parce que le remplaçant, a pas fait son boulot. Ils te claquent la porte sur la gueule. [...] Le plus grave... je vais t'expliquer. Le plus grave, c'est que moi j'ai vu à Cannes ou ailleurs hein ! des facteurs qui disent « tiens, celui-là, il m'a donné 20 balles, je lui monte pas les recommandés ». Moi je dis au mec « t'es une crevette ! ». C'est une tolérance. C'est pas déclaré aux impôts. L'autre qui dit « oh ! la... la !... celui-là il m'a donné 20 sacs, j'aurais pas cru ». Tu arrives à des situations où dès qu'y a de l'argent en jeu, y a une espèce de catastrophe qui se produit, une espèce de rapacité qui se développe.

– [...] Tu les faisais les calendriers en Gironde ?

– Oui, oui quand j'étais à Cannes aussi, quand j'étais en longue durée sur une tournée, je les ai faits. En Gironde, je les ai faits sept ans de suite. C'est là que tu... si tu veux... c'est un espèce de baromètre, surtout en campagne. En campagne ça a une valeur...

– Un baromètre ? Parce que tu vois comment t'es apprécié ?

– Non. Parce que comment t'es apprécié... moi en tant que receveur... je le savais pertinemment que les gens avaient confiance en moi. C'est un baromètre des gens que tu aimes vraiment de ceux où tu y vas à reculons. Parce que moi j'allais chez Denise par exemple. Denise bon... Denise si tu veux, elle est du même signe que moi, déjà bon... et en plus on avait des affinités et j'allais si tu veux, je faisais presque un entrechat tu vois en arrivant chez elle. Parce que y avait ses deux frangins et elle. Y avait la bouteille de Bordeaux sur la table et moi, j'avais un billet de 10000, un billet de 100. Pas mal pour un calendrier ! Plus la bouteille de Bordeaux... et tant que la bouteille de Bordeaux était pas vide... Denise buvait pas de vin mais ses deux frangins, André et Louis, ils buvaient avec moi la bouteille de Bordeaux tant que la bouteille était... J'arrivais toujours à l'heure de Julien Lepers pour *Questions pour un champion*. On laissait *Questions pour un champion* et on discutait quoi... une demi-heure au moins, mais j'aurais pu rester une heure parce que c'était des gens que j'aimais tellement... Par contre y a d'autres personnes si tu vas chez elles c'est... c'est comme tu disais tout à l'heure, si tu leur présentes pas leur calendrier, ils vont en faire un drame, en campagne hein... En campagne parce que merde... il fait vraiment la gueule, il peut pas vous blairer... Ça comme tu fais l'égalité républicaine avec les clients, tu peux pas afficher vraiment clairement tes haines personnelles ou tes rejets personnels, tu peux pas l'afficher surtout qu'ils ont des sous chez toi, ils te font travailler, quelque part tu les respectes. Et en même temps, c'est dur, le 17 décembre ils te disent « tiens t'es pas passé... ». « C'est vrai, j'y passerai le 18, le 22... ». Le 22 ! Pour moi... fallait que je sois... torché, fallait un supplément de courage... ».

Gégé raconte ensuite longuement le cas d'une femme, veuve d'un militaire, assez riche selon lui, qui chaque année prenait le calendrier lui disant : « Excusez-moi j'ai pas de monnaie » et en fait ne lui donnait jamais rien en retour. Au bout de sept ans, il finit par « exploser » et quand la femme lui dit « Excusez-moi je n'ai pas de monnaie, je vous donnerai ça demain », il lui réplique : « Vous savez Madame D., je vous connais bien... je sais très bien que ne verrai jamais la couleur de mon argent » (entretien dans un café 22 octobre 1998).

et personnelle. Agents de l'administration et accomplissant à ce titre un service bien délimité (la distribution du courrier), les facteurs accomplissent aussi un travail relationnel dont l'échange des calendriers est le signe.

## Un travail annexe

successives du calendrier aux mêmes usagers par des agents différents (facteurs financiers, facteurs imprimés, jeunes facteurs). La prudence et la complaisance du ton suggèrent bien que les calendriers sont comme « le domaine réservé » des facteurs : « Ainsi sera sauvegardée sans que ses intérêts soient lésés, bien au contraire, une très vieille tradition à laquelle il est, je le sais, très attaché » (note du 16 février 1961, *Bulletin officiel des PTT*, 1961, Cab, p. 4).

