

# Il y a 50 ans, à la Noël 1962, la Poste devient secrétaire du Père Noël...

n°21

ANNIVERSAIRE POSTAL



Mon enfant chéri  
ta gentille lettre m'a fait beaucoup de plaisir  
je t'envoie mon portrait  
tu vois que le facteur m'a trouvé, il est très malin  
j'ai reçu beaucoup de commandes.  
Je ne sais pas si je pourrai t'apporter ce que tu  
m'as demandé. J'essierai, mais je suis très vieux  
et quelquefois je me trompe. Il faut me  
pardonner  
Sois sage, travaille bien  
je t'embrasse fort  
le Père Noël

D'après : I. de la Ville, A. Georget, « Le Père Noël, la Poste et la société française », rapport de recherche, 2012, 180 p. ; Illustration : L'Adresse / Musée de La Poste, Paris.

## ■ Un événement

Noël 1962 : la Poste entreprend une « opération Père Noël » en faisant parvenir aux enfants ayant indiqué leur adresse, une carte réponse type tirée à 2 500 exemplaires (ci contre) dont le dessin est confié à Chag (René Chagnard, postier et caricaturiste) et le texte à Françoise Dolto. Le secrétariat du Père Noël (SPN) ne prend ce nom officiel qu'en 1970.

## ■ Un contexte

Anciennement tournée vers le monde enfantin, la Poste est confrontée à une problématique depuis la fin des années 1950 : un nombre croissant de lettres au Père Noël vient s'échouer aux rebuts. Informé d'initiatives locales voyant des postiers prendre la plume, Jacques Marette, ministre des PTT depuis avril 1962, qui a pour sœur la psychanalyste Françoise Dolto, entreprend d'engager la Poste comme partenaire du Père Noël.

## ■ Une révolution

Adossé au service des rebuts à Paris, puis au centre de recherche du Courrier déplacé à Libourne en 1967, recrutant ses premières secrétaires en 1969, le SPN est ouvert durant plus d'un mois, depuis la fin novembre dès 1989. Auront été envoyées en un demi siècle plus de 20 millions de cartes réponses (individuelles ou collectives pour les écoles). Des cartes renouvelées presque chaque année (soit plus d'une quarantaine) par les dessins et textes desquelles se dévoile aussi l'évolution de l'institution postale comme celle de notre société (technologie, consommation, mœurs).

## ■ Aujourd'hui

Le SPN a traversé l'évolution des moyens de communications (le Père Noël joignable par téléphone dès 1979, par minitel en 1986, courriels dès 1997 et e-boutique en 2007). Porté par la médiatisation accrue (plan média depuis 1984), ouvert à la mondialisation des échanges (des milliers de lettres de plus de 130 pays), ayant accru le nombre de ses secrétaires jusqu'à 60, le SPN constitue tout autant un oasis de rêve qu'une parfaite fenêtre d'attraction pour l'image de marque de La Poste.