

Il y a 50 ans, en janvier 1962, les PTT adoptent un logotype...

n°20

A
N
N
I
V
E
R
S
A
I
R
E

P
O
S
T
A
L



D'après : *Bulletin d'information des Postes et Télécommunications*, oct-nov 1960 ; *Forum*, hors série décembre 2005 ; *Illustration* : L'Adresse / Musée de La Poste, Paris.

■ Un événement

Sous l'inspiration et le travail de l'affichiste Guy Georget depuis 1960 (aujourd'hui dirait-on publiciste ou graphiste), les PTT adoptent un logo aux formes d'un oiseau stylisé (certains parlent alors de « flèche » ou encore de « fusée »), rendu officiel en janvier 1962.

■ Un contexte

En pleines Trente Glorieuses, les PTT sont sous tension. Le trafic courrier explose ; les services sollicités par les Français sont toujours plus nombreux ; le téléphone connaît de graves retards ; l'offre de messagerie est restreinte. Le besoin de bonifier l'image d'un grand ministère se ressent. Symbole du mouvement et de la vitesse, l'oiseau en cinq parties illustre l'unité dans la diversité des services (aujourd'hui parlerait-on de « métiers ») : à savoir le téléphone, le télégraphe, le courrier, la messagerie et les services financiers.

■ Une révolution

Ca l'est assurément dans l'histoire de la communication des services de l'Etat ! S'il est déjà courant à l'époque d'identifier une grande firme nationale par son logo (le *Bibendum* Michelin en 1898, le losange Renault dès 1925), c'est une première pour une administration, telle que les PTT de l'époque, voulant montrer leur modernité, mais aussi copier certaines de leurs homologues étrangères déjà dotées. En 1974, le logo échoit à la Poste alors que les Télécoms se dotent du leur, en forme de cadran téléphonique stylisé. Réduit en trois parties en 1978, coloré en bleu et incrusté dans un cartouche jaune en 1984, il désigne officiellement la nouvelle marque : *La Poste*.

■ Aujourd'hui

A l'orée du XXI^e siècle, dans une société de communication tous azimuts, La Poste n'a pas abandonné son logo quinquagénaire. Maintes fois retouché et finalement apprivoisé ; repris en 2005 pour l'identité visuelle de La Banque Postale, et, inséré dans un ovoïde jaune pour désigner la Poste dans son activité quotidienne ; épuré en bleu clair en 2011 pour servir d'étendard à l'ensemble du Groupe La Poste, devenu société anonyme. A plus de 95 %, les Français reconnaissent ce logo si présent dans la conscience collective !