Les modalités de l'invention de l'almanach des Postes suggèrent qu'un des enjeux de cette pratique est la position du facteur qui de rouage anonyme du service administratif devient acteur d'un travail annexe. La notion de « travail annexe » renvoie tout à la fois à la notion de « travail » et au ton allusif, voire réticent adopté dans les entretiens. Ce n'est pas un hasard si les facteurs qui évoquent en détail la pratique des calendriers, témoignent d'une relative aisance verbale et sociale. La pratique syndicale pour Catherine, l'origine sociale élevée et le

capital culturel pour Gégé permettent d'évoquer librement, devant un témoin extérieur, une pratique traditionnelle et acceptée mais en marge de l'ordre institutionnel. D'autres facteurs n'en parlent qu'à mots couverts. Gilles, alors que sa femme (factrice à la retraite) évoque l'attachement des habitants au calendrier, glisse dans la conversation avec un air de satisfaction : « sans ça c'était du bon travail... ». Cette expression elliptique renvoie au gain final retiré de la distribution des calendriers. De manière plus simple, elle indique également que, pour les facteurs, les calendriers sont à la base d'un « travail », d'une activité dotée d'un intérêt financier et social, cause d'insatisfactions et de satisfactions. Ce « travail » s'effectuant dans les marges de l'institution postale, il peut être qualifié de travail annexe<sup>43</sup>. Jean, facteur retraité, utilise lui aussi le registre de l'ellipse et de l'humour pour désigner la dimension financière de la pratique. Comme je lui fais remarquer que certains jeunes facteurs n'arrivent pas à placer tous les calendriers qu'ils ont commandés, il dit : « [...] avec l'ancienneté après, on arrive à bien gérer... on arrive à gérer son fonds, c'est le cas de le dire ! ». Tandis que Gégé se sent autorisé à exposer les détails financiers, Gilles et Jean moins dotés culturellement, plus proches des classes populaires, sont enclins à laisser l'officieux dans l'officieux. Les uns comme les autres pourtant attirent l'attention sur le travail annexe.

L'activité des calendriers s'étend sur toute l'année. Les calendriers sont produits par quatre entreprises<sup>44</sup>. Les épreuves sont soumises au contrôle de la Poste en février. Des catalogues présentant les collections de calendriers et dotés d'un bon de commande sont envoyés chaque année en mars dans les bureaux de poste. Après avoir choisi les calendriers sur catalogue, les facteurs envoient leurs commandes aux fournisseurs. Ils reçoivent les calendriers dans les bureaux durant l'été. S'ils règlent leur commande avant le 31 décembre, ils bénéficient d'un escompte. Dans les bureaux de grande taille, les fournisseurs incitent un facteur à jouer le rôle de « groupeur ». Ce dernier sert d'intermédiaire entre les facteurs et les fournisseurs. Il fait la promotion de la marque auprès de ses collègues et regroupe les commandes et paiements. Il informe aussi les fournisseurs de la situation des effectifs et des éventuels problèmes (un tel n'a pas reçu sa commande, un tel est muté). Il est rémunéré par une « ristourne » sur son propre achat de calendriers, proportionnelle au nombre

43. L'expression « travail annexe » est plus appropriée à la pratique des calendriers, que celle de « travail à-côté » car la matière sur laquelle s'exerce le travail (les résidants) ainsi que le cadre de travail, sont ici les mêmes que lors du travail officiel salarié. Ce travail annexe s'apparente plus précisément à la « perruque ». Voir F. Weber, *Le Travail à-côté....*, *op. cit.*

44. Oberthur depuis 1860. Lavigne depuis 1966. Cartier-Bresson depuis 1967. Oller depuis 1928.

## DOSSIER

*Comment décrire les transactions*

Marie Cartier  
*Le calendrier du facteur*

de calendriers commandés par les facteurs de son bureau. À travers le mode de recrutement et de rémunération du groupeur transparaît le statut particulier de la pratique des calendriers: il s'agit d'une activité commerciale qui s'exerce dans les marges d'une entreprise publique. Les facteurs, dans la mesure où ils supportent le risque au moment de la commande, agissent comme des travailleurs indépendants. Mais ils sont aussi des employés d'une entreprise publique. Or celle-ci, bien qu'elle utilise le calendrier notamment en termes d'image de marque, n'est pas responsable ni intéressée financièrement.

Faire du commerce, c'est acheter quelque chose pour le revendre plus cher. Ce n'est pas ce que font les facteurs. S'ils achètent bien les calendriers, on ne peut dire qu'ils les revendent, puisqu'ils ne fixent explicitement aucun prix quand ils les proposent aux résidants. Manquent ici les fondements économiques et juridiques du commerce. Mais les manières de voir et de faire du commerçant sont bien présentes. Il s'agit pour les facteurs de retirer plus d'argent de la distribution des calendriers qu'ils n'en ont dépensé pour les acheter. Pour des employés recevant selon leur ancienneté un traitement d'environ 6 000 F à 8 000 F, la pratique des calendriers offre des ressources économiques complémentaires.

« Le calendrier, c'est pour nous une source... un apport de gain, c'est pour certains... pas tout à fait le treizième mois... parce que ça dépend des quartiers. Pour d'autres ça l'est, pour d'autres ça l'est un peu plus que le treizième mois. Comme on n'a pas de treizième mois, ça nous permet d'avoir cet apport financier et beaucoup de facteurs misent sur cet apport financier » (Catherine entretien à domicile le 18 mai 1998).

La comparaison du « gain » avec le « treizième mois » (complément officiel de salaire attribué par l'entreprise) sert ici à présenter sous un jour acceptable, une activité critiquée par les cadres de la Poste mais aussi par les fédérations syndicales. Gégé, plus explicite, ponctue ses propos d'évaluations monétaires chiffrées (« 50 balles de moyenne »). Il suggère ainsi que les dons des résidants sont soumis à des objectivations (« tiens celui-là il m'a donné 20 balles ! ») et à des calculs (calcul du don moyen, calcul du bénéfice) à travers un mécanisme de généralisation et de dépersonnalisation du point de vue: l'échelle de l'interaction singulière avec tel ou tel résidant cède la place à celle du quartier de distribution, espace anonyme et abstrait, clientèle. Le don comme l'a montré M. Mauss<sup>45</sup> est chose personnelle. Or du point de vue du

45. M. Mauss, « Essai sur le don... », *op. cit.*

facteur, si les dons sont bien attachés à des personnes singulières, ils sont également objectivés, additionnés et acquièrent ainsi l'abstraction d'un gain ou d'un bénéfice. Catherine comme Gégé soulignent aussi que le gain dépend du quartier sur lequel le facteur distribue le courrier: «ça dépend des tournées», «ça marche mieux en province qu'à Paris<sup>46</sup>.» Divers documents montrent que l'activité des calendriers loin de procurer systématiquement un gain, peut contribuer à un processus d'endettement. Cette variabilité, qui rapproche ce travail annexe du travail indépendant, nécessite la mobilisation de savoir-faire commerciaux.

Combien commander? Comment estimer ce qu'on va pouvoir placer et pour quel montant? Il arrive à certains jeunes facteurs de commander trop de calendriers et de ne pas pouvoir ensuite rentrer dans leurs frais. Il existe trois types de calendriers de prix différent: des plus simples dépourvus d'image (dits «grosses lunes») jusqu'aux plus élaborés (dits «de luxe»). Catherine évoque le problème que représente la détermination du nombre global de calendriers commandés et le choix de tel ou tel type de calendrier:

«Comment vous faisiez au moment de la commande pour savoir combien en prendre?

– Beh! c'est-à-dire la première année, moi j'en ai pris un par client et après au vu de ce que j'ai placé, j'ai diminué... tout le monde au départ en prend de trop et après, on en prend moins en fonction de... Je me disais tout à l'heure que les dernières années j'étais moins hardie... Je regardais le carnet et je voyais, les premières années j'allais vraiment chez tout le monde et en fait c'était payant, parce que y avait des jeunes qui me le prenaient, c'était dans la rue D, je les voyais pas, mais ils me prenaient le calendrier... Bon au fur et à mesure les gens ont changé, c'est plus les mêmes. Alors bon! ceux-là le prenaient pas et j'y allais pas... [...]

– Et comme je crois qu'il y a différents types de calendriers et aussi de prix... alors comment vous vous arrangez pour...

– Alors y en a qui prennent toujours le modèle le plus simple, le moins cher. Moi, je prenais le plus de moins cher, mais j'en prenais aussi d'autres prix parce que je les présentais à des clients plus généreux, faut le dire. Donc c'était proportionnel aussi aux clients. Alors des fois, je me laissais avoir, parce que dans mon paquet, j'avais des plus beaux et des gens qui me donnaient pas beaucoup en choisissaient. Alors après j'ai dit: bon! je les mettais de côté avec des mots parce que je savais chez qui ça allait aller. Donc, je me faisais la liste avec un paquet différent pour tel groupe de clients et puis bon la clientèle moyenne... de toutes façons les simples sont beaux aussi [...]

(entretien à domicile le 18 mai 1998).

46. Sur cette question de la variation sociale, géographique et historique de l'implantation de la pratique des calendriers, on a proposé au fil de l'analyse quelques hypothèses. On ne traite pas néanmoins cette question à elle seule, car dans la mesure où elle requiert de faire l'histoire et la sociologie de la relation au facteur et du rapport à La Poste, cela nous entraînerait trop loin.



## DOSSIER

*Comment décrire les transactions*

Marie Cartier  
*Le calendrier du facteur*

La détermination du nombre de calendriers commandés est un savoir pratique qui s'acquiert au fil des expériences, au fur et à mesure que l'on « connaît » les résidents de sa tournée. Les facteurs utilisent un carnet où ils consignent les noms des résidents et le montant de leurs dons. Dans ce carnet, Catherine ajoute aussi les « goûts des clients » et des commentaires sur l'accueil qu'on lui a réservé. Ce carnet sert d'instrument pour ajuster les commandes et rationaliser l'activité en évitant les refus. Commander c'est aussi sélectionner des images. Gilles explique que « dans les HLM, c'est toujours chien ou chat ». Jean, facteur dans une ville moyenne de la région parisienne se souvient des goûts des résidents : « Voilà... y en a qu'étaient ancrés sur les enfants, d'autres sur des paysages. L'autre, c'était la chasse. On savait à peu près. Y avait un monsieur c'était les châteaux. » Jean-Claude, facteur dans le 15<sup>e</sup> arrondissement de Paris, explique : « Faut éviter chasse-pêche... faut éviter les trucs comme ça... autant ça peut marcher en Sologne autant ici, il faut pas en prendre... tu peux avoir un client qui va t'en demander un, alors dans ces cas-là tu essaies de voir un collègue, si éventuellement... y en a pas un qui aurait commandé dix chasse-pêche... ». Le socle de ce savoir-faire commercial, c'est la connaissance de la clientèle. Celle-ci dépasse largement l'identification institutionnelle comme « usager » ou « client de la Poste ». « Connaître ses clients », c'est connaître leurs opinions sur le facteur et sur la pratique des calendriers, connaître leurs habitudes domestiques. La collecte d'informations personnelles sur les résidents, requise et développée par le travail annexe, est le support de la personnalisation de la relation administrative. Ainsi, du point de vue des facteurs, les calendriers coûtent non seulement le prix d'achat du calendrier mais aussi le temps passé à apprendre à connaître ses clients, à commander, à se rendre à leur domicile parfois plusieurs fois en cas d'absence et ce en dehors des heures de travail.

Ce travail annexe est aussi l'occasion d'entretenir avec les résidents des liens de sociabilité (échanges de menus cadeaux, de nouvelles, d'informations). L'enjeu du travail annexe est symbolique tout autant que financier. Si Gégé parle des clients comme d'individus abstraits et interchangeables, il en parle aussi comme de personnes situées dans leur espace domestique et référées à une histoire personnelle. Parce qu'il génère des occasions et un « travail de sociabilité »<sup>47</sup>, le travail annexe fait resurgir les sentiments

47. Pierre Bourdieu,  
« Le capital social. Notes provisoires »,  
*Actes de la recherche en sciences  
sociales*, n° 31, 1980, pp. 2-3.

personnels neutralisés par l'idéologie du service public et l'orientation bureaucratique du travail officiel.

### **Le calendrier des facteurs ou l'appropriation collective d'une position professionnelle subalterne**

Après avoir décrit les modalités et les enjeux de ce travail annexe, il convient de le replacer dans le contexte de la division du travail et des relations professionnelles<sup>48</sup> pour décrire ses effets sur la définition de la position professionnelle et sociale des facteurs. La distribution des calendriers fait l'objet de critiques de la part de la hiérarchie. Ainsi, selon une cadre, responsable de la distribution, la pratique des calendriers inciterait les facteurs à ne pas appliquer le règlement afin que leurs clients se montrent généreux en fin d'année, ce faisant elle coûterait de l'argent à la Poste. Dans ce jugement pointe l'interprétation convenue des pratiques de travail pour soi comme étant des symptômes de désinvestissement professionnel<sup>49</sup>. La pratique des calendriers est aussi dénoncée comme source d'un « esprit individualiste » chez les facteurs. Pourtant les facteurs continuent d'être identifiés comme un groupe. On parle d'« esprit de corps », du « monde à part de la distri », d'attributs distinctifs comme le chahut, le franc-parler et la résistance aux chefs. Je souhaite montrer ici que le travail annexe des calendriers contribue à la fabrication du groupe des facteurs<sup>50</sup> et à l'appropriation du poste de travail.

Les variations de la demande en calendriers entraînent des échanges de calendriers, de services ou de conseils entre facteurs. Des facteurs par exemple peuvent s'associer pour grouper leur commande et obtenir des fournisseurs le port gratuit. Comme le montrent les récits de Catherine ou de Gégé, elle génère également des relations de sociabilité sous la forme d'« histoires de calendriers ». Celles-ci peuvent porter sur les gains et contribuer à créer un entre soi d'initiés. La presse professionnelle met en scène de façon récurrente le secret qui existe autour du gain retiré des calendriers. En fait, il existe des secrets de différente nature. Vis-à-vis de ceux qui sont étrangers au groupe des facteurs existe un secret stratégique destiné à éviter les critiques. Entre facteurs règne un secret qui est plutôt de nature ludique, lié au fait que les gains sont variables et que se met en place une sorte de jeu à celui qui gagnera le plus. Il s'agit moins de dissimuler que de maintenir du suspense<sup>51</sup>.

48. On se réfère ici principalement au contexte local (le bureau de poste où nous avons réalisé notre enquête, caractérisé par une forte tension des relations entre la hiérarchie et le personnel de la distribution). Pour ce qui est du contexte national, les facteurs, comme d'autres agents d'exécution des entreprises publiques sont actuellement soumis à divers processus de déstabilisation : mécanisation du tri, développement du marketing et volonté de transformer les facteurs en vendeurs, « modernisation » de l'organisation du travail qui soumet par exemple les facteurs à de nouvelles formes d'évaluation. Ces divers processus contribuent à enraciner l'idée que les facteurs avec leurs traditions seraient situés du côté de l'« archaïsme ». Cependant il serait trop hâtif d'en conclure à un démantèlement de ce groupe professionnel. La relative puissance des syndicats à la Poste (à la CGT, syndicat le plus représenté depuis longtemps s'ajoute aujourd'hui SUD) rend la situation de ces « petits fonctionnaires » différente de celles des ouvriers et employés du privé. Actuellement, les nombreuses grèves locales du personnel de la distribution suite à la mise en œuvre des trente-cinq heures, suggèrent la permanence d'une capacité de mobilisation contre la politique de la direction.

49. Voir par exemple Michel Bozon, Yannick Lemel, « Les petits profits du travail salarié. Moments, produits et plaisirs dérobés », *Revue française de sociologie*, vol. 31, n° 1, 1990, pp. 101-127.

50. On retrouve ici l'analyse des pratiques ouvrières de détournement de temps de travail, d'outils et de matières premières proposée par G. Noiriel. Il met en effet l'accent sur les effets symboliques de ces pratiques : resserrement des liens au sein du groupe local, consolidation des valeurs ouvrières du savoir-faire et du courage, établissement des réputations. Voir G. Noiriel, « Le travail de consolidation... », *op. cit.*

51. De même, du côté des résidents, la dimension financière de l'échange est plus connue que ne le croit au départ l'ethnographe qui, très satisfait d'avoir découvert quelque chose qu'il ne savait pas, a tendance à généraliser sa propre ignorance. En fait, les résidents l'ont bien souvent appris à l'occasion

## DOSSIER

*Comment décrire les transactions*

Marie Cartier  
*Le calendrier du facteur*

d'explications ou de conversations amicales de la bouche même des facteurs ou encore à la faveur d'articles consacrés aux calendriers dans la presse régionale.

52. Cette pratique a été codifiée par l'administration dans des textes parus en 1943 et 1945. Mais elle est probablement plus ancienne encore. Voir *Bulletin officiel du ministère des Postes, Télégraphe et Téléphone*, Imprimerie nationale, 1943 et 1945.

53. Howard S. Becker parlait à propos des institutrices de Chicago de « carrières horizontales », pour désigner le fait que les trajectoires professionnelles qui s'effectuent à un seul et même niveau hiérarchique n'en sont pas pour autant immobiles. Les acteurs tendent à se déplacer en quête de la situation de travail qui leur paraît la plus appropriée pour affronter les principaux problèmes que pose leur travail. H. S. Becker « The Career of the Chicago Publicschoolteacher », *American Journal of Sociology*, vol. 57, 1952, pp. 470-477.

54. La sociologie du travail aux États-Unis et en France a montré que le jeu, par exemple autour du travail à la pièce, constituait pour les ouvriers une manière de rompre avec la monotonie du travail à la chaîne et de rendre acceptable leur condition. Voir par exemple Pierre Fournier, « Deux regards sur le travail ouvrier. À propos de Roy et Burawoy, 1945-1975 », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 115, 1996, pp. 80-93.

55. La cadre, responsable de la distribution dans le bureau où se déroule l'enquête, me fait remarquer, non sans quelque dépit, que certains facteurs doivent gagner plus qu'elle au mois de décembre.

Sur les relations de sociabilité se greffent aussi des relations de conflit. Dans la pratique des calendriers est en jeu le lien qu'entretient le facteur avec son espace de travail. Le droit de distribuer les calendriers est en effet réservé par l'institution et ses règlements aux facteurs titulaires d'un quartier de distribution. Les facteurs stagiaires ou contractuels n'ont pas ce droit. À l'occasion des calendriers les inégalités de statut apparaissent au grand jour et se doublent d'une inégalité financière. Des tactiques sont parfois mises en œuvre pour atténuer le sentiment d'injustice chez les remplaçants : tel titulaire se fait accompagner un jour pour les calendriers par la jeune factrice stagiaire qu'il a formée et partage avec elle les dons des résidants ; dans tel bureau, on organise une collecte d'argent auprès des facteurs titulaires pour répartir ensuite la somme entre les remplaçants. La pratique des calendriers alimente plus généralement des relations de rivalité par rapport à la répartition des quartiers de distribution. Celle-ci, dénommée « vente des quartiers »<sup>52</sup>, s'effectue deux fois par an à date fixe : les quartiers vacants sont « mis en vente » à la criée. Les titulaires, réunis en assemblée, manifestent alors publiquement leur volonté ou leur refus de les acquérir moyennant leur ancienneté. La monnaie d'échange est en effet de l'ancienneté. Le gain retiré de la distribution des calendriers constitue un des éléments (mais il y en a d'autres) qui font la réputation des différents territoires de travail (les « tournées ») et alimente des rivalités. Celles-ci ne peuvent être réduites à des manifestations d'individualisme : elles attestent de la mobilisation des acteurs autour d'un enjeu commun : avoir une « bonne tournée »<sup>53</sup>. Inscription dans un collectif et expression des différences et distinctions individuelles s'entretiennent réciproquement. Les définitions de la « bonne tournée » sont en effet variables selon les individus mais aussi selon la position dans la trajectoire professionnelle<sup>54</sup>.

La pratique des calendriers occasionne aussi des interactions entre les facteurs et les autres catégories de postiers. Les facteurs évoquent souvent la « jalousie » des autres postiers au sujet des calendriers. Le mot est révélateur. Alors qu'au quotidien l'objectivation constante et exacerbée de la hiérarchie postale, renvoie les facteurs à leur statut subalterne, au moment des calendriers, la perception de la jalousie des chefs<sup>55</sup>, rappelle qu'en termes de condition économique, la distance entre les facteurs et les postiers plus gradés n'est pas si grande. Les résidants

peuvent devenir aussi à l'occasion de l'échange des calendriers une population contre laquelle se tisse une solidarité de groupe. Les histoires de calendriers sont souvent des histoires de «clients». Comme le montrent le récit de Catherine sur la fleuriste ou celui de Gégé sur la veuve de militaire à qui tout est dû (y compris le calendrier), ce travail annexe est l'occasion de forger les réputations des «clients» et d'élaborer les normes du «bon» et du «mauvais client». Ainsi, à la faveur de la pratique des calendriers se tissent des relations internes et externes au groupe des facteurs, qui favorisent le développement d'un sentiment d'appartenance collective. Il est tout à fait significatif que les facteurs qui se refusent à faire les calendriers soient dits «fiers» par ceux qui les font : être «fier» c'est se démarquer du groupe.

L'activité des calendriers est l'occasion de rompre avec le travail monotone et le statut subalterne de «petit fonctionnaire». Elle permet au groupe de lutter contre la représentation souvent méprisante qu'on a de lui au sein de la hiérarchie postale. Elle introduit du jeu, de l'inattendu dans le travail du facteur comme dans la représentation de sa condition. Avec les calendriers, se démarquant du travail de «porteur de papier» les facteurs revendiquent une identité professionnelle cristallisée autour de la relation directe au public. Dans la distribution des calendriers comme dans la vente des quartiers, se joue une redéfinition symbolique du statut du facteur : la condition d'ouvrier qui perdure dans la réalité quotidienne du travail (gestes répétitifs, manutention de lourdes charges) est mise à distance au profit de l'image du «métier de contacts»<sup>56</sup>. Le gain retiré de la distribution des calendriers témoigne de la réalité du travail relationnel effectué tout au long de l'année. Il marque la réputation du «bon facteur» qui sait «plaire» à sa clientèle et «travailler sa tournée». La pratique des calendriers contribue à la promotion d'une valeur fondamentale pour les agents travaillant au contact d'un public, le courage non pas physique, mais relationnel : le courage d'entrer en contact avec des inconnus, le courage d'affronter des interactions délicates avec des membres d'autres classes sociales. Parce qu'elle fait de la relation directe au résident, un enjeu essentiel du travail, l'activité des calendriers favorise l'incorporation des normes institutionnelles qui régissent la relation au public : «tenue», «courtoisie», «probité», «honorabilité».

56. L'investissement dans cette redéfinition symbolique du statut du facteur devrait bien entendu être mis en relation avec les trajectoires sociales et professionnelles qui conduisent à l'entrée à la Poste comme facteur. Il semble que le projet de sortir de la condition ouvrière soit un élément commun à nombre de trajectoires même si celles-ci varient, en termes de contenu, selon les contextes socio-économiques.

## DOSSIER

*Comment décrire les transactions*

Marie Cartier  
*Le calendrier du facteur*

### **«C'est pas les plus riches qui donnent le plus... » : une expérience de la société**

L'activité des calendriers fournit des occasions d'interactions avec une clientèle socialement variée au fil desquelles les facteurs font une expérience particulière de la société et de leur propre position sociale<sup>57</sup>. Dans un article de la presse professionnelle<sup>58</sup>, une factrice raconte sur un ton scandalisé que la femme d'un ancien ministre lui donnait systématiquement 5 F alors que les gardiens de la résidence où cette femme habitait, donnaient 50 F. Catherine rapporte le cas d'un médecin :

«Ses consultations sont à 250 F et euh... il m'a jetée pour le calendrier : «j'en veux pas de votre calendrier, j'en ai à revendre des calendriers». C'est-à-dire que... j'ai frappé au secrétariat, alors la secrétaire lui demande et : «non ! non ! pas besoin de calendrier». La première année, il m'a donné 20 F alors je racontais à mes collègues : «20 F au prix des visites qu'il prend ! » [ton indigné]. Elles me l'ont dit parce qu'il y en a qui ont consulté.»

De même à partir d'une discussion avec des collègues entraînant comparaison et généralisation, Catherine s'est forgé la conviction que les enseignants ne sont pas très généreux avec le facteur :

«Le milieu enseignant n'est pas très calendriers, on a tous remarqué ça ou alors pas généreux. [...] Parce que les enseignants, bon peut-être à tort, je les ai tous catalogués de la même manière mais ils ne le réclament pas et c'est un signe déjà. [...] Moi quand j'ai débuté à C., y a un ancien facteur qu'est le facteur-chef : «ah ! ben ! dis donc les enseignants ! ». Il en avait après les enseignants. Y avait une école et... Bon et c'est vrai que plusieurs de mes collègues l'ont dit...

– Exigeants ? C'est-à-dire ?

– Par rapport au courrier, par rapport à... oui exigeants, surtout pas d'erreurs, surtout euh... et puis l'heure du courrier... et puis pas aimables dans les relations mais pas tous. J'avais deux enseignants, j'allais pas aux calendriers peut-être à tort. Une, j'ai eu son mari la première année que j'avais cette rue là et «ah ! le calendrier [mimant un ton distant et peu accueillant] ah oui ! bon attendez » et puis il est remonté chercher de l'argent et il m'a donné une petite poignée de pièces de vingt centimes. Et j'ai dit bon... on comprend dans ces cas-là, on sait que ces gens-là ne tiennent pas... la manière de dire : «le calendrier, euh». Bon ! beh on comprend, on sait que ça leur plaît pas et après bon ! beh on généralise, je sais pas, peut-être à tort. Mais bon j'ai recoupé avec d'autres collègues.»

Les interactions auxquelles donne lieu l'échange des calendriers constituent pour le facteur un espace de

57. L'analyse doit ici beaucoup à la lecture des travaux d'Anne-Marie Arborio sur les aides-soignantes. Voir en particulier A.-M. Arborio «Savoir profane et expertise sociale. Les aides-soignantes dans l'institution hospitalière», *Genèses*, n° 22, 1996.

58. *La Poste*, 15 juin 1979.

références qui lui permet de penser sa propre place dans la société. Le montant des étrennes pris séparément au niveau de chaque interaction vaut comme un jugement social. Donner peu quand on a de l'argent et quand d'autres donnent plus est perçu comme une marque de mépris social. Une petite somme ressemble à une aumône et assigne au facteur un statut social bas. Au contraire une somme importante est synonyme non seulement de «générosité» mais aussi de reconnaissance du rôle du facteur et de son insertion locale. La possibilité de comparer entre eux les dons et de les référer au statut social et économique des donateurs, permet aux facteurs de se situer eux-mêmes socialement. Ils répondent en effet aux jugements sociaux des résidants par des jugements sociaux réciproques stigmatisant le manque de générosité de ceux qui occupent des positions sociales élevées. Faisant le bilan des dons, ils affirment que «ce n'est pas les plus riches qui donnent le plus». Ce propos qui reprend en le modifiant un stéréotype sur la générosité des pauvres, traduit une sorte de morale collective issue de l'expérience des calendriers. Il exprime en effet le ressentiment contre les humiliations infligées par certains résidants. Il contient en même temps un éloge indirect des pauvres et plus simplement des milieux populaires. À l'occasion des calendriers les facteurs font l'expérience de la distance qui les sépare des classes supérieures comme des classes inférieures. Cette position sociale moyenne est aussi une position instable. À travers la variation du montant des dons comme des formes de l'accueil, les facteurs peuvent être identifiés et s'identifier eux-mêmes tout autant comme des quasi-notables que comme des moins que rien. Gégé met en évidence la petitesse du facteur en comparant montant du don et signes domestiques de richesse: «[...] je fais encore les voisins, ils étaient encore pires à affronter, pires, pires... En train de préparer le réveillon, oh! le 24 au soir, y avait des langoustes partout, moi j'ai eu 20 F, un billet de 20 F. Des huîtres, des bouteilles de Monbazillac, des machins, y en avait partout, moi j'ai eu 20 F et hop! Dehors!» L'activité des calendriers est l'occasion d'éprouver des sentiments sociaux (liés aux rapports de classe) variés: on se sent «distingué» par la générosité et plus encore par la familiarité avec laquelle nous traite tel bourgeois, on se sent «humilié» par le mépris de tel autre. Jean racontait avec émotion comment un journaliste de *Paris-Match* l'attendait chaque année à la fin de sa distribution de calendriers pour lui offrir l'apéritif dans son

## DOSSIER

*Comment décrire les transactions*

Marie Cartier  
*Le calendrier du facteur*

salon<sup>59</sup>. À un don de plusieurs centaines de francs qui rappelle au facteur l'importance sociale de son travail ou sa bonne réputation locale, peut succéder une « petite poignée de pièces de vingt centimes » qui traduit l'indifférence de certains résidants quant au travail et à la personne du facteur.

La diversité des interprétations de l'échange des calendriers particulièrement visible dans un contexte où il est remis en cause, doit être mise en relation avec ses conditions institutionnelles. Cet échange est réglé et utilisé par l'institution mais pour une part aussi lui échappe. Dans cet espace de jeu de l'ordre institutionnel, les relations avec les résidants, les pairs, les autres postiers et les chefs se trouvent exposées à des redéfinitions, tout à la fois personnelles et collectives. Du côté des résidants, la pratique des calendriers peut actualiser l'absence de lien ou au contraire des relations de domination, de solidarité ou de reconnaissance personnelle. Dans ces interactions avec des membres de différentes classes sociales, les facteurs font l'expérience de l'instabilité de leur position sociale. Du côté de l'institution, la pratique des calendriers relativise la hiérarchie administrative des positions et alimente des rivalités entre pairs. Les facteurs trouvent là une occasion de revendiquer la propriété symbolique de leur travail. Cette tradition postale montre finalement de façon grossière, la capacité des acteurs à donner sens – à leurs propres yeux mais aussi aux yeux de ceux qu'ils s'efforcent de convaincre ou dont ils contournent les critiques – à un travail que d'autres sont enclins à juger comme « peu intéressant » ou plus simplement à ignorer. Forme et pratique inventée « en bas », source de sociabilité et de sentiment d'appartenance à un collectif, fabrication de sens dans le jeu avec les contraintes du travail, les calendriers du facteur constituent un parfait exemple de ce qu'est l'autonomie pour des agents d'exécution. Comme on l'a montré, cette autonomie qui permet la réalisation du groupe est une condition essentielle de l'investissement au travail. En regard de cette tradition léguée par l'histoire, l'« autonomie » promue par l'idéologie du management qui oriente aujourd'hui le changement organisationnel à la Poste paraît bien abstraite.

59. Le propos n'est pas ici de montrer en fonction de quoi l'expérience est différemment vécue par les facteurs (ceux qui vont ressentir le fait d'être reçus dans un intérieur bourgeois plutôt comme une distinction que comme une humiliation) mais juste de suggérer en quoi cet échange matériel, dans la mesure où il fournit des indices objectifs de jugements sociaux (donner 10 F ou 100F, laisser le facteur sur le pas de la porte ou le faire entrer à l'intérieur...), active et nourrit la représentation subjective que se font les facteurs de leur position sociale.